

國立政治大學傳播學院碩士在職專班
碩士論文

指導教授：關尚仁博士

建構台灣兒童電視節目優質指標之研究

Stakeholders' Perspective: A Study on
Quality Indicators for Children's Television Programms
in Taiwan.

研究生：唐台齡

中華民國一〇三年六月

（本論文獲 102 年度國家通訊傳播委員會博（碩）士論文研究
獎助）

國立政治大學傳播學院碩士在職專班
碩士論文

指導教授：關尚仁博士

建構台灣兒童電視節目優質指標之研究

Stakeholders' Perspective: A Study on
Quality Indicators for Children's Television Programms
in Taiwan.

研究生：唐台齡

中華民國一〇三年六月

The image features a large, faint watermark of the National Chengchi University logo in the background. The logo is circular and contains the university's name in Chinese characters (國立政治大學) at the top and in English (National Chengchi University) at the bottom. In the center of the logo is a stylized flower or sunburst design with the Chinese characters '政大' (Chengchi University) inside it.

本論文榮獲

102 年度國家通訊傳播委員會博（碩）士論文

研究獎助

謝辭

還記得當初報考政大傳播學院碩士在職專班，口試老師看了我的個人相關資料說，你都可以教了，我們不知道還可以教你什麼？我毫不猶豫地說「政大是我嚮往的寶山，我要來挖寶啊！」事實證明我的確在寶山裡挖到不少寶藏，是用金錢也買不到的，咬牙撐過二年求學期間，現在總算苦盡甘來，一切都值得了！

我非常感激在政大傳院接受學術研究的訓練，培養了我反思批判的能力，在思考層面上更上層樓，我想今天能完成這本充實又富實證精神的論文，沒有經過學術訓練是不可能的，這也讓我走入了寫論文的漫長之路。

我擔任兒童少年節目製作人暨導播已 40 年了，也督導過無數兒童節目，我的職涯心路歷程可以用一句話概括：不斷追求製作有品質與品味的兒少節目為使命。我製作或督導的兒少節目雖然獲得國內、外無數重要獎項的肯定，但是，放眼國內並沒有關於優質節目判準的相關研究，隨著年資的增長和經驗的累積，更加認為對於想要製作優質的兒童節目人員，應該有一個評估的機制，讓兒童節目工作者有所依循，於是給自己一個挑戰的任務：我要研究如何建立台灣本土兒童節目的優質指標。

在研究的過程中，我必須轉換我的角色，從資深製作人轉換為研究員。在這期間我遇到許多貴人指點迷津，給了我許多寶貴的建議。首先，要感謝我的指導老師關尚仁教授，教導我以「行動研究法」的論述貫穿整個研究架構，他認為我最適合做行動研究，因為行動研究是屬於實務工作者份內工作，引導改善實務工作，企圖解決實際問題，老師的這翻話說服我了；在此也要感謝陳百齡老師指導，建議我用「利害關係人」去發揮本研究在地觀眾的概念；另特別要謝謝我的好友

李慧娟老師（慈濟大學兒童發展與家庭教育學系副教授），她獨到的見解指引我採用「凱利方格法」，她認為以我個人的資深經驗、價值判斷，可以引導出受測專家的內隱知識不易表徵的構念結構，於是，我大膽開始自學，期間感謝李慧娟老師、陳啟亮博士生協助我試 run，並提供中肯的建議。其實我本想以「凱利方格法」為研究方法，但是，關老師認為還應加上「德菲法」由專家學者把關、診斷才算完備。為了是否採用「德菲法」，關老師不厭其煩跟我來回討論多次，最後認同關老師的說法，努力前進。

本論文分別為「學齡前兒童節目」、「學齡兒童節目」採用二種研究方法「凱利方格法」、「德菲法」，算算為了本論文做了四次研究方法，共計動用了 70 多位在地專家，他們來自教育學者、傳播學者、父母、老師、兒童節目製作核心人員、主持人、文教團體、官方兒童節目政策制定者等參予研究，這是高難度的研究，他們都是各領域的佼佼者而且非常忙碌，雖然很多是我長期建立的人脈關係，但是他們義不容辭參予與協助，尤其是在我要求的時間內完成，再次感謝大家，辛苦各位了！本論文得以順利完成，還要謝謝邱忠融博士生，在這條寂寞漫長之路，忠融撥冗時間互相切磋討論，給了我無比的信心與毅力。

撰寫本論文所花費的研究時間與心力是無法計算的，我的朋友問我怎麼論文還沒寫完？妳在寫曠世鉅作嗎？當然不是，這是自我要求的下場，現在如釋重負，要離開這座寶山了，感謝陳百齡老師，您的話猶言在耳：「妳知道嗎？妳建立的指標不是從《芝麻街》來的，也不是美國學者來的，而是由在地觀眾為代表的所產生的指標是這本論文的價值。」謝謝百齡老師的肯定，在此亦要感謝蘇蘅老師的教誨，您教導的新知與觀念，真是受用無窮；感謝陳儒修老師，開啟我文化研究的視野；感謝江靜之老師、黃新生老師，給予我研究上的指教。

這本論文的誕生，要感謝的人很多，有一路相挺我的人：資深老友鄧潔、學姊李懿芳、周欣怡，以及劉正華老師、劉麗芳助教的悉心叮嚀，有你們相伴真好。最後，要謝謝我的先生方光申，以及遠在美國鼓勵支持我的大兒子匡國、小兒子定國的加油打氣，謝謝有家人的支持，才得以完成我的圓夢計劃。

唐台齡 2014年 夏



中文摘要

本研究作者為資深兒少電視節目製作人暨導播，深感兒童節目是否優質必須回應判斷的標準，因而引發研究動機。製作一個好的兒童節目可以給予台灣土地上的孩子、大人們的是什麼？優質的內涵到底是什麼？一種看似主觀的標準，通過集體的思考、協作，變成一個可以運作的、客觀的標準，亦即指標。對研究者而言，建立一個可以操作性的指標，是本研究追求的目標。

研究的範疇是台灣兒童電視節目，研究的方向是指標的建構，研究的內涵是優質。研究者梳理國外相關文獻發現國內缺少合宜、具深度與學理依據的論文，來分析優質兒童節目的內涵，亦缺乏具操作性的優質指標，這是本論文研究的核心關懷之處。

為補強台灣兒童媒體對於優質兒童節目研究的不足，希冀導入國外相關學習理論，以及兒童傳播權內涵之相關研究。本文研究對象是利害關係人，他們是台灣兒童觀眾的代言人，對優質兒童節目自有其看法與期待。透過文獻分析淬取國外指標的精華，成為「凱利方格法」指標的發想基礎，來自在地專家以歷史回顧建構方法淬取的初步指標，成為「德菲法」問卷之研究，經過多層次的篩選、民主化的過程，整合建構出專業實用優質指標，目的是敦促、激發製作人員製作優良的好節目，另一方面，指標提供業界、學界、傳播界，有心於兒童節目製作與研究者，做為評估優質節目的基礎。未來則以此為基礎，發展其他類型兒童節目優質的判準，方可能促使兒童節目整體品質提升，促進優質兒童節目永續經營。

關鍵詞：優質內涵、指標建構、學習理論、兒童傳播權、利害關係人、行動研究、凱利方格法、德菲法

Abstract

As a senior producer/director of children's TV program of more than 40 years in Taiwan, the author of this thesis has ample knowledge and the expertise of what makes one children's TV program better than the other. The aim of this study is to collect and create a group of Quality Indicators for production individuals as a reference in order to produce better TV programs targeting pre-school kids under 6 and children of 7-12 year-olds in the years to come.

Applying Kelly's Repertory Grid Techniques and Delphi Method, the researcher has successfully invited more than 70 stakeholders participating in the study, namely parents, teachers, senior professionals who make TV programs for children, and those who work in private and public sectors dealing with children's benefit. The outcome: a list of Quality Indicators for Children's TV programs, the first of its kind extracted locally in Taiwan.

The goal of this research and study is to provide a practical guide for production professionals who are interested in enhancing advocacy and communication rights for children. The Quality Indicators will serve as sufficient descriptions and common views of what makes some TV programs uniquely better than other ones.

Key Words: Quality Indicators for Children's TV Programs, Construction of Indicators, Learning Theory, Communication Rights for Children, Stakeholder Theory, Action Research, Kelly's Repertory Grid Techniques, Delphi Method.

目錄

第一章 緒論	01
第一節 研究背景與動機	01
第二節 問題意識	05
第三節 指標建構探討	20
第四節 研究目的與研究問題	24
第五節 章節架構	26
第二章 文獻探討	30
第一節 指標的定義與優質兒童節目之簡介	30
第二節 兒童節目研究背景與回顧	35
第三節 學習理論之應用	40
第四節 兒童傳播權內涵	59
第五節 建構優質節目之核心觀念	65
第六節 文獻分析萃取國外優質指標	67
第三章 研究方法	73
第一節 行動研究	73
第二節 凱利方格法	76
第三節 德菲法	78
第四章 學齡前兒童節目的凱利方格法研究與實施	82
第一節 學齡前兒童節目凱利方格法的具體實施步驟	82
第二節 學齡前兒童節目資料蒐集	87
第三節 學齡前兒童節目質性訪談與分析	89
第四節 學齡前兒童節目優質指標之初擬	100
第五章 學齡兒童節目的凱利方格法研究與實施	108
第一節 學齡兒童節目凱利方格法的具體實施步驟	108
第二節 學齡兒童節目資料蒐集	112
第三節 學齡兒童節目質性訪談與分析	113
第四節 學齡兒童節目優質指標之初擬	123

第六章	學齡前兒童節目的德菲法研究與實施	129
第一節	學齡前兒童節目修正式德菲法研究設計	129
第二節	學齡前兒童節目問卷調查與實施	131
第三節	學齡前兒童節目問卷分析	133
第四節	建立本土學齡前兒童節目優質指標	143
第五節	學齡前兒童節目研究討論與反思	150
第七章	學齡兒童節目的德菲法研究與實施	155
第一節	學齡兒童節目修正式德菲法研究設計	155
第二節	學齡兒童節目問卷調查與實施	156
第三節	學齡兒童節目問卷分析	158
第四節	建立本土學齡兒童節目優質指標	165
第五節	學齡兒童節目研究討論與反思	171
第八章	結論與建議	176
第一節	研究發現	176
第二節	研究結論	183
第二節	研究建議	186
參考書目		189
參考書目 1<中文書目>		189
參考書目 2<英文書目>		195
附錄一之一：「學齡前兒童節目」凱利方格法受測者基本背景		197
附錄一之二：「學齡兒童節目」凱利方格法受測者基本背景		197
附錄二：「學齡前兒童節目」凱利方格法深度訪談大綱內容		198
附錄三：「學齡兒童節目」凱利方格法深度訪談大綱內容		213
附錄四：「學齡前兒童節目」德菲法專家學者群基本背景資料		228
附錄五：「學齡前兒童節目」優質指標第一回合問卷		230
附錄六：「學齡前兒童節目」優質指標第二回合問卷		241
附錄七：「學齡前兒童節目」優質指標第三回合問卷		254
附錄八之一：「學齡前兒童節目」第一回合問卷專家意見彙總表		266
附錄八之二：「學齡前兒童節目」第二回合問卷專家意見彙總表		268

附錄八之三：「學齡前兒童節目」第三回合問卷專家意見彙總表	268
附錄九：「學齡兒童節目」德菲法專家學者群基本背景資料.....	269
附錄十：「學齡兒童節目」優質指標第一回合問卷	271
附錄十一：「學齡兒童節目」優質指標第二回合問卷	279
附錄十二：「學齡兒童節目」優質指標第三回合問卷	290
附錄十三之一：「學齡兒童節目」第一回合問卷專家意見彙總表	302
附錄十三之二：「學齡兒童節目」第二回合問卷專家意見彙總表	303
附錄十三之三：「學齡兒童節目」第三回合問卷專家意見彙總表	304



圖目錄

圖 1-1	兒童節目利害關係人同心圓	6
圖 1-2	指標建立	21
圖 1-3	建構指標對話平台	22
圖 1-4	發展台灣本土兒童節目優質指標之研究架構	29
圖 2-1	皮亞傑認知發展階段	41
圖 3-1	行動研究步驟	74
圖 4-1	凱利方格法進行步驟流程	82
圖 8-1	建構本土兒童節目優質指標回顧	179



表目錄

表 2-1	優質兒童節目的理論與核心觀念整理表	66
表 2-2	國外優質兒童節目核心觀念的指標	70
表 4-1	「學齡前兒童節目」利害關係人二極構念紀錄表	85
表 4-2	受測者 A「學齡前兒童節目」二極構念表	90
表 4-3	受測者 B「學齡前兒童節目」二極構念表	92
表 4-4	受測者 C「學齡前兒童節目」二極構念表	93
表 4-5	受測者 D「學齡前兒童節目」二極構念表	94
表 4-6	受測者 E「學齡前兒童節目」二極構念表	95
表 4-7	「目標觀眾」面向的構面、指標及說明	101
表 4-8	「學習功能」面向的構面、指標及說明	102
表 4-9	「內容呈現」面向的構面、指標及說明	104
表 4-10	「製作技術」面向的構面、指標及說明	106
表 5-1	「學齡兒童節目」利害關係人二極構念紀錄表	111
表 5-2	受測者 F「學齡兒童節目」二極構念表	115
表 5-3	受訪者 G「學齡兒童節目」二極構念表	116
表 5-4	受訪者 H「學齡兒童節目」二極構念表	117
表 5-5	受訪者 I「學齡兒童節目」二極構念表	118
表 5-6	受測者 J「學齡兒童節目」二極構念表	119
表 5-7	「目標觀眾」面向的構面、指標及說明	124
表 5-8	「學習功能」面向的構面、指標及說明	125
表 5-9	「內容呈現」面向的構面、指標及說明	126
表 5-10	「製作技術」面向的構面、指標及說明	128
表 6-1	「學齡前兒童節目」問卷調查實施過程	131
表 6-2	「學齡前兒童節目」三回合問卷發放專家學者人數與回收率分析	133
表 6-3	「學齡前兒童節目」參與三回合問卷調查專家學者所屬領域分析	134
表 6-4	「學齡前兒童節目」修正式德菲法第一回合問卷調查統計報表	136

表 6-5 「學齡前兒童節目」修正式德菲法第二、三回合問卷調查統計報表 ...	140
表 6-6 「學齡前兒童節目」三回合問卷達成一致性指標重要性排列	143
表 6-7 「學齡前兒童節目」28 項優質指標與說明	146
表 7-1 「學齡兒童節目」問卷調查實施過程	157
表 7-2 三回合問卷發放專家學者人數與回收率分析	158
表 7-3 參與三回合問卷調查專家學者所屬領域分析	158
表 7-4 「學齡兒童節目」修正式德菲法三回合問卷調查統計報表	161
表 7-5 「學齡兒童節目」三回合問卷共識指標重要性排列	165
表 7-6 「學齡兒童節目」30 項優質指標與說明	167
表 8-1 「學齡前兒童節目」、「學齡兒童節目」本土優質指標之彙整	179
表 8-2 「學齡前兒童節目」、「學齡兒童節目」的優質內涵與媒觀評鑑的差異	183



第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

一、研究背景

在數位化多媒體衝擊下，網路媒介的影響力雖逐年增加，但是電視的到達率依舊是所有媒體中最高（Nielsen Media, 2011），電視依然是兒童少年最主要休閒活動（吳知賢，1998；林佳蓉，2010），無論是資訊的取得與觀念的吸收，電視媒體都是快而有力的工具（兒福聯盟，2012），電視已成為兒童成長環境中不可替代的生態現象。人類學家瑪格麗特·米德（Margaret Mead）曾將電視比喻為「第二個父母」，因為當今的兒童跟電視相處的時間比父母還多（Neil Postman, 1998／蕭昭君譯，2007，頁199-200）。事實上看電視已成為家庭、學校和同儕團體之外最重要的社會化學習機構，其影響力自是不容輕忽（吳知賢 1998；徐振興，2011）。根據吳翠珍（1999）的調查，台灣的兒童每人每年收看电视的時間大約近1000小時，超過他們在學校的時間，更是遠超過他們與家人、老師相處的時間，這1000小時大多不是為他們製作的節目與內容，孩子從小在上百個頻道就看盡人世間的冷暖，長期暴露在充滿暴力、血腥與八卦的資訊中，愈來愈多學者擔憂，兒童對周遭的世界充滿好奇心，模仿能力又強，而且人格尚未成熟，對外界的各種新奇事物也沒有辨別是非的能力，對於電視餵給他們有聲有色的各類訊息，更是照單全收，模糊了童年與成人之間的界限，Postman（1983）宣稱童年消逝，因為廣電媒體直入家庭，純真的童年生活正在消失之中，最大的影響是改變了兒童整個生命週期的學習過程（Postman, 1983；吳翠珍，1995）。

根據台灣兒童福利聯盟 1997-2000 年連續四年「台灣兒童人權指標報告」調

查結果顯示，在「兒童免受媒體負面影響」的指標上，有將近九成以上的成人和媒體工作者認為此項保障程度很差，其他如「媒體對兒童教化的重視程度」等方面也有不足之處。換言之，媒體對兒童不僅有負面呈現，在呈現內容時，也往往忽視兒童人權的保障與維護（吳翠珍，2006）。

兒童傳播人權的概念自 1980 年代起開始受到國際社會的重視，聯合國於 1989 年通過的「兒童權利公約」¹（Convention on the Rights of the Child，CRC）是一項有關兒童權利的國際公約，該公約一方面保障兒童的表意權，強調兒童應可藉由各種媒介交流彼此的意見，另一方面強調政府、傳播媒體必須鼓勵兒童媒介的製播與推廣，特別主張兒童有接受多元、優質的媒體內容，以發揮大眾媒體正向學習（pro-social learning）的功能。吳翠珍（2002）轉述 Hammarberg（1998）所言，兒童與傳播的三個主要概念：近用（access）、保護（protection）與正向的多元價值（positive alternatives）。

媒體具有「資訊」、「娛樂」、「教育」三種功能，面對身心正在發展、最需要他人保護的兒童族群，英國 BBC（1995）率先提出「兒童憲章」，為了達到服務兒童影視權利的目的，積極突顯「兒童主體」的位置，換言之，兒童電視節目的製作，須由兒童的觀點與文化、經驗著眼。在台灣，兒童在媒介產製過程中主體性未受到重視，普遍缺乏對兒童觀點的關照，充分顯現兒童傳播權利的模糊與不受重視。

國外力行兒童傳播人權多年，反觀台灣媒體的表現欠缺對兒童基本人權的保障，電視沒有足夠的兒童節目，更別提為兒童節目精心設計或做好前製研究了。產製優質兒童節目是兒童傳播權所大力主張與推廣的內涵之一，並應積極建構出

¹兒童權利公約：<http://zh.wikipedia.org/wiki/兒童權利公約>

明確與恰當的「優質指標」，做為產製優質兒童節目的判準，進而創造優良的兒童傳播環境。

二、研究動機

本研究作者擔任兒少節目製作人 30 多年，經常看到節目為達市場效果，常充斥功利、物化女性、粗暴動作與不當言語的內容，嚴重影響孩子的價值觀，因此，製作優質兒童節目的使命感長存於心，不時思忖，對節目製作人員、關心兒童節目內容的大人而言，優質兒童節目的內涵究竟為何，事實上現今國內媒體沒有一套適用的標準可以解釋符合優質兒童節目的條件，更無這方面的指標提供製作人員參考，節目是否「優質」見仁見智，客觀、專業實用的指標付之闕如。

電視業界最常見的指標之一即是收視率指標，如果一個兒童節目收視率表現優異，成功吸引 4~9 歲或 10~14 歲目標觀眾的目光，則代表節目受到兒童少年觀眾的喜愛，卻不代表節目適合他們收看，此乃不爭的事實，許多受到兒童少年喜愛的節目往往是令大人憂心的節目。另外，「電視節目分級制度」²提供父母師長節目是否適齡的參考，非為鼓勵製作優質的兒童節目而定，對於鼓勵製作優質兒童節目起不了積極的作用。自民國九十年起，台灣媒體觀察教育基金會評選國人自製兒童暨青少年優質節目，於每季初進行下一季之優質節目推薦，其作法是針對各電視台每季將上檔與持續播出之節目（不包含每日新聞），在播映前先由專家學者、民間團體、教師、家長、學童等人士組成評鑑小組，共同評選值得推薦給兒童及青少年觀賞之優質節目，並製作「優質節目推廣單」，以供民眾索取作為選擇收視之參考；「優質節目推廣單」以文字描述各節目的優缺點並評定節目

²台灣電視節目分級目前有四級：普遍級（簡稱「普」級）：一般觀眾皆可觀賞；保護級（簡稱「護」級）未滿六歲之兒童不宜觀賞，六歲以上未滿十二歲之兒童需父母、師長或成年親友陪伴觀賞；輔導級（簡稱「輔」級）：未滿十二歲之兒童不宜觀賞，十二歲以上未滿十八歲之少年需父母或師長輔導觀賞；限制級（簡稱「限」級）：未滿十八歲者不宜觀賞。

獲得幾顆星（最高五顆星，最低三顆星），在網站公布各電視台獲得星星的統計作為鼓勵和表揚電視台製播國人自製兒童暨青少年優質節目的努力，可謂用心良苦，尤其「優質節目推廣單」中對各節目優缺點的描述，看法雖見仁見智，卻是國內少數對電視節目可能對兒童少年起什麼樣作用的一種評價，但依然不是一種可作為製作依歸的專業用指標。目前，多數兒童節目製作人員對於優質的定義，多以獲得「金鐘獎」³做為衡量的指標，得獎的節目即為優良兒童節目，本研究作者長期觀察獲獎的兒童節目，無論獎項來自國內、外的肯定，必然有一種可再被複製的共通性，供未來兒童節目產製者依循或參考，成為一種內化的標準，這些客觀、專業、能被分析或描述的共通性，作為各方判斷是否符合優質兒童節目的指標，非常值得運用社會科學的研究方法，找尋到來自各方的共識。

然而，研究者在文獻蒐集資料時，卻發現缺少一個適合、從深度的學理方式以嚴謹概念去分析「優質」的特質，它的真正內涵以及它的可操作性，需要透過特定的研究方法，蒐集並建立適用、目標明確、可實踐的指標，以補充目前「優質指標」在實際運用上之不足。本研究欲探討當前兒童節目優質指標的侷限性，試圖透過一種集體思考、協作的過程，讓看似主觀的優質節目標準轉變成可以運作的、客觀的標準，亦即「指標」的可行性。

研究者基於多年電視節目的實務經驗，相信建立專業可執行的指標，在促進兒童節目整體品質各方面提升當有所助益。「優質」的積極指標除了可以讓研究者與過去經驗以及國內外優秀案例形成對話，更可提供關心媒體影響力的父母、師長協助其子女、學童選擇收看節目時有更明確的參考指標。「優質」指標亦可鼓勵製作單位在製作兒童節目時有更寬闊的視野，在追求收視率、獲得金鐘獎或

³金鐘獎：台灣傳播媒體的最高獎項，也是台灣傳播媒體業界一年一度的盛事，「金鐘獎」創始於1965年，2012年以前由中華民國行政院新聞局主辦，之後則由中華民國文化部影視及流行音樂產業局接續主辦。金鐘獎設立之初，是以獎勵廣播事業為主，設置新聞節目、音樂節目、廣告節目等獎項，1971年始將電視納入獎勵範圍，自此金鐘獎正式以廣播及電視為獎勵對象。

廣告利潤之外，兼顧節目的教育理念與價值，上述面向的考量，都可突顯本論文的研究價值。

因此，本研究建構優質指標的目的是重新思考兒童節目的定位、建立分齡機制、引進理論觀點、提升節目品質，實有其必要性。不過，在研究之前，必須先釐清一個觀念：一個傳播行動，絕對不會只有單一一群目標觀眾（target audience），兒童節目雖然是做給孩子看的，但是跟兒童節目最有關係的製作核心人員、父母師長、學者專家與民間教育團體以及兒童節目政策制定者，這四方利害關係人（stakeholders）和建立「優質」指標大有關係，因為他們多少均承擔兒童收看電視行為的風險。

第二節 問題意識

近年來民間團體針對兒童節目目標觀眾（target audience）做許多收視行為問卷調查，卻顯少針對兒童節目的利害關係人（stakeholders）做相關的研究調查，其實他們對於優質兒童節目是有所期待且具判斷標準，只不過他們沒有足夠的共識語言做描述，但並不妨礙四大群體之間形成共同的利害關係。

借用西方人關係理論，1984年 R·愛德華·弗里曼（R. Edward Freeman）在《Strategic Management: A Stakeholder Approach》一書中提出，界定「利害關係人」是在一個組織中會影響組織目標或被組織影響的團體或個人。國內也有學者把利害關係人理論（stakeholder theory）運用到其他社會學關係網絡的分析，研究者利用這樣的關係理論來解釋現在媒體製作到接收反思的體系是很有用的。

薩瓦奇（1991）認為，應該關注員工、顧客、社區及所有與企業有關的個人

或團體才行，以企業擁有者為核心的一個同心圓，層層向外擴散（廖婉君、林月雲、虞邦祥，2008）。運用同心圓原理，每一個同心拓展出去就是它的對話者，和兒童節目各有關係，簡言之為共同利害關係，由此來思考兒童節目。以兒童節目為核心的一個同心圓，層層向外擴散，最核心的應是節目製作人員，再來包括父母、師長群體，再往上一個層次，即為學者專家與民間團體，他們是扮演協助父母、監督節目的角色；兒童節目政策制定者則屬最外圍，運用利害關係人理論，兒童節目指標建構有關的四方關係人同心圓（參見圖 1-1），本研究以下將針對這四方關係人進行介紹：

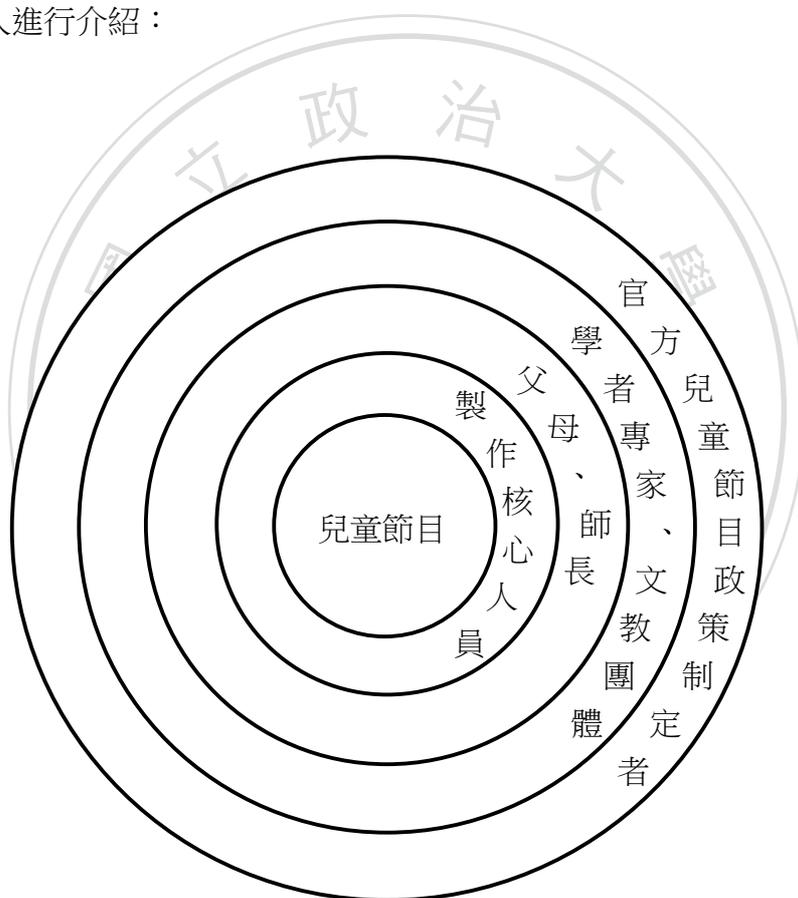


圖 1-1：兒童節目利害關係人同心圓

資料來源：研究者自行整理

本研究不包含兒童觀眾，因為他們的心智尚未成熟，當不在利害關係人之中。本研究界定的利害關係人對於兒童節目的優質意涵有不同的想像，他們各說

各話，分述如下：

一、製作核心人員

製作團隊的節目核心人員，包括幕後的製作人、諮詢顧問、企劃、編劇、執行製作、美術設計、音樂創作人等，以及幕前的主持人等。他們是用什麼樣的態度製作節目呢？很多商業媒體為了收視率，製作人被迫產製一些搞笑、裝可愛，娛樂取向的兒童節目，以迎合觀眾口味，兒童節目品質下降幾乎是公認的事實；有人歸咎於製作人員缺乏兒童教育理論的基礎，常忽略兒童人格、心理層面及兒童認知發展的需求，例如學齡前兒童節目中經常出現的主持人如大哥哥、大姊姊用誇張的動作、裝可愛的聲音、超夢幻甜姐兒打扮，扭腰擺臀唱唱跳跳，跟電視機前的兒童觀眾互動，以博取小朋友的喜愛；或是提供國小中、高年級兒童知識類的節目，由於知識類節目較容易獲獎，於是電視台都往此方向發展，導致節目類型、內容缺乏多元性。長久以來做節目的人以成人觀點出發，忽略了兒童本位的思考模式，以致說教多於趣味，兒童的身心得不到放鬆，造成學習的反效果，形成兒童節目不是成人化便是弱智化，兒童節目表現不優，近年來已成社會各界批判的問題焦點（唐台齡，2010）。

然而，電視業界亦不乏以做好兒童節目為職志的製作人，他們對節目的品質要求嚴格，未達到節目水準，不惜重拍或修改到滿意為止，絕不敷衍了事，但是這類製作人員如何評估節目的優、劣，對優質兒童節目的定義，並沒有一套判斷的標準依循，而是製作人員主觀的評估，評估的標準又因人而異。事實上，評估優質節目落實之道，便是指標的建構，讓所有參與節目製作的人員得以參考操作與運行。

即使非營利之公共電視台嘗試在收視率之外，另外發展收視質（節目品質滿

意度)、品質、影響力,做為衡量績效指標的參考(公共電視,2006),但是,公視的績效指標,均屬節目作品完成後的後設獎勵與評量,並未針對兒童節目優質指標做全面性的探討,來作為兒童節目製作過程之參考。

二、父母師長

Buckingham (2000) 指出,「媒體恐慌」的角度由來已久,尤其媒體帶來的性和暴力。身為父母師長如何幫助孩子把關、篩選適合他們收看的節目呢?根據 NCC「2011 兒童收看節目及廣告對其行為影響之研究報告」,有 43.8%的家長表示「不會」規定或限制小孩看電視情形,這一派的家長觀點認為孩子可以主動掌控自己的媒體經驗,不用太過於保護;有 56.2%的家長表示「會」規定或限制小孩看電視,這一派父母認為孩子未成年,還沒有準備好面對媒體,需要大人的保護(國家通訊傳播委員會,2012,頁 130-131)。

不過,不少父母以為卡通就是兒童節目,殊不知有些國外卡通影集的收視對象以成人為主,其煽色腥或充滿粗暴動作與不當言語的內容,對於兒童的價值觀建構是非常壞的示範,當然不適合兒童觀看,自然不能歸類為適合兒童觀賞的節目(李怡慧,2004;唐台齡,2010)。韓秀真(2006)建議家長應該挑選優質節目陪童孩子收看,既能增進親子互動,又能透過節目的主題與孩子溝通。如上所述,研究者倘若建構出優質兒童節目的具體定義與意涵,一方面可提高家長對優質兒童節目的知悉度,另一方面,父母對優質有所期待,卻擔心優質節目不足,電視台若能參考具體的優質兒童節目指標來製作節目,也可能提升兒童節目質與量的水準,進而滿足家長與兒童的收視需求,這也涉及了大眾媒體必須滿足「兒童傳播權」之責任,本研究後續會進行更深入的說明。

另一方面,饒淑梅(1994)指出教師的年齡、學歷、課程內涵評估是影響教

師電視素養課程認知之重要因素，其實學生的家庭社經地位，教師電視素養的認知等，也影響他們對兒童節目的認知。無論是父母或師長，雙方均是隱性的群體，雙方的聲音需要有效的機制整合，才能形成優質兒童節目共識性指標。

三、學者專家與民間團體

關心兒童使用電視的教育學者紛紛提出呼籲，要重視兒童這一特別的觀眾（Dorr, 1986）。以國內的兒童節目而言，即使2000年東森幼幼台開播，以及2006年成立的MOMO親子台，均以服務八歲以下兒童為主要收視對象成立的兒童頻道，但是仍缺乏學齡兒童收視的專屬頻道。學者專家有不同的觀察，媒體教育專家吳翠珍、陳藹玲等人（2000）認為商業電視媒體沒有盡到責任，做出符合有教育意義、提供合理數量的兒童節目，於是呼籲做為公共服務媒體的公共電視，必須提供兒童多元內容與資訊節目，針對兒童節目的播出時段、方向、節目策略、資源的開發與運用、教育服務與推廣、節目網站、節目的改進等提出具體的建議，公視亦依據公視法製播一系列兒童青少年分齡節目（唐台齡，2009）。

長期關注兒童與電視的公益團體如「兒童福利聯盟文教基金會」〔兒盟〕與「媒體觀察基金會」〔媒觀〕，他們做了很多兒童與少年節目〔兒少節目〕的研究與評鑑，因此，本研究將會檢視他們對「優質」兒童節目的研究成果以及如何評鑑兒童節目的表現，以作為後續建構「優質兒童節目指標」之參照。

（一）兒童福利聯盟文教基金會

兒盟為介紹兒童少年福利法與相關資訊。「給孩子一個更好的世界」是兒盟的宗旨和目標，讓每個孩子都能擁有愛、關心和了解，平安、健康的成長。兒盟為瞭解台灣兒童的收視習慣、兒少節目的內容與品質，在進行「2012兒少收視與

兒少節目困境分析」問卷調查中，發現專為兒童量身打造的兒童節目如《水果冰淇淋》、《下課花路米》、《地球的孩子》等，在兒童眼中卻是叫好不叫座，是兒少各類經常看節目的最後一名，為何引不起台灣兒少觀眾的興趣，分析其中原因：

1. 缺乏多元性，多為「知識類節目」其情節、內容不夠多元。
2. 播出時段冷門，除了卡通，只能選擇「知識類節目」。
3. 國外卡通令人擔憂，像是知名的美國卡通影集《海綿寶寶》，平均每3.75分鐘就會出現一次自殘、死、屁屁等不雅言語；《航海王》每六分鐘就會出現暴力畫面；女生最喜歡的《美少女戰士》，戀愛情節不乏接吻、情敵、搶人男友等，長期觀看這類節目對孩子都是非常不良的示範。

根據兒盟調查發現國小六年級的學童在學校每天平均約有一個多小時的國語跟生活倫理課，電視對於孩童在語文能力與社會價值觀的形塑上，其影響力不亞於家庭或是學校教育，甚至有過之而無不及。兒盟呼籲電視頻道應提供更多適合兒少觀賞的兒少節目；兒少節目的內容應更加多元化；家長應陪伴篩選收視內容，一起為孩子們創造更健康友善的電視收視環境。兒盟站在關心兒童收視權益與兒童節目內容是否適當性，提出調查報告供各界參考。本研究為深入了解兒盟對於兒少與媒體的研究以及優質節目判准，特別採訪兒盟執行長陳麗如、兒盟社工主任王靜文，提出以下問題，獲得相關回覆如下：

1. 兒盟關注孩子哪些議題？

兒盟長期專注在孩子的議題上面，包括立法上、政策上，或是直接提供孩子服務，近年來我們提供弱勢兒少、弱勢家庭服務，提供一些資源給這些孩子，偏鄉小學的服務也提供挹注。另外，媒體對兒童的影響、兒童的傳播權也是兒盟很關注的議題。

2. 兒盟為什麼想提倡兒童傳播權？

兒盟於 2004 年開始投入兒童傳播權的調查與倡議工作，在當年金鐘獎頒獎典禮，無論得獎或是沒有得獎的兒童節目的製作單位，都一致表示製作環境惡劣，沒有辦法作出好節目，這似乎呈現台灣兒童傳播環境的現況「量不足質不優」。兒盟在十二月十日國際人權日的前夕，召開「檢視 2004 年兒童傳播權記者會」，結果發現，專屬兒童和青少年的廣電節目嚴重缺乏，全國的兒童和青少年節目每週播出時數少得可憐，電視方面只有 2.2%，而全國的兒童與青少年人口有 550 萬，佔人口總數近 24%，孩子的收視權益嚴重被忽視。更令人擔心的是目前有關兒童權益的廣電的政策和法律嚴重不足，只有兒童及少年福利法定訂了媒體保護和分級相關辦法，但即使訂定了，在落實執行上還是會遭遇業者或其他強大的反對壓力。

廣電媒體對於兒童價值觀的影響如此之大，不良影響又如此之多，兒盟於 2004 年和長期關心兒童福利文化大學賴祥蔚教授共同合作，針對兒童在傳播方面的權利提出「兒童傳播權」的概念，一方面檢視兒童傳播權被保障的現況，同時更希望從憲法與法律的高度來具體落實。

3. 兒盟內部對於優質節目的定義、看法、理念、指標為何？

兒盟針對優質節目定義從二個方向來看，一是消極面：參考《電腦軟體分級辦法》分為「普通級」、「保護級」、「輔導 12 級」、「輔導 15 級」、與「限制級」五個等級，內容不該呈現色情、暴力、怪力亂神以及過於不當價值觀；二是積極面：切合孩子生活面臨的問題，傳遞正確處理方式。

4. 如何評判優質節目？基於什麼理念得出操作型定義？

2013 年媒觀基金會委託兒盟做優質節目評鑑指標，兒盟依據媒觀給予的四大優質面向（1）節目企劃宗旨與內容取材。（2）角色人物、內容結構、對話旁白。（3）畫質、音質優美，引人入勝。（4）是否反應兒少等當事人觀點。

訂出優質節目操作型定義包括（1）主題與內容取材合宜。（2）傳達正向人際關係與兩性關係。（3）呈現多元文化與價值。（4）尊重弱勢族群，示範良好人權意識。（5）呈現方式適當。（6）節目製作品質優良。（7）語言對話適當。（8）無不當暴力、色情、靈異、迷信內容。（9）無不當刻板印象。（10）具有創意。（11）畫質、音質清晰優美。（12）節目生動活潑、趣味性。（13）共鳴、感動。（14）可看性、引人入勝、娛樂性、趣味性。（15）提供兒童表達意見管道。（16）反應兒童、少年觀點（適齡）。

5. 兒盟一系列兒少與媒體調查，社會有無反饋？

- （1）兒盟的系列調查，促發國家通訊傳播委員會所擬定的兒少通訊傳播權益政策白皮書。
- （2）參與兒少法修法，針對傳媒在涉及兒少的新聞報導內容予以規範。
- （3）社會大眾對兒少傳播權的重視程度，與其對兒少主體的認識、對兒少人權的尊重息息相關，都仍有待持續的倡議。

媒觀基金會委託兒盟為所做的優質節目評鑑指標立意頗佳，對節目製作人員而言，亦頗具參考價值，然而，並未深入針對學齡前和學齡兒童節目分別建構出優質節目內涵的指標，這可能涉及了該團體的資源與目標設定，因此，本研究將協助建構學齡前和學齡兒童節目優質指標，以便讓兒盟這類公益團體可以參考。

（二）媒體觀察教育基金會

以「媒體觀察教育基金會」〔媒觀〕為例，媒觀為了能夠鼓勵本土的媒體及傳播工作者能有更強烈的使命和動機來製作兒少節目，同時也推薦給兒少閱聽人及家長們優質的兒少節目，故而舉辦「國人自製兒童暨青少年優質電視節目推薦」

⁴活動。本研究為了解媒觀內部對於兒少優質節目的定義、看法、以及評鑑的標準與有無指標可依循，因而採訪媒觀公共事務長也是中國文化大學大眾傳播學系助理教授林福岳老師，訪談內容如下：

1. 媒觀為什麼想做這樣的自製兒少優質節目評鑑？

收看電視是台灣兒童及青少年的最主要娛樂方式，但台灣電視環境中，普遍而言，兒少節目出現頻率偏低、水準不佳、製作成本低，也未獲家長和兒少觀眾的好評。根據媒體素養研究室所歸納的兒童傳播人權五大面向，其中之一強調「兒童有接收優質兒童媒介文本的權利，優質兒童節目必須傳遞人類正面基本價值、鼓勵創意思考以及自由行動與抉擇、強調世界與在地各種族不同的文化價值，在娛樂之餘並支持兒童接受教育的權利。」為了鼓勵本土的媒體及傳播工作者能有更強烈的使命和動機來製作兒少節目，同時也推薦給兒少閱聽人及家長們優質的兒少節目，因此，決定舉辦「國人自製兒童暨青少年優質電視節目推薦」活動。

2. 媒觀內部對於優質節目的定義、看法、理念、指標為何？

當初在建構評鑑判準的時候，曾邀集傳播、教育領域的學者專家、基層教師、家長、兒童、青少年、NGO 組織工作者等，經討論之後訂定出下列數項評鑑表標準（1）主題意識：關於節目企畫的宗旨，以及內容取材。（2）呈現方式：節目中的角色人物、內容結構、對話旁白等。（3）可親近性：節目製作方面的畫質、音質是否清晰優美，節目是否生動活潑、引人入勝等呈現的品質。（4）當事人觀點：是否反應兒童、青少年等當事人觀點。

另外，我們也列了一些參考的指標，做為評審評鑑時的參考依據，項目包括（1）主題與內容取材合宜。（2）呈現方式適當。（3）節目製作品質優良。（4）

⁴國人自製兒童暨青少年優質電視節目推薦：

http://mediawatch.org.tw/mwshow_minor?yid=102&qid=2

無不當暴力、色情、靈異和迷信內容。(5) 不強化不當刻板印象。(6) 傳達正向人際關係與兩性關係。(7) 語言對話適當。(8) 呈現多元文化與價值。(9) 尊重弱勢族群，示範良好人權意識。(10) 節目具有創意、生動精彩、可看性。(11) 節目是否提供兒童表達意見管道。(12) 節目是否反應兒童觀點。

3. 如何進行評審作業？邀請評審團的方式、評審的標準、給幾顆星的意涵？

關於評審團隊，我們是邀集傳播、教育領域的學者專家、基層教師、家長、兒童、青少年、NGO 組織工作者等各領域的人士組成，希望能夠以更為多元、貼切的觀點評選優質節目。評鑑階段採初審與複審兩階段進行：

- (1) 初審階段由本會同仁先就節目企畫宗旨與內容相符程度進行檢視，並排除含有不當暴力、歧視、廣告化、侵犯人權等疑慮的節目。初選通過之後，交由評審委員進行第二階段的複審作業。
- (2) 複審階段由傳播、兒童、教育等領域之學者專家、國高中或小學教師、家長、學童、民間團體工作者等擔任評審。

除給予「不推薦」、「推薦」及「非常推薦」等不同星等外，評審並需簡述推薦理由，以及其他建議事項（例如內容部分、播出時間、收視對象、加註警語、其他收視建議等），以作為節目製作單位參考。複審作業結束後，由本會整理每位評審的評分與星等，如果出現評審之間爭議較大的節目，還會再召開評審會議討論，以確定最後的推薦節目名單。關於推薦星等，我們的標準是由評審來決定：三顆星以下不推薦，★★★推薦，★★★★很推薦，★★★★★非常推薦。

4. 被推薦節目的回饋，是否與被評審節目、家長、社會大眾對於評審節目的討論？

為了評鑑結果能夠真正鼓勵製作、並使得閱聽眾可以實質受益，我們非常重

視訊息傳佈和意見交流的工作。每一次評鑑都會進行下列工作（1）發佈新聞稿及不定期舉辦記者會。（2）出版媒體觀察專刊，介紹當季優質節目，同時也會在本會的會訊、電子報和網站露出，並聯合其他相關團體提供連結。（3）發送中小學校、社區圖書館、教師團體、兒少團體、基金會等。（4）放置各地圖書館、書店、兒童書店等公共場所，供民眾免費索取。（5）電台節目、報紙、雜誌專訪或專題報導等。在活動方面，我們會舉辦年度頒獎典禮，頒發年度五星優質節目獎，獎勵優秀節目。另外也會和其他關切此議題的民間團體結盟，透過合作，擴大活動的公信力與影響力。

本研究與媒觀訪談之後發現了三個問題：

1. 評選節目主題的問題：就學理而言，幼兒/兒童/青少年/闔家觀賞屬於不同類別的差異，學理上不可混為一談，（例如皮亞傑的認知發展理論告訴我們 0-2 歲感覺運動期、2-7 歲運思預備期、7-12 歲屬於具體運思期、12-18 形式運思期），這牽涉了優質兒童節目評審人選與內容判準的差異，本論文第二章的文獻探討會進行更清楚的說明。
2. 評審人選的問題，缺乏判準：
 - （1）就學理而言，幼兒/兒童/青少年/闔家觀賞屬於不同類別的收視對象，為什麼可以將他們視為同一類目標觀眾來參與評鑑？
 - （2）本研究認為，從學習理論的角度而言，兒童心智尚未成熟，他們關心的比較是節目是否有趣或是否能夠吸引他們看下去，而不是節目是否優質。因此，本研究列舉的優質節目利害關係人不包含兒童族群。如果媒觀認為兒童不只是能說明自身對兒童節目的偏好程度，還有能力提出節目是否「優質」的判準，是否有相關學習理論的依據？
3. 優質節目星等的清楚意涵為何？例如媒觀列舉了內容取材、呈現方式、可親近性以及當事人觀點等評審面向，卻沒有針對各種評鑑面向中的具體指標來

對節目給分。此外，媒觀沒有說明幾顆星以上的節目是適合推薦給青少年、兒童或親子共賞，幾顆星以下的節目是不適合推薦的節目。而且一些標榜國人自製兒童青少年節目，其節目設計上，並未從兒童與青少年的需求出發，很多是針對普羅大眾的口味與需求進行設計，然而，普羅大眾看的節目不見得適合兒童與青少年。

以五顆星到三顆星代表不同程度的推薦，五顆星就是最優，其實幾顆星在父母師長心目中，只是適合或不適合孩子收看的參考，然而，拿到三顆星一定比五顆星更不值得一看嗎？研究者相信，必然是各有千秋，即使得到五顆星的節目也不足以讓他人了解其「優質」真正的內涵是什麼，要有一個判斷的基準，有無了解國內外優質節目有哪些，判準如何？媒觀推薦優質節目，需要實施一套機制透過年齡層來區分，而不是將各類節目放在一起評比。

媒觀（2012）接受 NCC 委託辦理「適齡兒童電視節目標章」⁵，然而，對於適齡也沒有清楚的描述，雖然由專家學者、教師、家長、NGO 組織代表參與評選，但是如何邀請這些人擔任評審，評估好節目需要有一套機制篩選，淘汰不好的節目保留好的節目，從學術角度、各種面向判斷，評估的機制是可操作化的，有無兒童相關理論做為背景，針對兒童做第一手的實驗調查，或是有規模的田野調查，到底什麼樣節目是適合他們這個年齡層收看。其實，媒觀為閱聽眾挑選優良和適齡節目的用意良善，但媒觀評估機制似乎參與性不足，不易達成效果，評估要有一套方法，才能凝聚共識，具有公眾的基礎。

四、官方兒童節目政策制定

⁵適齡兒童電視節目標章：<http://www.mediawatch.org.tw/host-activity/2103>

如前所述，官方對於兒童節目的獎勵與督導也是評判何謂「優質」兒童節目的判準之一。舉例來說，行政院新聞局（文化部影視及流行音樂產業局前身）為鼓勵三家無線電視台（老三台：華視、中視、台視）重視製播優良兒童節目，1982年開始每年舉辦「優良兒童節目獎勵」，邀請專家學者對於老三台自製兒童節目的內容及表現型態，進行評鑑，最後選出前三名頒發獎金、獎牌加以表揚。新聞局的這個措施，無非是期待三台能提升兒童節目品質，讓兒童收看具啟發性、教育性，水準之上的兒童節目（聯合報，1986.8.15:12）。

（一）官方規範

另一方面，新聞局重視兒童節目管理，為了保護兒童的收視權益，提出「電視兒童節目改進方案」，準備積極輔導電視業者製作優良的電視兒童節目，無奈結果事與願違，關鍵在於「電視兒童節目改進方案」並非法規，新聞局多次邀專家學者召開兒童節目座談，決定落實在法規裡。「廣播電視法」於1987年10月15日修正發布「電視節目製作規範」明文規定三台兒童節目的時段：電視台週一至週五每日傍晚 6 點至 7 點半間，均安排半小時之兒童節目，週六、週日應安排一小時，其中並有兩檔須為自製，如欲增加播出時間，應以自製兒童節目為限。這項新規定的實施，除了在量的方面要增加自製兒童節目的數量，質的方面也要充實內容，甚至還強調兒童節目主題應該「以知識與啟發智慧為主，非競賽表演型態節目」，當時無線四台在法規約束下產製約70個兒童節目之多，到了1999年廣電法取消自製兒童節目播出時數，以致兒童節目寥寥無幾，直到有線兒童頻道與公共電視頻道出現，兒童節目的「量」雖有改善（中華民國電視年鑑，1988，2000）。但是，兒童頻道節目內容多是購自日本與美國的卡通，自製節目則限於帶動唱，完全缺乏富教育及知識性的節目。兒童節目的「質」與「量」，也只

有公共電視依據「公視法」⁶規定，發展一系列特為兒少製作的節目（唐台齡，2009）。

反觀美國1990年，美國國會通過「兒童電視法」(Children's Television Act of 1990)，授權聯邦通訊傳播委員會（Federal Communication Commission[FCC]），FCC確實應用與執行，FCC有了法源基礎訂定相關規則規範電視業者，電視台必須提供合理數量的兒童節目。且定義出何謂教育節目的內容⁷（Kunkel& Canepa, 1994）。透過許可程序檢視是否符合兒童需求，製作教育節目是否有意義的目的，是否滿足16歲以下兒童之教育性和知識性需求為目的之節目，並且有教育標記被公開和印製的產品（FCC MM案件No.93-94, 1996）。如果做出不具備教育價值的節目如《忍者龜》，而聲稱自己努力，電視台將會被罰款（FCC, 1996）。

FCC並在1996年修正「兒童電視法」施行細則：對於各電視網與有線電視台再換照規定中加入兒童節目整體規劃的考量，所有電視台每週必須提供至少3小時的兒童教育與資訊節目以符合換執照條件。包括每週的量，播放的時間以及哪些人觀看。在兒童收視的主流時段，設定兒童節目播出時段的基本門檻。保障兒童收視權益。學齡前兒童節目每週5小時、學齡兒童節目每週2.5小時，播放的時間是早上7點到晚上10點之間，定期安排播出，每集至少30分鐘長度（FCC MM案件No.93-94, 1996），並評估其兒童節目之施行是否達成增進兒童青少年教育與知識價值之優質兒童節目（廖淑君，2005；李律鋒，2011）。FCC的明確宣示之後，產製了許多優質的學齡前教育節目如《Blue's Clue》、《Barney & Friends》、《Dora the Explorer》等等。

⁶公視法第四十條規定：公共電視不得於任何時段，播放兒童及少年不宜觀賞之節目。週一至週五每日十七時至二十時之間，應安排兒童及少年節目至少各半小時；週末及假日應提供兒童及少年節目至少各一小時，其時段由電台依兒童及少年之作息情況定之。

⁷公益團體如兒童電視行動（Act for Children's Television [ACT]）：規定廣播電視服務提供「教育與資訊」節目的需求，「教育」節目內容定義：歷史、科學、文學、環境、戲劇、音樂、藝術、人類關係，其他如文化、語言、閱讀和數學。

（二）NCC發佈「兒少通訊傳播權益政策白皮書」

回頭來看，我國欠缺專法管制兒童節目。國家通訊傳播委員會[NCC]為提升兒少節目質量與發展策略，於2010年7月邀請學術與實務工作者，召開兒少通播權益政策小組專家學者諮詢會議，針對兒少傳播權益提出兒少節目政策意見，本研究者以兒少節目資深實務工作者受邀參與，與會人員期望電視台多製播兒少觀點與兒少參與節目，營造優質製播環境。NCC並於2012年4月正式對外發佈「兒少通訊傳播權益政策白皮書」⁸，調查發現，台灣電視兒少節目只占有節目的百分之二，其中九成更是外國卡通，台灣自製的兒童節目只有百分之零點二。因此，NCC鼓勵申設兒少頻道與發展具有質量的本國兒少節目，要求各電視台播出一定時數的兒少節目，但是，NCC並未像美國有「兒童電視法」明確訂定每週的量，播放的時間以及哪些人觀看？以及定義何謂教育節目的內容等。由於NCC沒有法源依據，只能要求電視業者製作分齡優質節目，以做為電視台換發執照的考核項目之一。

（三）兒童電視節目與換照

兒少節目播出淪為電視台為更換執照而虛應配合的政策，有的播出時段甚至出現在「周一至周五凌晨0~1點」、「週日清晨3:50~4:20」等睡眠時間，孩子根本看不到（兒福聯盟，2012）。NCC於2012年重新檢視並修正節目分級辦法，兒盟建議適合闔家觀賞的普級時段節目就要更加重視兒少的收視權益，政府與節目單位應製作更多元化的兒少節目。但人們卻抱怨很難找到既富教育意義且又優質的兒童節目，為何優質的節目這麼少？

⁸兒少通訊傳播權益政策白皮書：<http://220.132.125.162/2012anti-spam/d/safe.pdf>

雖然文化部每年舉辦「廣播電視金鐘獎」⁹選出「最佳兒童節目獎」、「最佳兒童節目主持人獎」，以鼓勵電視台製作優良的兒童節目，NCC亦會參考兒童節目是否有入圍或獲獎紀錄，當作電視頻道換照的評核指標，並藉此來鼓勵電視頻道製播優質節目。前述NCC與文化部做法是官方鼓勵電視台製作優質兒童節目的具體宣示，至於優良兒童節目的盼準，卻缺乏具體可行的指標依據。

第三節 指標建構探討

好的指標可改善社會大眾對優質節目的瞭解，並提供閱聽人在選擇節目時所需求的資訊（Elliott, 1991；Mayston & Jesson, 1991）。黃政傑、李隆盛等（1996）整理國內外學者相關文獻（Nuttall, 1990；Anderson, 1991），歸納好指標的標準（1）指標的選定應依據理論。（2）指標能反映現象的核心或重要特徵。（3）指標能被眾多人瞭解與採用。（4）指標應有共通的「操作型」定義。（5）指標所測量的應是可觀察且能賦予數學運算的現象。（6）指標的數據應能符合各項規準，在有效性、可靠性、穩定性、可用性、反應性、量表性、分割性、代表性與其它指標的重合等。（7）指標應據中性屬性（Anderson, 1991）。（8）指標的種類眾多，避免只使用單一指標去測量某一現象。（9）指標可公平且多元化的跨國比較（Nuttall, 1990；Anderson, 1991）。（10）指標應來自現成資料或是可以較簡單與低成本搜集與計算者（Anderson, 1991）。（11）指標具診斷性且提供選擇（Nuttall, 1990）。

綜合上述，指標的定義是可操作化的（operable）、具有評估基準的，因此，研究者可以透過討論來建立關於指標的共識與共同論述。指標的建立可以從三個

⁹廣播電視金鐘獎：

<http://www.bamid.gov.tw/BAMID/Code/NewList.aspx?id=4a31e90d-1530-4c9e-a6a1-82fa80a9a810&Temp=NewList5&PageCount=10&ContentID=24dc75c3-4bee-4614-bc1c-ed1a2ebe814e>

層次來探討：期待、評估機制、操作運行（參見圖 1-2）

一、指標建立與對話平台

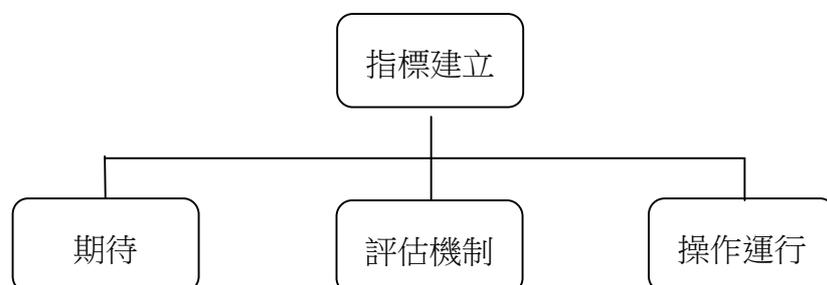


圖 1-2：指標建立

資料來源：研究者自行整理

優質兒童節目是四方關係人主觀的期待。進一步而言，好節目需要有評估機制篩選，要有一套判斷的方法，不是一以貫之而是分層分類。因此，研究者必須將各方期待轉化成評估的機制，亦須視不同年齡層採不同的判斷與評估的機制。前述之製作核心人員與民間團體缺乏一套評估的方法，即使有了判斷的方法還不夠，要大家都能參與、操作、運行，這也是四大群體關係人探究的重點。

所謂可以操作運行的指標，目的在於淘汰不好的節目，保留好的節目，指標是永續經營兒童節目時需要的概念。指標之建立可以讓四方關係人參與對話，譬如父母師長、民間團體均可用同樣指標跟製作團隊、學者專家相互對話，用語言做精確的描述、能夠清楚定義「優質」之內涵者，方為好的、可操作的指標。原本利害關係人各說各話，本論文將建構對話平台，以凝聚何謂優質指標的共識（參見圖 1-3）。

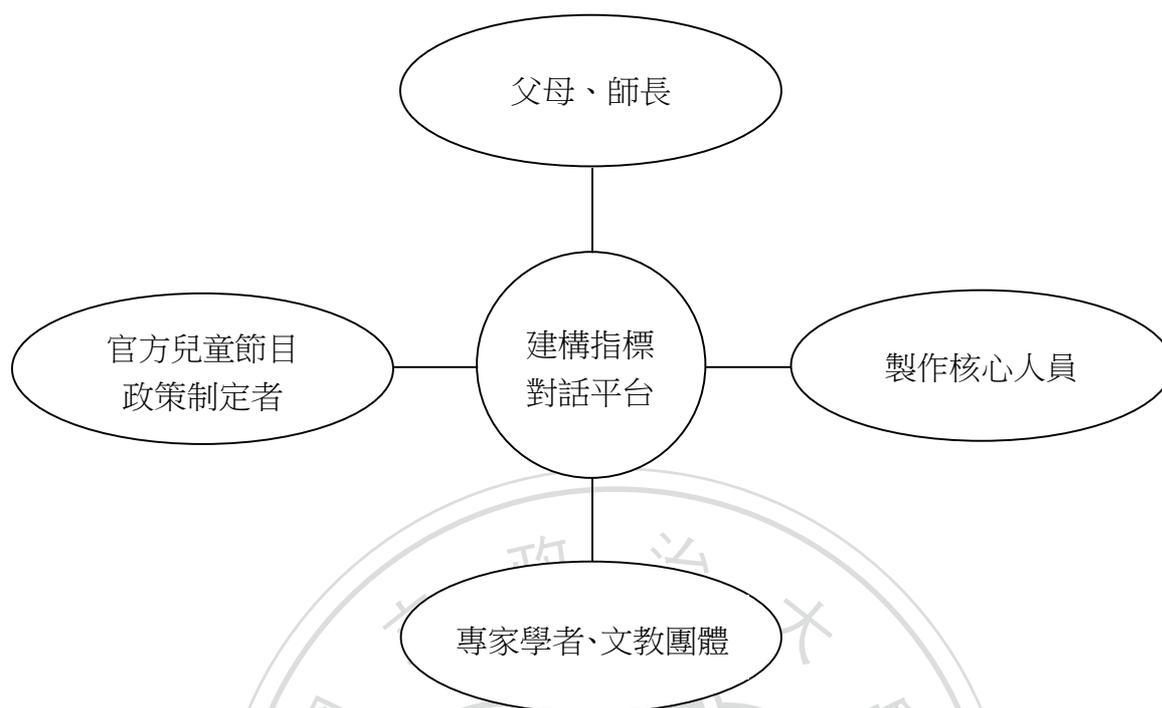


圖 1-3：建構指標對話平台
資料來源：研究者自行整理

二、 建構專業實用的優質指標

本研究認為建構兒童節目專業實用的優質指標，是刺激兒童節目的製作核心人員，把這些指標納入思考的前設目標，在節目製作初期便納入節目的設計之中，進而回饋到後設目標，做為製作人員對節目的前設與檢驗節目優劣的標準，如此一來，便可能產製出更多優質的兒童節目。

本研究訂定的指標，是有它的方法論（參見第二章第一節），藉此讓各方利害關係人真正的了解兒童節目優質的判準。兒童有權利收看為他們精心製作的優質節目，因為一個節目是否可以被稱為兒童節目，應該從節目設定的目標觀眾、有益兒童身心發展的內容來和其他節目做區隔。因此，製作優質的兒童節目是兒

童在傳播媒體上的基本權利，其中最核心的推動者是兒童節目的核心製作人員，因為他們是節目的催生者和生產者，有必要探討優質兒童節目成效與教育媒體發展的關連性。

三、相關重要概念界定

本研究主要概念包括「兒童節目」、「優質」、「指標」，旨在討論專門為兒童製作的兒童電視節目，其優質的條件與指標建構方式，茲定義如下：

(一) 兒童節目

美國和澳洲皆對兒童電視節目有所規範。依據澳洲自製「兒童電視節目標準」(Children's Television Standards [CTS])，對於兒童節目定義：(1) 兒童節目則是指專為兒童或一群兒童所製作的節目。(2) 具有娛樂性質。(3) 能夠增進兒童的理解和經驗，以及適合澳洲在地兒童的節目。但前提是兒童節目對兒童具有學習上的正面效果，提供符合兒童身心發展之知識性、教育性及娛樂性節目。王育敏(2006)指出，良好的「兒童節目」幫助兒童獲得智能、精神等成長。本研究界定兒童節目，是專為兒童製作的節目(不包括少年節目)，必須具備明確的教育理念，以兒童為中心，重視他們的身心發展、想像力和文化差異，滿足兒童興趣與需求，發揮「寓教於樂」功能。

(二) 優質

依據英國Peabody Award, 1948-1995分析四十七年來榮獲「最佳兒童節目」講優質元素的原因與澳洲自製兒童電視節目標準[CTS]，對於兒童節目優質的定義為(1)具有廣義的教育或學習目標，所有節目都明確標顯它的學習主旨。(2)

節目形式能夠開拓眼界與啟發想像。(3) 確保電視節目的腳本、編排、拍攝等產製要素的高品質。(4) 優良精緻的製作技術為了吸引兒童的注意力而更加講究與創新。(5) 優良節目必須適齡，而這項考量從前置規劃到製作流程到教育推廣都審慎為之。(6) 節目的生命與影響力超越一般傳統的製作與播出，好節目會獲得來自各方的好評、迴響。(7) 出眾人物的參與而獲得肯定（英國Peabody Award, 1948-1995分析）。本研究界定優質兒童節目的判準包括符合目標觀眾認知發展、製作嚴謹、目標明確、節目具原創性與學習功能、節目中的主持人和演出角色是否稱職，值得效仿、講究節目製作技巧、從前製企劃到拍攝後製剪輯等每個細節精準到位等。

(三) 指標

「指標」¹⁰是預期中打算達到的指數、規格、標準。Johnstone認為指標可分為數量指標（又譯：量化指標）與品質指標（又譯：質性指標），其中量化指標反映一個絕對的數量，所處理是現象中可測量的建構，而質性指標在確認數量相對的卓越程度（張美蓮，1996）。指標在管理上所起的作用劃分，可分為計劃指標、「實際指標」¹¹。計劃指標規定計劃期應達到的目標是進行事前控制的有利工具。「實際指標」¹²反映計劃指標執行的情況和結果，可為考核計劃執行情況提供可靠的依據。

第四節 研究目的與研究問題

國內關於優質兒童節目指標的具體實證研究並不多，鮮少有這方面的資料可

¹⁰指標：<http://wiki.mbalib.com/wiki/指标>

¹¹實際指標：<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/指标>

提供製作單位參詳，因此本研究宗旨在於提供電視業界實務工作者，知道優質兒童節目的判準是什麼，以及學界與教育界進一步評估優質節目的基礎，通過本研究以提供四方關係人進一步對話的資源。源於上述的動機，本研究將依據兒童節目優質的核心概念，並參考產製出諸多世界兒童節目典範的美國、英國、日本等國家的思維與做法，以及四方關係人對優質的看法，與本研究者的行動經驗，建構出台灣兒童電視節目優質指標。研究目的如下：

- 一、優質兒童節目基本核心概念及適齡適性的分類。
- 二、分析美、英、日等國發展優質兒童節目的核心觀念與具體做法。
- 三、探討國內利害關係人對於優質節目目標觀眾、節目目的與目標、功能及其後續呈現方式的想法。
- 四、台灣兒童節目相關專家學者群對於優質兒童節目的分析與見解。
- 五、整理以上各項研究所得，建立台灣兒童節目優質指標。

美、英、日國家教育媒體，具備非常專業的優質兒童節目實務製作寶典、學理性探討，但是國內翻譯作品稀少，部分報章雜誌的挪用則似乎有些斷章取義。為了能設計出真正符合台灣兒童節目製作人員實際需要的優質指標，本研究將分析國外兒童節目優質的核心概念、提煉分齡節目可依據的文獻，再參考美、英、日等國知名兒童節目內容發展的優質要素，並試圖從中分析和歸納常用的優質指標元素作為參考。

本研究聚焦「學齡前兒童節目」、「學齡兒童節目」而非兒少節目（參閱第二章第一節），研究對象包括：兒童節目製作人員、父母、師長、長期關注兒童節目的學者專家，如教育學家、發展心理學家、傳播學者、媒體教育專家等；文教團體代表、兒童節目政策制定者等利害關係人，透過他們的意見整合，將指標加以修改、排序，產生具有共識的指標，以建構出一套適合台灣本地需求之優質指

標，勾勒出理想優質兒童節目樣貌。

本研究採「行動研究法」¹³架構，欲從實務觀點、反思觀點、專業觀點，把理論和實務結合。行動研究質量並重，旨在建立指標，引導更多專業人士參與、討論，以期產生共同論述的空間，促進電視從業人員專業成長及節目優質成長。本研究界定行動研究法是在行動研究架構下，解決兒童媒體實際問題的方法，其目的在幫助兒童節目製作上發生的問題加以研究改善，以便節目內容更臻於完善。本研究在「如何建構台灣合宜兒少節目優質的指標」的問題意識下，提出下列三個研究問題：

- 一、美、英、日等國的兒童節目優質指標是什麼？
- 二、國內利害關係人心目中的兒童節目的優質指標為何？
- 三、如何整合出結合國內外兒童電視節目優質的本土指標？

第五節 章節架構

本研究以研究流程架構為論述的範疇，主要探討國內外電視兒童節目優質意涵與指標的認知，從兒童節目發現的問題與學者專家進一步分析與討論，分析出適合台灣自製「學齡前兒童節目」、「學齡兒童節目」優質指標建構與策略。本論文共分為八章：

第一章緒論。首先說明研究背景與動機，接著陳述問題意識，利害關係人跟

¹³行動研究法（Action Research）：研究教育上實際問題並解決實際問題的方法，其可以一面研究一面改進，並可以隨時修正，所以又稱為「實施研究法」。（OperotionsResearchoh）行動研究法多用於學校內實際問題的研究，諸如行政管理，課程改進，教學方法改進，訓導工作改進等。柯立爾（Jhon Collier, 1933）曾說：「最好的研究方法，乃是讓半數局內的人與事務外的人共同研究，依據自身需要自行研究是謂行動研究法」。

建立指標的關係、指標建構與探討、研究宗旨與目的、提出研究問題、並指出研究方法與設計概述，最後是各章節架構與研究步驟流程。

第二章文獻探討。本研究從指標的定義與優質節目之簡介、再從兒童節目研究背景與回顧，透過學習理論之應用，包括皮亞傑認知發展階段論、布魯納認知學習理論、杜威的實用主義教育理論、鷹架理論、班度拉的社會學習理論，以及兒童傳播權內涵，探究國外優質的核心觀念與指標，以期全面了解美、英、日等國優質兒童節目的做法。此外，研究者蒐集了國內外兒童節目相關的文獻，以及研究者參與國際兒童影展研討會之現場筆記與觀摩美、英、日國家兒童節目實作的心得報告，透過「文獻分析法」，作系統性的資料整理，產生國外具體指標。

第三章研究方法與設計。說明「行動研究法」的意義與特色，行動研究透過「凱利方格法」(Repertory Grid Technique [RGT])、「德菲法」(Delphi Method)兩種研究工具來執行。說明指標的概念來自於學習理論之文獻分析，同時參考了兒童傳播權的內涵，納入利害關係人的意見，以及由國外指標淬取出的精華，作為建構本土指標的架構與內容的參考。

第四章「學齡前兒童節目」的凱利方格法研究與實施。凱利方格法的進行步驟、進行兒童節目的資料蒐集，研究者針對「學齡前兒童節目」利害關係人進行三元素二分法，透過受測者的質性訪談與研究者行動經驗相關理論對話之後，抽粹獲得台灣自製「學齡前兒童節目」優質面向與構念，得出優質指標的初擬，並描述說明各面向構面的指標與說明。

第五章「學齡兒童節目」的凱利方格法研究與實施。研究者針對「學齡兒童節目」利害關係人等進行三元素二分法，透過受測者的質性訪談與相關理論對話之後，抽粹整理出台灣在地學齡兒童節目優質核心面向與構念，得出優質指標的

初擬，並描述說明各面向構面的指標與說明。

第六章「學齡前兒童節目」的德菲法研究與實施。說明修正式德菲法研究設計，進行三回合問卷調查。凱利方格法提煉之初步指標提供第一回合問卷研究之題項，參酌專家學者群(利害關係人)診斷的意見修改，執行第二、三回合問卷，經過三回合問卷調查統計，最後達成共識重要指標，經研究者分析，確立「學齡前兒童節目」本土優質指標。

第七章「學齡兒童節目」的德菲法研究與實施。以修正式德菲法進行三回合問卷調查。凱利方格法提煉之初步指標提供第一回合問卷研究之題項，參酌專家學者群(利害關係人)的意見診斷修改，執行第二、三回合問卷，經過三回合問卷調查統計，最後達成共識重要指標，經研究者分析，確立「學齡兒童節目」本土優質指標。

第八章結論與建議。回顧與摘要並回答第一章研究問題，研究結果明確揭示出製作「學齡前兒童節目」、「學齡兒童節目」的優質判準。研究發現建構本土專業實用的指標與我國之前使用之指標差異性。此優質指標提供製作人員製作兒童節目參考的指南，促使兒童節目水準提升。建議行動研究落實在實務工作者的理想之實踐、研究理論與方法的建議，以及後續展望隻建議。

本研究為了發展本土指標 (Ingredients)，採用不同的成分獲得指標的概念。第一種成份是文獻，「學習理論」和「兒童傳播權」，由上而下轉化成指標概念；第二種成份是「文獻分析」，彙整「學習理論」和「兒童傳播權」，以及研究者參觀國外優質兒童節目核心觀念的做法，洞察整理出國外優質節目指標，本研究將學理加上國外指標做為洞見(Insights)發想本土指標的基礎；第三種成份是蒐集利害關係人的訪談意見，另一方面由研究者提供利害關係人發展指標的素材。將上述

三種成分淬取出來的精華，成為本土指標的來源。再來由下而上透過二種研究方法「凱利方格法」與「德菲法」，經由「凱利方格法」提煉初步指標，再由「德菲法」獲得共識指標。如此，經過層層的篩選，建構出本土優質指標。本研究指標的建立是國外理論和研究者實務經驗同時進行交互得來的關係（參見圖 1-4）。

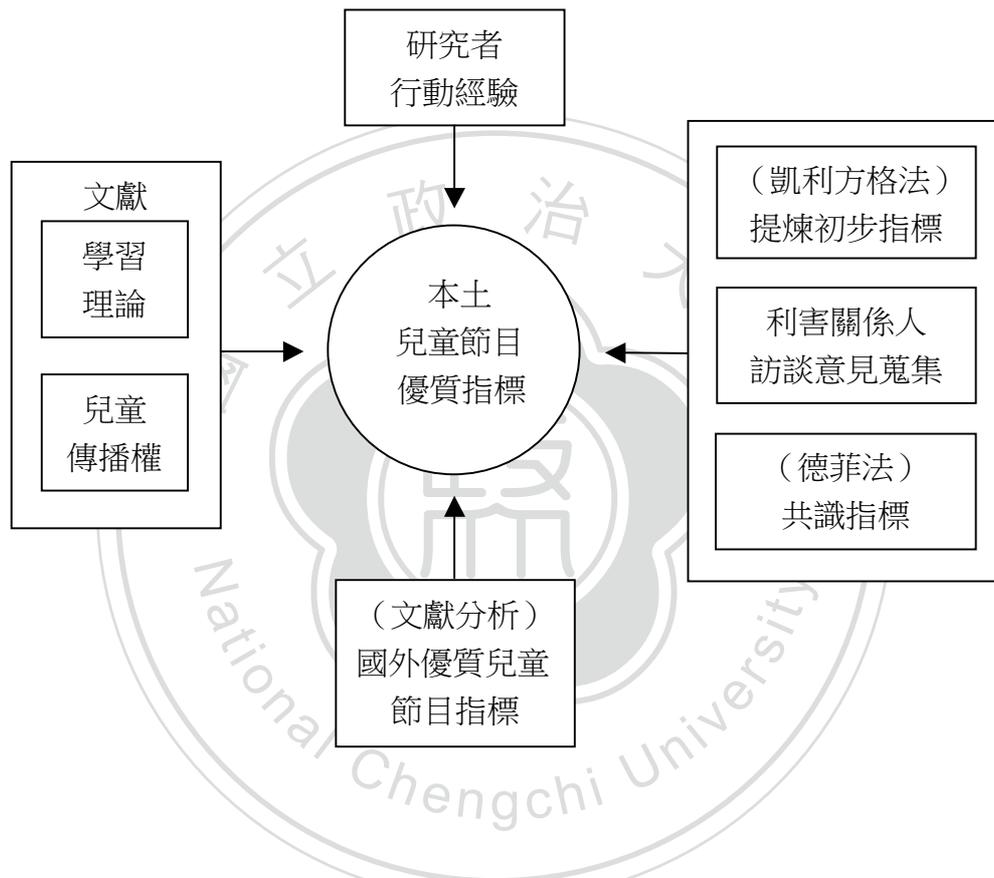


圖 1-4：發展台灣本土兒童節目優質指標之研究架構

資料來源：研究者自行整理

第二章 文獻探討

優質指標的提煉、抽粹、診斷及選擇以達評估的機制，可透過各方的共同參與和討論而形成共識。為建構此套客觀的優質兒童節目指標，本研究作者藉此把自己的理論與經驗做一個梳理，再參考學理，設定本研究之指標的標準，檢視國外優質兒童節目，並探討我國兒童節目發展狀況，從不分齡到分齡、再從兒童發展期不同年齡發展階段。學理部分援引皮亞傑（Piaget）的兒童的認知發展理論、布魯納（Bruner）的認知學習理論、杜威的實用主義教育理論與維高斯基（Vygotsky）的鷹架理論、班杜拉的社會學習理論，以及兒童傳播權內涵加以探究，透過研究者參觀國外的資料蒐集，以及文獻分析淬取國外優質兒童節目指標，以做為本土優質指標的發想基礎。

第一節 指標的定義與優質兒童節目之簡介

一、 指標（indicator）的定義

指標（indicator）其意為「指示者」，如錶的指針位置是時間的指示器，用來指出、顯示、反映某種呈現的現象。指針是具象，是直接方便可測，如果用在經濟、社會或教育較為抽象不易直接方便測得的現象，則須透過可測量或觀察的指標來指出（indicate）或表徵（represent），而此指標常須根據理論來選定，是一組可測量的具體數據。總之，指標為一種現象、能力或結果的參照標準，藉以瞭解其達成的程度，以作為後續分析、歸納或修正的依據（楊振昇、洪淑萍，2002）。

學者對指標的定義並不一致，Johnstone（1981）認為指標是一種統計測量，以反映研究者感興趣事物的重要層面；亦有學者認為指標代表一種信號，用以顯

示制度的表現情形 (Spee & Bormans, 1992)，或代表一種指引，並藉此以了解並測量事物的質或量 (Cuttance, 1990)。

綜合國內外學者等相關文獻，對於較抽象不易直接方便測得的現象，歸納出指標的定義：(一) 指標基本上是一種量化呈現，所處理的現象是可測量的建構。(二) 指標能反映出現象的重要層面，其選定應依據理論作引導，指標才能對現象作進一步、有系統的解釋，以作為後續分析、歸納或修正的依據。(三) 指標可藉由整合和分裂，表現出各變相之間的關聯性。(四) 指標的選擇往往反映出教育的思潮或政策的需要。(五) 指標雖是一種量化數據，以便進行運算，但量化的資料無法表達學習歷程、經驗以及其他影響的因素等，所以質的文字描述與量的數據統計都應包含在指標範疇中 (Schumacker & Brookshire, 1990; Johnstone, 1981; 張清濱, 1997)。

二、指標的特性與功能

總言之，本研究的指標是顯示制度或部分制度表現的信號或指引，以能夠對制度的品質與數量作測量 (張美蓮, 1996)。關於指標的特性，Johnstone (1981) 指出 (一) 指標能指引事務的狀態，但不見得具精確性。(二) 指標除反映事物特定層面外，亦應與概念意義結合，以呈現制度的縮影。(三) 指標宜可量化，應依所建構的原則，解釋其意義。(四) 指標適用性是短暫的，僅適用某時期或部分時間。(五) 指標的研究中，對其所研究的概念，經操作型而形成可測量的變項，藉收集的資料所建構的指標，可為理論研究的奠基。學者對於指標之功能有不同的期待和看法，Cuttance (1990) 認為教育指標最基本的功能即在於陳述國家或地區的教育政策與期望 (Johnstone, 1981)，且指標具有導引作用，能使眾人瞭解教育的期望，並導引學校或教育機構朝此方向發展。

研究者參考 Cuttance (1990) 與 Johnstone (1981) 的教育指標的精神，將優質指標的功能做進一步說明：用研究方法採集各關係人對於台灣兒童節目的分齡與優質的看法，萃取出簡單明瞭、精確細緻的描述，使指標具有實質的導引作用，能使兒童節目製作核心人員、家長、教師、民間團體瞭解優質的內涵，並導引兒童電視節目製作人員朝此方向發展。

良好的指標能真實反映出問題的核心與關鍵，在數據計算上符合信度、效度與實用性，這樣才能進行診斷以達評估、預測、決策、界定目標、提供評鑑標準的功能和目的。本研究作者擔任兒童節目製作人與相關編導工作，擁有 30 多年實務經驗，製作的兒童節目曾榮獲國內外多項大獎與兒童節目特殊貢獻獎的諸多肯定，長期督導公視兒童節目的製作與教育推廣，心中一直有一把優質的尺，做為節目優劣的判準，深感兒童節目缺乏一套客觀的、追求優質的指標，遂以本研究拋磚引玉，期盼獲得各界的反饋，在建構台灣兒童節目「優質指標」標準之前，首先必須透過國外文獻，分析美、英、日等國發展實踐所整理出的核心觀念，依據重要特徵轉化為相對應的指標元素。

三、國外優質兒童節目之簡介

根據研究發現，當兒童對自己主動接近的內容覺得有興趣時，其學習效果相對較佳 (Lesser, 1972)，世界各國莫不期望能借助電視的特質，透過妥善規劃的兒童節目，發揮節目正面的學習功能，提供兒童接觸新經驗的機會，豐富其知識並涵養其態度與社會技巧 (Fish, 2002；2004)。各國公共電視提倡教育與學習，產製大量優質的兒童節目，作為提供兒童教育、娛樂服務的重要管道。

舉例來說，美國公共電視網 (Public Broadcasting Service [PBS]) 學齡前兒童節目《芝麻街》(Sesame Street) 的特色是透過各種方式來傳遞一個清楚的

概念，這涵蓋認知、情感與社交的面向。《芝麻街》的目標觀眾 2-5 歲，以歌曲和幽默短劇的形式進行幼兒教育，真實與幻想的混用，精心打造一個熱鬧活潑的學習世界向兒童傳遞實用知識、社會技能和價值觀，許多研究發現，兒童不只喜歡角色和節目，也同時在學習。資料顯示，《芝麻街》從以前到現在都能達到節目的目標，那就是讓兒童能夠為將來的學習做好準備（Fish & Bernstein, 2001）。而且節目宗旨強調美國日常生活的多元文化，並為種族和諧與互動樹立典範。鼓勵學齡前孩童去接受不同膚色的人並與他們成為好朋友，並帶領那些群體中因種族或文化差異而被排擠的孩童找回立足點。研究結果證明：兒童是主動的觀眾。

其次，有些兒童節目則可協助教導兒童的「情緒學習」能力。例如美國 PBS 《羅吉斯先生的社區》（Mister Rogers' Neighborhood）目標觀眾 4-7 歲，是一個強調愛心、關懷人性、培養勇氣的節目，充滿著和藹、合作、負責和利他精神的父親角色主持人 Fred Roger，像小朋友的好朋友，羅吉斯先生相信每一個生命都是獨特的、特別的，他在與孩子們說話的時候就傳達了信任愛與被愛，探討孩童害怕或讓他們感到不舒服的事，幫助小朋友加強自我尊敬去感受，在節目中可以清楚看到真實生活的情境轉化到主持人的家，內容投入情節虛幻的想象，能夠讓孩子和節目產生對話，研究證實，幼兒可以得到顯著的想像力和創造力。

此外，有些兒童節目的特色則是教導兒童在「玩樂中學習」。例如英國公共媒體（British Broadcasting Corporation [BBC]）學齡前兒童節目《天線寶寶》

（Teletubbies）目標觀眾 2-5 歲，掌握「遊戲」是兒童第一個學習的方式，《天線寶寶》在「幻想世界」、「真實世界」提倡關愛、幫助孩子如何玩，四個科技寶寶在玩樂中學著聽、學著看、學著講、學著參與和樂在其中，與幼兒建立良好的互動關係，由於融入幼兒的生活經驗，因此帶給幼兒極大的新鮮感，節目的設計自交換成長經驗，激發小孩各種潛能，可以看到嬰幼兒進入幼兒園之後新的生活體驗；再如日本公共電視台（Nippon Hoso Kyokai [NHK]）學齡兒童節目《跟

媽媽一起玩》目標觀眾 2-5 歲，以律動、遊戲、幼兒自理、認知與帶動唱，直接和幼兒互動，偶劇和動畫以引發兒童的嬉戲心、滿足兒童的想像力；國內公視《水果冰淇淋》以熱情的水果奶奶和四個活潑可愛的小朋友（偶）發展的情境劇，帶領小朋友一起探索生活環境、人際關係、健康以及安全等議題（Crawley et al., 2002；唐台齡，2010）

除此之外，有的兒童節目的特色是培養兒童自行探索與思考的能力，例如英國 BBC 學齡兒童節目《藍彼得》（Blue Peter），目標觀眾針對 9-13 歲兒童，是一個異國探險、活動比賽和情境劇的雜誌型態節目，分享各地孩童獨特的經驗，重視孩子的參與和感受，鼓勵孩子發揮一己的力量幫助需要協助的人、關懷社會，小朋友的力量也能促進社會的改革與進步（唐台齡，2010），《藍彼得》提供學校課程沒有教的觀點與實驗；日本公共電視台（Nippon Hoso Kyokai [NHK]）學齡兒童節目《啊！設計》，目標觀眾針對 8-12 歲兒童，是一個美育節目，為了提升並啟發孩子們的美學素養，循序漸進地引領觀眾走進設計的世界。《科學玩很大》¹⁴，目標觀眾 8-12 歲，以充滿視覺震撼的大型實驗，驗證簡單的科學原理，追根究底探索科學奧秘，每次實驗都帶來期待與驚訝，兒童產生極大好奇心，沒有答案、指示，留給兒童去思考。

國外公共電視製作叫好又叫座的兒童節目，不僅有精確專業的節目製作格式，發展的製作寶典（Bible），呈現出高品質具教育性的兒童節目，像《芝麻街》（Sesame Street）是全世界公認優質兒童節目的典範，不但具時代意義、歷史意義，更創造社會價值。製作人瓊·顧妮（Joan Ganz Cooney, 1969）為了減少美國學齡前兒童因經濟因素有上學和無法上學所產生的落差，而製作《芝麻街》節目（Fish & Truglio, 2001）。瓊·顧妮（1975）堅信《芝麻街》節目的研究與評估是達成目標的必要手段，她堅持節目的教育理念，認為從建立製作流程、節目主題

¹⁴科學玩很大：NHK 網站 <http://www.nhk.or.jp/daijikken/>

的規劃到節目完成，都是以學齡前兒童為收視對象。衡量節目訴求及教育價值，擬定的課程內容是為電視節目設計，而不是為學校教室用的，製作團隊與研究團隊全程攜手合作，共同為教育目標努力，社會學家會將節目的目的與目標達成，以及觀眾的測試反應，告知製作人員內容那些是「優」與「劣」，製作人員再據此修正改進，因此，顧妮說節目製作人員與研究人員的意見整合，呈現方式之設計勇於嘗試新的製作模式，是製作單位「兒童電視工作室」〔CTW〕的建築基石（關尚仁譯，1991），也是優質節目必走之路。《芝麻街》不僅在美國各地受到歡迎，全球電視台競相購買海外版權，《芝麻街》行銷全球 140 多個國家，深受全球孩子的喜愛。研究者發現，發展良好、質量兼優的節目內容，讓兒童觀看之後，可以獲得美好的價值。

綜上所述，為了製作高品質節目的美、英、日等國公共媒體發展一套評估優質的標準，而我國公視至今仍欠缺一套多元評量優質的指標。本研究透過優質指標之建構，讓兒童節目在產製的各階段都有可評量和自我檢視的標準，確保兒童觀眾能享用為他們的利益、教育、娛樂與喜悅所精心設計的兒童節目，此乃本研究建構指標的最大意義。

第二節 兒童節目研究背景與回顧

一、兒童的定義

長期以來「電視與兒童」的相互作用，成了教育、傳播或者心理學所研究討論的重點。兒童被視為「特殊觀眾族群」（Dorr, 1986），原因是兒童在心理、社會、生理等各方面發展未臻成熟。吳翠珍（1998）亦將兒童視為特殊的閱聽人，認為兒童在早年所建立的習慣、態度、行為、價值觀，會成為日後人格發展與社

會化的基礎。兒童在發展過程中以不同方式解讀媒體訊息，從幼兒到國小兒童和兒童轉化到少年，年齡對兒童產生的改變也是因人而異。在台灣，無論是法律上或習慣上，都將未滿 12 歲的孩子稱為「兒童」。幼兒定義是根據 2011 年 6 月教育部公佈「幼兒教育及照顧法」¹⁵之第 2 條規定：所稱「幼兒」指 2 歲以上至入國民小學前之人。以就學年齡區分，就讀小學之前，稱之為「學齡前兒童」或幼兒，就讀小學稱之為「學齡兒童」6-12 歲，而少年是指 13-18 歲國高中生。

無論是學齡兒童和幼兒均處於發展階段，是可塑性最高的族群，也是奠定往後發展的重要基礎。少年和兒童是不同的，少年隨著身體戲劇化的改變，同時面對獨立和自我探索課題，青少年發展的學者將這些改變，視為是兒童和成人之間的通道（Gondoli, 1999）。少年階段屬於另一層次探討，因此本研究範疇，兒童節目是指專為學齡前兒童設計的幼兒節目、學齡兒童設計的兒童節目，少年節目則不在本研究範疇內。

大多數的父母師長、發展心理學家、教育家、官方政策制定者都同意兒童和成人不同。第一點不同的是兒童面對媒體環境，真實人生經驗少於成人（Dorr, 1986），真實世界對兒童而言相對新鮮好奇，可是兒童的先備經驗是很少的，由於缺乏真實經驗，使得兒童容易相信媒體，Postman（1983）認為兒童對於媒介中的真實與虛幻，節目製作的動機與目的往往無法察覺，因此，要評估媒體內容真實性是有困難的。第二點不同是，兒童渴望學習（Dorr, 1986），兒童對於媒體的資訊給予開放式吸收，並視為學習的一個管道。第三點不同是，兒童對於媒體經驗相對比較缺乏，對於商業本質的媒體並不清楚（Dorr, 1980），很難有能力判斷。依照認知學派發展模式的概念，在某個年齡層的兒童可能無法像成人一樣，掌握電視傳遞的重要消息或回答正確性（Anderson, 1981），因此被視為「較差的系統」（deficit system）（Anderson, 1981）。Plumb 指出兒童具有不同特質和需求，

¹⁵幼兒教育及照顧法：<http://edu.law.moe.gov.tw/NewsContent.aspx?id=655>

兒童需要保護、與成人世界區隔（蕭昭君譯，1994），然而成人必須對兒童負責。由於兒童和成人有太多面向的不同，使得兒童比成人更容易相信、學習或被媒體影響了情緒和行為（Victor C. Strasburger, Barbara J. Wilson & Amy B. JORDAN, 2010）。

二、為兒童製播的親社會媒體

1974年兒童觀看電視研究，美國國家危機報告（Nation At Risk Report）中指出，SAT測驗平均分數下降甚多，研究資料顯示，學校沒有扮演好提供的教育品質，父母師長不再是瞭解孩子的心智發展的人，調查結果發現三個變化：（一）電視剝奪孩子休閒時間，孩子閱讀率下降，因為閱讀相較電視是比較呆板的學習。（二）麥克魯漢學派Moody（1980）認為電視的好處會迫使人們的大腦中依據感覺去適應新的變化。（三）公眾關注（public concern）電視能影響孩子跟學校所有有關的生活、學習、行為，兒童大量看電視形成短暫滿足（short-term gratification），電視影響學習發展，兒童密集觀看電視，其行為背後反應需求就是尋求短暫刺激與滿足（Susan Neuman, 1995）。

對兒童而言，看電視有利有弊，親社會（pro-social）媒體的正面效益，傳播媒介學者麥克魯漢（M. McLuhan）認為：「電視是人類感官的延伸」，例如火星探測船的活動能坐在家裡就看得見，它可以讓喜歡天文的孩子在家中就能看到太空梭升空，讓喜歡大自然的孩子目睹小小的螞蟻如何通力合作、維護家園。因此善加利用電視，「看電視」能夠拓展孩子的視野和經驗領域（媒體學堂，2005）。既然兒童與電視的關係無法分割，製作適合兒童收看的優質節目，不但可以發揮電視的正面功能，而且有助孩子心智發展。

兒童認知程度隨著年齡的發展而有不同的表現，因此在製作節目之前應先設定目標觀眾（target audience），再根據他們的需求訂定節目的目標與目的、節目功能和製作方式的四大面向，才可能針對各年齡層的兒童的需要設計節目。一個節目是否可以被稱為兒童節目，至少可從節目設定的目標觀眾來區分，內容要適合這個年齡層收看，而非以節目類型來判斷，卡通這個類型看起來輕鬆有趣好笑，但是並非所有卡通都算是兒童節目，不可一律以「兒童節目」概括之（唐台齡，2010）。

兒童的認知發展不像大人般成熟，對諸多事情的判斷需要成人的指引和協助，所以製作人員對待兒童節目和一般成人觀看的節目是截然不同的，成人的節目並不需要考慮收視觀眾的年齡層，而兒童節目正好相反，必須做到兒童能理解、認同、引起共鳴。至少，不能有負面的影響，唯有清楚掌握目標觀眾的發展特徵、身心特質、興趣、喜好做為節目策劃的具體目標，才能將內容轉換成可製作的觀念，然後落實在製作過程的每個環節當中。最重要是製作人員必須充分考慮到如何善用目標觀眾的特質，才能進一步營造節目傳播效果，讓知識詮釋到可以理解的程度，以及預期各項刺激對兒童可能產生的影響。易言之，兒童節目的定義是依據目標觀眾（target audience）之需求及發展，特別規劃有益兒童身心發展的節目。然而，台灣兒童節目對分齡的認知，須先從兒童節目發展歷程來看，簡述說明之。

三、台灣兒童節目分齡的歷程

台灣對於兒童節目一開始並未對分齡有所概念。從過去兒童節目發展與現況來看，兒童節目起始於1962年我國第一家商業無線電視台（台視）開播，在戒嚴的大環境下，兒童節目是「闔家觀賞」不分齡的，收視對象統稱兒童；到了70年代，無論是民間團體、學前教育機構、學者專家在各類座談會、論壇、研討會

中，對於兒童節目製作方向與內容提出相當多的建言，並與當時行政院新聞局對話，尤其是留美歸國的學者，希望台灣能製作像美國《芝麻街》(Sesame Street)一樣的「寓教於樂」的兒童節目。台視在1972年澳洲引進行銷世界知名的學齡前兒童節目《遊戲室》(Romper Room)¹⁶，轉化製作台灣在地版的《天使樂園》，這是國內第一個學齡前兒童節目，華視開始朝自製「學齡前兒童節目」的方向發展，1978年由本研究作者製作的學齡前兒童節目《小朋友》長達6年，榮獲二座金鐘獎肯定，亦奠定了台灣兒童節目分齡的概念；到了80年代，1986年新聞局「廣電基金」鼓勵製作分齡、多元的兒童青少年節目；90年代，1998年公共電視開播，公視法規定每週播出兒少節目時數，公視長期經營分齡節目，由本研究作者負責督導製作分齡節目，包括(3-6歲)、(5-8歲)學齡前兒童、(8-12歲)學齡兒童、(13-17歲)少年節目；2000年代，有線頻道成立二個幼兒頻道東森幼幼台、MOMO親子台，專門針對八歲以下的幼兒編排製播節目(唐台齡，2010)。

從我國兒童節目發展歷程來看，目標觀眾年齡層從一開始不分齡到分齡。而分齡的機制，多數的製作單位依據教育部學級制，採分齡分級設定目標觀眾分為：3-5歲或3-6歲的學齡前兒童(泛指幼兒園小朋友)、6-8歲國小低年級(一至三年級)、7-9歲國小中低年級(二至四年級)、8-12歲國小中高年級(三至六年級)、以及12-15歲國中生少年(六至九年級)。簡言之，目標觀眾年齡選擇基本上以學校分齡分級為基礎。然而，分齡分級節目是否一定適合目標觀眾收看，由誰來評斷，是製作人還是由相關理論來佐證？本研究認為分齡節目與兒童認知發展期有密不可分的關係，如何從分齡適切引導出適齡適性定義與趨向，本研究將透過下一節的學習理論來進行探究。

¹⁶澳洲的業務代表於1971年10月介紹該國從美國引進世界知名的兒童節目《遊戲室》(Romper Room)，將這個於1953年創始於美國，又在澳洲、日本、英國、加拿大、波多黎各等國家風行，當時最高的記錄是遍行於世界21個國家播出的幼兒節目《遊戲室》(Romper Room)引進台灣(陳宜，1972)。《遊戲室》是一個配合幼兒教育心理發展而設計的節目。《Romper Room》是美國最老牌也是最長壽的兒童節目(1953-1994)，1981年改名為《Romper Room and Friends》1994年之後停製。

第三節 學習理論之應用

本節旨在透過各種學習理論說明兒童在不同階段的認知與自我發展特徵，並說明哪些類型的兒童節目元素可以滿足不同年齡階段兒童的認知與學習需求，以作為後續發展優質兒童節目指標之參考。

一、兒童的認知發展理論

年齡常被用來視為認知發展差異的重要因素，相關研究者認為 3-6 歲幼兒或 4-7 歲的低幼兒、7-9 歲國小中低年級（二至四年級）和 8-12 歲國小中高年級發展不同，他們用不同之認知策略來了解這個世界（Flavell et al, 2002）。關於兒童認知發展理論甚多，以下探討皮亞傑（Piaget）的認知發展理論、認知心理學觀點（任凱、陳仙子譯；陳李綢，1992；羅雅芬譯，2003）與兒童節目設立目標觀眾之間的關係，詳述如下：

（一）皮亞傑認知發展階段論

從教育心理學家 J. Piaget 皮亞傑（1950、1952）提出認知結構理論來看，人類一生的智力、心理認知發展皆因年齡而有所不同。「認知」（cognition）指人類如何獲取知識的過程，一個人出生後，從無知到有知的中間歷程。尤其幼兒有其獨特的階段例如，0-2歲感覺動作期（sensory-motor stage）、2-7歲前運思期（preoperational stage）、7-12歲具體運思期（concrete operations stage）和12-18形式運思期（formal operation stage）。任何人的成長都須經歷以上四個階段（李宗薇、董建成，2007）。皮亞傑（Piaget）四個發展階段與年齡對照（參見表 2-1）。

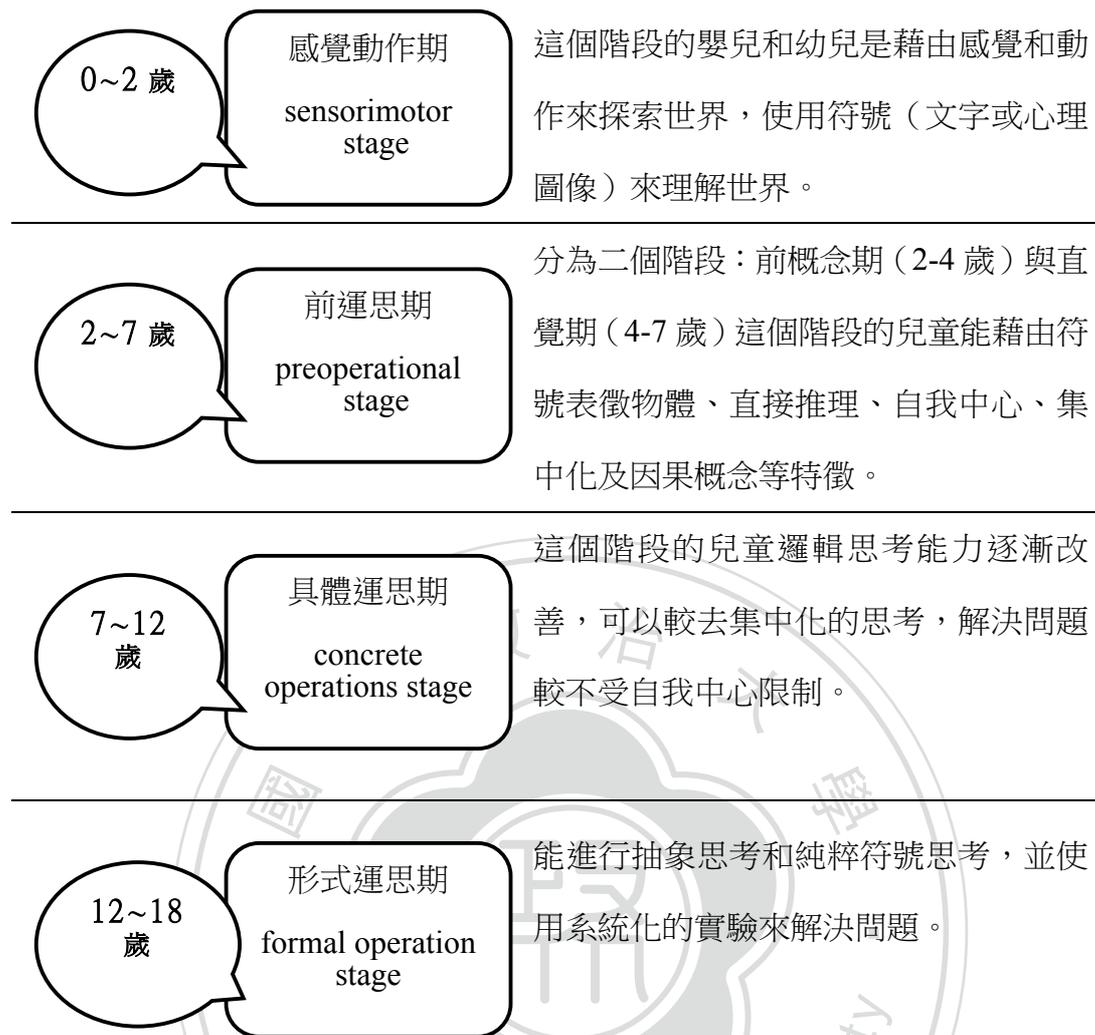


圖2-1：皮亞傑認知發展階段
資料來源：《現代幼兒教育》

認知發展是指認識世界的行動與過程。皮亞傑在探究幼兒的空間概念、數概念、因果關係、邏輯關係和分類觀念等，因而建立由 0-12 歲的認知發展理論。2-7 的運思預備期又可分为象徵思維階段、直覺思維階段，幼兒可以從幻想或模仿遊戲、象徵符號和實際經驗的連結，皮亞傑提出了幼兒「自我中心」的想法，皮亞傑認為 4-7 歲的小孩無法理解別人的想法，沒法與人有效的溝通，完全是因為幼兒無法體認到別人的東西和自己見到的可能不同(蘇建文、林美珍、程小危、林惠雅、幸曼玲、陳李綢、吳敏兒、柯華蕙、陳淑美，1998)。根據 Elkind D.(1971)

認為，小學生自我觀念的發展及行為特徵：六歲逐漸將自我從父母和同儕中區分出來；大量的身體活動，吵鬧的。七歲較不自我中心，會關心別人，比較敏感，經常是害羞的；較多思考活動，比以前沉默憂愁。八歲會挑剔，喜歡自我評量，易要求及批評他人；外向的、增加好奇心，比以前較不滿意這個世界。九歲對自己較放鬆一些，比較不怕承認錯誤；外向的、好奇的，投入自己感興趣的事情，自信心增加。十歲較少自我評量，比較滿意自己；穩定、輕鬆自在的面對世界，開始區分性別。十一歲由於接近青少年期，出現新的迷惑及緊張狀態、陰鬱的、敏感的，較易懷疑自己；較多身體的活動，食量大增、更好奇，對處理人我關係更加在乎。（廖鳳池、陳美芳、胡致芬、王淑敏、黃宜敏編譯，1991）。上述概念得知，七歲是自我中心分界點，七歲階段也是劃分學齡前與學齡兒童的交界點。

（二）兒童觀看電視的認知過程

從認知心理學觀點來看，兒童觀看電視的認知建構過程，包括三種不同心理運作，首先是資訊處理過程（information process）階段，兒童知道自己所看的節目為何？重要的內容是什麼？其二是詮釋階段（interpretation），也就是對節目內容予以合理化解釋。最後則是評估階段（evaluation），代表兒童觀看後的反應，對節目的觀感與喜好為何？認知心理學家認為很多知識是以基模的形式儲存在人的記憶系統裡的（Anderson, 1983；Rumelhart, 1980）。依據Fiske & Taylor對基模的定義（1984, pp. 104），基模是「一種認知架構，代表某一概念或刺激的組合知識」，基模理論（schema theory）是說明兒童觀看電視時，基模會引導兒童注意重要的刺激，把不重要的情節刪除，而符合預期的情節則儲存於現存的知識結構中。這些知識處理了歸因（attribution）、推論（inference）及統整（integration）。基模能力的發展會影響兒童對電視節目的注意及記憶（林佩蓉，2003）。1997年兒童觀看電視研究，Buckingham（1998, pp. 139）認為，兒童觀看電視節目的解讀和自身擁有的知識有關，包括外在世界認知和電視相關知識等（陳雪雲，

2001)。在觀看電視時如果幼兒缺乏對判斷劇情與內容的認知架構或基模，則無法理解節目內容（兒童收看節目及廣告對其行為影響之研究工作計畫書，2011）

皮亞傑認為兒童對電視的瞭解因年齡而有不同。皮亞傑將兒童觀看電視的認知發展區分為下列三個階段：嬰兒期（0-3歲）、幼兒期（4-7歲）、兒童期（8-12歲），具體說明此12歲以下的兒童對於電視節目的理解程度，說明如下（董建成，2007）：

1. 嬰兒期（0-3歲）

六個月大嬰兒開始對螢光幕上的活動發生興趣，3歲以上，許多嬰幼兒已經形成每天看1-2小時電視節目的習慣，他們可看到某些動作、色彩、音效所組成的個別事件，但難於了解劇情，因為嬰幼兒尚未發展成熟，因之對1-2分鐘以上的連續故事無法理解。

2. 幼兒期（4-7歲）

4歲左右孩子的注意力已不僅止於被動作所吸引，他們專注於節目中重要特徵的呈現，同時嘗試會分辨廣告與節目的不同。隨著不斷的練習，幼兒對分辨廣告與節目內容愈趨熟練。

3. 兒童期（8-12歲）

此時期兒童對於虛構的情節已有相當理解，知道角色的動機影響著劇情與結果，同時他們理解角色的特質是多面向的，包括外在特徵及內在特質等。

（三）兒童的心智理論

所謂心智理論，就是指對自己以及他人的心理狀態和過程的理解，這些心理活動包括：感知覺(perception)、願望(desire)、假裝(pretense)、意願(intention)、思考(thinking)、信念(belief)，以及情感(emotion)等(Flavell, 1999)。兒童的心智理論(Theory of mind)的發展觀點詮釋的能力指兒童是否理解從不同的角度，在不同的時間，不同的人對同一物件會有不同的觀點和看法。探討兒童如何理解自己和他人的心理活動的研究(Wimmer & Perner, 1983)。成人要把兒童當作具有心智活動的談話對象，孩子才會表現出較高水準的心智解讀(Meins et al., 2003; Ruffman, Slade, Devitt, & Crowe, 2006)。兒童有願望，有想法，成人應該尊重兒童的想法，而儘量少用權力主張(power assertion)的談話方式待之。當兒童節目主持人在與目標觀眾互動時，應讓目標觀眾有機會站在別人的角度來看事情，並把兒童當成朋友般，讓孩子覺得被尊重。

另外，根據美國常識媒體(Common Sense Media [CSM])¹⁷，研究各年齡層之心智發展與媒體影響，包括兒童使用媒介內容的方式深切地影響他們的認知、身心、情緒發展、身體發展，及與其對應之媒體教育價值、正面的角色楷模。卓美玲(2011)在電視節目分級處理辦法修正研究報告¹⁸，提出美國(Common Sense Media)對各年齡層之心智發展與媒體影響之說明，根據專家對兒童身心發展標準，決定什麼內容或活動適合哪一個年齡，分述如下：

在「目標觀眾認知發展需求」方面，學齡前兒童節目分為2-6歲的年齡範圍，對應到皮亞傑的認知發展理論，0-2歲起開始學習使用語言，運用符號表徵物體和簡易的邏輯思考；3歲可以使用語言溝通他們的需求，兒童喜歡一次又一次重覆聽故事，持續從做中學，意即他們需要多元的活動，以練習五項感官；4歲非常多話，會問許多問題；5歲的想像力遊戲大部份是經由如何及為什麼等問題及

¹⁷Common sense media：<http://www.common sense media.org/>

¹⁸卓美玲 2011 電視節目分級處理辦法修正研究：

<http://tkuir.lib.tku.edu.tw:8080/dspace/bitstream/987654321/75880/1/RRPG100040238.pdf>

親身經驗來探索。當他們能掌握文字和數字時，他們也獲得了自尊；6 歲處在結構性的活動做得比較好的階段。

在「目標觀眾社會及情緒發展需求」方面，2 歲還沒學會如何掌控自己的情緒，他們也不擅長與人分享，卻喜歡模仿別人，尤其是模仿成人，但是他們的感情容易受驚嚇；3 歲開始和其他小孩玩耍和分享，須要鼓勵他們用講的方式表達他們的感覺；4 歲想像力非常活躍，喜歡角色扮演遊戲，他們想要交朋友，他們也會模仿朋友的行為，開始學會掌控他們的情緒，也學會用講的方式解決問題；5 歲具有社會性，他們開始整合成同儕團體，能瞭解對別人的感情；6 歲開始主張自己的獨立性，甚至質疑成人的權威。

在「目標觀眾身體發展需求」方面，2 歲運動技能尚未完全發展好，可以說、跑、爬、把東西分開再合起來，喜歡玩動手指的遊戲；3 歲仍在發展手眼協調，他們的行動比較穩定、更具機動性；4 歲正在發展更多肌肉控制技巧、及更精巧的運動技能，他們可以不用協助，即可自己穿衣服，會使用餐具；5 歲運動技能變得更廣，能夠學習複雜的身體協調技能（例如游泳、騎腳踏車、繫鞋帶）；6 歲兒童運動技能進步，他們正在發展強度、速度、平衡感、手眼協調、和靈活度。

在「教育價值」方面，2 歲最適合的節目內容是幫助兒童認識基本字彙及數字，他們會記得歌詞和字句，但並不表示他們懂得意思，所以最好選擇的內容是教導簡單的訊息；3 歲最適合的內容是幫助兒童認識基本字彙及數字，或是提供社會經驗的學習模型，例如怎麼做個好朋友、如何分享等的內容；4 歲的認知，教導如 ABC、簡單的句子結構、數字，或教導基礎科學概念的內容都適合；5 歲適合數學和閱讀能力的內容；6 歲可以教導技能、分享相同或不同經驗的人，凡是能夠引起科學、藝術、歷史方面的好奇心，具教育價值的內容，都值得鼓勵。

在「正面的角色楷模」方面，獲得兒童信賴的成人角色，可以展示種族及經驗多樣性的內容，能幫助 2 歲兒童瞭解周遭的世界，因為兒童會模仿他們所見的，因此增強良好行為的內容是適合這個年紀的孩子；3 歲要遠離媒體內容的性別或種族刻板印象；4 歲可以從負面行為學習教訓，前提是節目中的角色因為反社會行為而面臨的後果；5 歲可藉由多元背景不同的人物角色，以鼓勵兒童接受及尊重不同的人，為強化社會的平衡，節目內容不要安排性別刻板印象，如給女孩看公主電影，給男孩看卡車、搖控賽車錄影帶等；6 歲喜歡模仿，扮演他們最喜歡的角色，如歷史人物、運動員，或電視明星等人物的言行會激勵與啟發他們。由此可知，成人可以幫助兒童瞭解節目中角色，以及兒童自己的正面特質，談論該角色時可做出比較他們自己相同與相異之處。

討論兒童和媒體的關係時，必須同時考慮兒童的發展、性格、性別、特質等因素（Victor C. Strasburger, 2010）。根據艾瑞克森（Erik Erikson）提倡的人格發展論¹⁹有八個階段，他相信童年對於人格發展非常重要，學齡前兒童能學習所處社會中重要的知識和技能，努力過程若獲得肯定，則信心會增加，反之產生自卑感；學齡兒童具有求學、做事、待人的基本能力，發展個人價值觀和參與社會的任務，如果樂於學習和好奇聯想，會產生信心、自尊心和毅力。

（四）目標觀眾與適齡節目

從文獻中可以看出，認知發展理論與兒童心智的理論反映了兒童及少年在各階段的發展情形。一直有研究證實，認知發展不是唯一用來區別兒童的因素，個性的不同也是因素之一，有些兒童面對不熟悉的事物，會產生退縮反應（Kagan, 1997），有些則反之會充滿好奇心與興趣，兒童會有不同親社會性格（Eisenberg, Fabes & Spinrad, 2006）。本研究歸納適齡節目須掌握目標觀眾的發展特徵，並

¹⁹人格發展論：[http://content.edu.tw/wiki/index.php/心理社會理論_艾里克森\(E._Erikson\)](http://content.edu.tw/wiki/index.php/心理社會理論_艾里克森(E._Erikson))

對照電視文本以相關節目內容形式搭配說明如下：

1. 學齡前兒童節目

0 至 3 歲嬰幼兒是藉由感覺和動作來探索世界，使用符號看到某些動作、色彩、音效所組成的個別事件來理解世界；4 至 7 歲幼兒專注於節目中重要特徵的呈現，但難以了解劇情或是說教的大道理，因為幼兒以「自我為中心」，6 歲前的兒童像一塊海綿，不斷地用身體的所有感官探索世界，並一片一片拼湊出他所認知的世界。最好的遊戲和學習經驗是那些兒童能主導的活動，例如，英國 BBC 幼幼兒節目《天線寶寶》目標觀眾 2-5 歲，文本呈現以喜劇形式激發孩子學習，當孩子們看到太陽寶寶（sun baby）的笑臉時，意識到這個故事開始了，天線寶寶的語言建立在 12 至 18 個月孩子的第一個單詞，如「Oh! Oh!」、「Again! Again!」、「Bye! Bye!」鼓勵孩子說話，四個天線寶寶非常友愛，他們最喜歡大大的擁抱，運用感官分享快樂，寶寶們各自都有不同的性格和特點，每個人都是獨立的個體，孩子們深入其中找到自己的位置，建立自尊。另外，從形式與內容中學習，掌握形式可以對學習作為有效地提示方式，例如美國學齡前兒童節目《芝麻街》製作人員設計會說話的氣球，以每十秒鐘的單元教字母名稱，小朋友很快就知道汽球的出現就是學習字母的標誌。從《芝麻街》經驗，可以看到孩子學習到某些語言技巧與數字觀念。援用皮亞傑的基模（Schema），是值得探討視覺與心智表徵間的關係（Gerald S. Lesser, 1994）。《芝麻街》善用電視形式的習慣來提供學習情境，幫助兒童「知道何物」進而「知道為何」，研究證明《芝麻街》在教導心智過程，有助於學習。

2. 學齡兒童節目

7 至 9 歲兒童對事物充滿好奇、自信心增加，會投入自己感興趣的事；7 歲至 12 歲兒童邏輯思考能力逐漸增強，解決問題較不受「自我中心」限制；8 至 12 歲兒童對於虛構的情節已有理解程度，理解角色的特質是多面向的，包括外

在特徵及內在特質等，此時期的兒童去自我中心觀，已能從他人的觀點來看問題，特色是好動、在乎處理人我關係。例如，英國 BBC 兒童節目《藍彼得》(Blue Peter)，目標觀眾 8-12 歲，分享各地孩子獨特的經驗，幫助小朋友了解自己及他人間的差異，鼓勵孩子關心他人，發揮一己的力量幫助需要協助的人，參與回饋社會有意義活動，不要做個只活在自己的世界裡，對他人處境毫不關心的人；台灣公視《別小看我》，目標觀眾 10-14 歲，鼓勵兒童利用媒介來溝通意見、抒發情感，藉由小記者群的合作去探索任務，讓兒童成為主動追求資訊的個體，引導小朋友觀察媒體、近用媒體，引用受訪兒童的談話來分享觀點，進一步反思自己的媒體行為。

兒童節目製作人員在進行節目企畫時，必須考慮目標觀眾的身心發展，尤其幼兒的發展階段特殊、差異性大，他們的喜好、興趣、專注程度、理解能力或學習方式與各年齡階段不同。因此，製作學齡前兒童節目必須有所了解，才得以製作出適合這個年紀收看的電視內容。

二、布魯納認知學習理論

美國心理學家布魯納 (Bruner) 認知發展理論，強調表徵概念，分三種認知模式：(一) 動作表徵期以「從做中學」的經驗，包括直接或有目的的經驗、設計、演劇及示範的經驗。(二) 影像表徵期以「從觀察中學」的經驗，有參觀、展覽、電視、電影等經驗為主。(三) 符號表徵期最高層次，以「從思考中學」的經驗為主。此表徵系統是依序發展而互相平行並存，亦即每一新的認知方式發展出來後，前一階段認知方式仍繼續發生認知作用。

皮亞傑與布魯納的觀點，最大差異在於皮亞傑以年齡來區分認知發展階段，且認為各階段明確劃分，有上下階層的關係；布魯納則認為幼兒智能發展未必受

年齡的絕對限制，且各階段是互相平行並存的。皮亞傑認為認知發展不能藉學習來促進，布魯納則認為學習可提早符號表徵期的來臨，及其贊成加速學習的觀點。

由動作表徵以「由做中學」的經驗，到符號表徵以「由觀察中學」的經驗，產生的新經驗與舊經驗結合，效果自是事半功倍；採啟發方式讓學童因發現、理解而自我滿足。布魯納在有關教學的應用上，提出了四個原則：

- (一) 動機原則 (principle of motivation)：學習要有動機 (motivation)，兒童必須先得喜歡學習，願意學習，而後教學才有效果。
- (二) 結構原則 (principle of structure)：只要在教材組織結構上能配合兒童學習心理，都可以達到教學的良好效果。
- (三) 順序原則 (principle of sequence)：一方面配合兒童智力發展的順序，另一方面配合教材學科的性質，由具體到抽象，由簡單到複雜，由動作表徵到符號表徵，如此，既可配合兒童年齡能力，又可使新經驗與舊經驗銜接，學習效果自可事半功倍。
- (四) 增強原則 (principle of reinforcement)：教學時宜採啟發方式，讓兒童在學習活動中自己發現原理、原則，因認知理解而自我滿足，自然會使得學習活動產生增強作用。

基於布魯納的認知學習理論觀點對照電視文本，以英國 BBC《天線寶寶》為例，玩樂的方式強化知識和情感上學習，活動內容與舊經驗結合，產生新經驗時會適度重複，彰顯了布魯納知識學習與教學應用的四個原則（動機、結構、順序、增強），產生了幼兒節目的哲學，形塑學齡前兒童節目的典範。其他如：美國 PBS《芝麻街》為例，應用做中學、觀察中學、思考中學，協助兒童順利地成長、學習；日本 NHK《跟媽媽一起玩》孩子從觀察中學習，提供孩子一個學習、

玩樂的園地；台灣公視《水果冰淇淋》安排做中學與觀察中學的機會，教小朋友學習分享與關懷。

透過電視學習，幼兒得以習得知識，研究顯示這些節目表明的觀點與信仰，有利於兒童認知發展，了解年齡與認知表徵方式的關係，有助於製作人員掌握不同年齡階段的特色製作節目，更能吸引兒童目光。這是適合目標觀眾收看節目的一個重要原則。

布魯納提出螺旋式課程（spiral curriculum），是指根據某一學科知識結構的「概念結構」，以促進學生的認知能力發展為目的一種課程設計。布魯納的《教育的歷程》一書指出，兩個主要觀點「按照結構主義表達知識觀」與「按照直覺主義表達研究認識過程」，來闡述美國教育改革中四個中心思想。這四個中心思想分別是（一）學習任何學科，主要是使得學生掌握此學科的基本結構。（二）任何學科的基本原理都可以用某種形式教給任何年齡的學生。（三）分析思維能力應該與直覺思惟能力並重。（四）學習的最好的動機應是讓學生對於所學的教材本身發生興趣，不宜過分重視獎勵、競爭等的外在刺激。布魯納認為教材是由具體到抽象、由簡單至複雜、由動作表徵至符號表徵等循序漸進，使每一階段的學習自成一圓周，以後難度漸升高，範圍漸擴大，終而學習到完整的知識。即布魯納（Bruner）所指任何科目都可藉某種方式教給任何兒童的概念（張春興，1998）。螺旋理論講究一個步驟一個步驟（Step by step），以一個圓周的觀點，引導小朋友慢慢往上爬學習，另外，對孩子學習而言，一件事情不是教過就不要再教了，而是要深入、深入、更深入。因此，觀察節目不是看單集的表演，而是把三十集、六十集、一整季完整看完，才能察覺有沒有達成這些效果，像是《水果冰淇淋》、《天線寶寶》非常符合布魯納的理論。

根據布魯納提倡「發現學習」(learning by discovery)，是以人為學科中心取向的發現式教學(Discovery Learning)。係指學生在學習情境中，經由自己的探索尋找，從而獲得知識的一種學習方式。鼓勵孩子自己去思考、比較、對照、運用各種策略，培養解決問題的能力(Barrows, 1994; Norman & Schmidt, 1992; 陳韜文, 1999)。布魯納建議思考有兩種基本方式：「故事性思考」和「典範式思考」。故事性思考以似真性說服人不由自主地相信其內容，它創造假說而不需要驗證，只能以「好壞」評估故事的價值；而典範式思考則以事服人，追求普遍性真理，以驗證假說建立形式的、實徵的證明，「對錯」和「證據」是否充分成為其評估標準。「故事」的模式處理人的意向、行動及其變化和結果，著重的是整體過程和特殊經驗的模式，「典範」的模式則試圖找到一些超越特殊經驗的抽象原理原則。

對照電視文本，台灣很多兒童節目以說故事為題材，「故事性思考」例如早年製播的《童話故事》、《孫叔叔說故事》、《鸚鵡姐姐說故事》等，就是透過故事來教導孩子做人的道理和生活常識，如何明辨是非、追尋真理；而「典範式思考」例如英國 BBC《藍彼得》、日本 NHK《科學玩很大》、我國公視《成語賽恩思》等透過實驗驗證，從「做中學」、「觀察中學」、「思考中學」，分頭探索找答案與真理。

發現式教學使得教師角色也從傳統的知識傳遞者轉為學習環境的設計者和促成者(Chen et al., 2001; 朱則剛, 1993, 頁210-1)對照此觀點，兒童節目主持人不再是節目的主導者、知識的灌輸者，而是設計活動者從旁協助小朋友的角色。例如，公視《下課花路米》，主持人站在孩子角度，透過不斷提問，然後去觀察和實際操作，主持人示範學習的過程，引導孩子的眼睛經歷這一切慢慢去探索，進而去思考、發現問題、解決問題，鼓勵孩子成為一個學習的主動者。

因此，製作人員必須配合「兒童」的認知發展階段，透過主持人（成人）引導兒童學習時，並不是要學習一堆零星的知識及事實，而是讓孩子發現節目素材與素材之間、事物與事物之間發生有意義關連的結構，孩子瞭解「結構」之後，因其具有概括性、類化性，可以發生較大的學習遷移，有助於孩子將來面臨其他類似情境之處理能力。

三、杜威實用主義教育理論

美國教育家杜威（John Dewey）的實用主義教育理論「做中學」（learning by doing）、「兒童中心主義」，強調教學必須從兒童的經驗出發，重視兒童學習的主動性，主張在兒童的學習過程中，應該避免大人們過多的干預，將教學的重心從教師的身上轉移到學生身上，杜威認為透過省思（reflective thinking）的歷程，這樣的學習意義是由學生自己所建構的，而非是教師由外而內強加灌輸的。

由學生自己所建構的學習意義是深刻而久遠的，因為學生已經內化了學習結果（吳木崑，2009）。杜威的「從經驗中學習」（learning by experience）或「做中學」（learning by doing）是杜威在教育上主張經驗學習的核心概念。吳俊升（1972，頁267）指出「杜威論知識問題，不離經驗的範圍，並承認在知識的構成中知覺和感覺的功能」；李常井（1985，頁21）指出「杜威的哲學思想的確是處處都以經驗為題材」。

運用杜威的「從做中學」概念，對照電視文本，例如日本NHK《科學玩很大》兒童由點到面的體驗科學遊戲；又如本研究作者在華視製作的《只要我長大》孩子是主角，鼓勵兒童親身體驗、探索各行各業，為踏入社會做準備；《剪刀、石頭、布》結合數學與遊戲，引導孩童主動思考、解決問題，透過討論和動手做，啟發孩子「從生活中學習，遊戲中學數學」。又如公視《別小看我》的小記者以

媒體觀察員角色，透過「做中學」親身體驗，資深媒體主持人沈春華與孩子在互動過程中，注重行動思考，激發孩子學習的興趣及主動參與帶來的省思態度。

四、維高斯基鷹架理論

鷹架理論（scaffolding theory）為節目主持人提供一個更貼切、更全面的觀點，這個理論是由蘇俄心理學家維高斯基（Vygotsky）所提出的教學理論，學生在主動建構知識的歷程裡碰到困難時，依據維高斯基所提出的「近側發展區」

（Zone of Proximal Development [ZPD]）理論，主要意義是指：兒童內在心理能力的成長有賴成人或能力較強的同儕協助，而這種協助應該建立在學習者當時的認知組織特質上。兒童自己實力所能達到的水平，經由別人給予協助後可能達到的水平，兩種水平之間的一段差距，即為該兒童的近側發展區（張春興，1996）。鷹架理論指出我們不應該只關心成人輔導兒童帶來怎樣的影響，還應該考慮孩子如何經由成人提供協助而能自行完成學習。Wood 等三人在這個領域的研究，整理出六種鷹架在學習上所能提供的支援：（一）引發學童參與。（二）指出學習事物的關鍵特徵。（三）示範。（四）減輕學習時的負擔。（五）進行學習活動方向管理。（六）掌控學習過程挫折。這些由成人或專家所提供的學習支援，可以幫助兒童發展學習的能力，進而使兒童最後能自行完成學習的內容。

Gallimore 和 Tharp 列舉六種促進兒童發展的鷹架作用：（一）示範：提供楷模讓兒童模仿的過程，兒童社會化歷程，大部分是透過模仿成人的表現而來。

（二）立即的處理：根據兒童行為的可否，安排行為發生後立即的獎懲。良好行為發生後所立即給予的獎賞、讚美或鼓勵，皆能使兒童的學習朝向側發展區邁進更趨穩固。（三）回饋：對於兒童的表現給予訊息的回饋，將有助於兒童修正自己的行為，使其有更突出的表現，回饋不單只是針對行為提供訊息，所提供的訊息必須參照某些標準，才能對行為發展有所助益。（四）教導：有效的教導必須

和立即處理、回饋、認知結構交互作用。適當的教導能幫助兒童內化為個人的經驗，使其自我調整。(五)發問：發問一方面可以激發兒童練習思考和語言表達；另一方面則可透過思考和語言表達的練習，幫助兒童培養蒐集證據和運用邏輯思考的能力。(六)認知組合：提供兒童思考和操作性的結構性教材，以發展其組織、評斷、蒐集、記憶、排序和行動的能力(兒童收看節目及廣告對其行為影響之研究工作計畫書，2011)。

維高斯基認為人類的認知發展過程是經由學習社群中師生、同儕、父母的人際互動過程，不斷進行溝通和協商，幫助學習者由實際的發展層次，進而達到潛在發展的層次。鷹架理論²⁰研究其核心在於這些學習社群的互動，該理論認為可以藉助節目內容的安排，應以兒童觀眾原有的先備知識為基礎，設計相關的學習情境，讓兒童觀眾能在互動情境中建構知識及能力。

主持人在節目中應扮演的角色是什麼？為什麼主持人被稱為節目的靈魂人物？因為多數主持人是主導者、操縱者，他們高高在上、滔滔不絕，所有光芒都集中在其身上，兒童成為被動的木偶，配合主持人要求拍拍手或是大聲地呼應主持人要的答案。但是，鷹架理論觀點反映了節目在安排學習過程中，是由製作人員提供一個暫時性的支援來協助兒童發展學習能力，這個暫時性的支持(鷹架)可能是主持人站在從旁協助兒童的角色，而非主導的角色，或是一種節目策略或教具，隨著兒童能力的提升，便逐漸將學習責任轉移至兒童的身上，最後讓兒童能主導學習，並經由學習建構出屬於自己的知識。

鷹架理論對照電視文本，例如本研究作者製作的《剪刀、石頭、布》，以「數學野餐」為主題，在大自然情境中，運用鷹架原理，主持人站在支援協助角色，小朋友利用隨手可得的素材如皮帶、手札、腳步、頭髮來測量河寬、坡道、樹葉

²⁰鷹架理論：<http://zh.wikipedia.org/wiki/近側發展區間>

週長、樹高，由小朋友發現問題、解決問題。其他如英國 BBC《天線寶寶》，以兒童為主體，力求展現出孩子自主、主動、積極、盡情玩耍的一面，節目中看不到大人的干預，即使大人偶爾出現，也是屬於支援的配角，主持人扮演示範者也是守護者，負責協助兒童完成任務。

鷹架的功能就是協助者幫助處於實際發展層次的學習者，藉由口語或非口語的引導，作為與學習者之間的互動，並隨著學習者獨立運作能力的增加，協助者亦逐漸抽離於互動過程中。亦即透過社會互動而漸漸內化為自我調整 (self-regulation) 的內在化過程。

五、班杜拉社會學習理論

「社會學習理論」(Social Learning Theory)由美國著名心理學家愛伯特·班杜拉 (Albert Bandura, 1977) 提出，是探討個人的認知、行為與環境因素三者及其交互作用對人類行為的影響。根據班度拉社會學習理論，認為人類的行為大都經由學習而來，個體自出生就無時無刻、不知不覺中學習他人的行為。班杜拉著眼於觀察學習和自我調節，重視人的行為和環境的相互作用。

一人看到了另一個人做動作（注意），也「記起來了」（保留），並「有能力做」（產出），且「願意做出來」（動機）的一個學習過程（吳修廷、廖主民，2003）。行為的獲得是一種認知過程；行為的表現則是一種動機過程。班杜拉認為人能透過觀察他人的行為來進行模仿和學習，而被觀察、模仿的對象被稱為「楷模」(model)。亦即當我們閱讀敘事時，我們可能會與敘事者進行社會比較，當敘事者表現優於自己，如同看到正面楷模。

藉由仿效歷程（modeling）進行學習。媒體上的暴力、色情或道德價值觀偏差的內容，可能促使兒童模仿與學習，即使暴力也有可能吸引兒童觀看，因此，製作人員應避免使用暴力的畫面。所以兒童節目人員應善用社會學習理論的特質，例如：孩子觀察父母習得騎腳踏車的技巧，觀察學習也是仿效歷程。

（一）觀察學習：

1. 模仿

心理學家所謂的「模仿」是因為觀察別人而產生。藉著觀察他人習得普遍的行為原則，用這些原則引導自己的未來行為。班杜拉是研究這方面的佼佼者，他認為我們的許多行為，無論好或壞，正常或異常，都是從模仿他人行為而來，孩子可透過「觀察」與「傾聽」來學習，電視使得模仿的機會大為增加。早期對兒童觀看電視的觀察，發現兒童經常模仿電視人物的動作，小孩仿效模範（電視角色），例如當《芝麻街》的演出角色用手指計算，或用身體其他部位表現字母或形狀，很多兒童都會模仿，如果出現傻笑、洗手、抓癢、跳躍、揉搓及各種逗趣動作，也會予以相當的模仿（Gerald S. Lesser, 1994）。電視角色的行為會「刺激」，也會「緩和」觀眾的情緒，電視角色可以告知觀眾，哪些行為是可能的、正確的，或被允許的以及強化的情境，例如《天線寶寶》裡的幼兒們在雨天踩水坑、幼兒們在跳舞、唱歌、招手、朗誦和動作，口頭禪如「OH!OH!」和「Again!Again!」等，幼兒樂於模仿他們所聽到、看到的、吸引他們的片語和碎語。兒童透過愉悅的模仿，會產生自信和成就感。從觀察中學習不需要教導，展現隱含訊息的活動也可以產生有效的模仿。以《羅吉斯先生社區》主持人 Fred Rogers 先生為例，利他行為、仁慈、勇氣與容忍，都可以經由演出的活動，有效傳遞這些觀念給兒童，達成間接的溝通。但模仿的重要性卻能被《芝麻街》年幼的黑人小孩傳達，他說：「看！他好像我，而且他知道答案」（Gerald S. Lesser, 1994）。

2. 認同

吸收特定他人展現的廣泛行為模式，將其內在化。班杜拉批評社會型態提供錯誤楷模給孩童，尤其是電視上的暴力行為。在班杜拉的系統中，是傾向楷模控制了行為。對照電視文本，美國PBS《羅吉斯先生社區》給予孩子自我肯定、協助，讓兒童覺得被包容、了解，找到自我認同。幼兒之父福祿貝爾（F. Fröbel）認為，幼兒從小就「愛現」—表現性；「愛新」—創造性；「愛組合」—建構性。這樣衝動，在英國BBC《天線寶寶》中赤裸的看到讓幼兒在生活中、活動中、遊戲中怎樣表現自己，透過感官學習，兒童親身體驗，讓電視機前小朋友印象深刻而產生內化，帶給目標觀眾是既原始又新鮮的創意而讓孩子產生認同。由本研究作者負責製作國際合製動畫片《世界故事動畫—虎姑婆》為例，為了讓全世界小朋友都能夠認同台灣的民間故事，但是老虎會吃掉小孩太殘忍，決定將故事改編，並且賦予小女孩阿美的勇敢、臨危不亂，以機智救出家人、化險為夷，故事中的老虎並沒有吃掉任何一個小孩，這樣的故事沒有國界之分，能引起全球孩童的共鳴。

（二）自我效能實踐：

班杜拉提出自我效能²¹（Self-efficacy），是一個與能力有關的概念，對自身能力表現的預期，指個體應付或處理環境事件的有效性。個體對自己能否在一定層面上完成某活動所具有的能力判斷、信念、主體、自我把握與感受，個體在面臨某一活動任務時的勝任感、自信、自尊方面的感受。班杜拉對自我效能的形成條件及其對行為的影響進行了大量的研究，指出自我效能的形成主要受五種因素的影響，包括行為的親歷成敗經驗：是指個體通過自己的親身行為所獲得的關於自身能力的直接經驗；替代性經驗：是指通過觀察他人的行為和結果，獲得關於自我可能性的認識；言語勸說：是他人的鼓勵、評價、建議、勸告等；情緒的喚起以及情境條件：一個人的情緒狀態與生理狀態，對照電視文本，分述如下：

²¹自我效能：<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/自我效能>

1. 親歷成敗經驗

新舊經驗比對：對照我國公視《天線寶寶在台灣—氣球傘篇》，展現小朋友緩慢學習的歷程，不是只呈現成功的經驗，給小朋友嘗試錯誤空間，讓小朋友有一點點挫折、有一點挑戰，做錯了反而使得小朋友注意這個活動的「不尋常」。

2. 替代性經驗

對照我國公視《天線寶寶在台灣—手腳畫篇》，面對幼兒感官經驗越是重要，「手腳畫」中孩子說出自己的感覺如替代電視機前觀眾的感覺，這是一種替代學習的經驗；以公視《下課花路米》為例，主持群扮演電視機前小朋友替代性學習角色，鼓勵兒童探索學習。

3. 提供幼兒學習經驗平台

對照英國BBC《天線寶寶》不強調小朋友有多棒、有多好，不只呈現幼兒成功的經驗，而是展現小朋友緩慢學習的歷程。生活上的經驗，孩子有點熟悉，但不知道歷程，提供幼兒一個學習經驗的平台。

承上所示，兒童發展，教育心理學界已經有了許多研究成果。如皮亞傑（Piaget）提出的認知發展論、布魯納（J.S.Bruner）提出認知學習理論、艾瑞克森（E.H.Erikson）提出的人格發展論、杜威（J. Dewey）的實用主義的教育理論、維高斯機的鷹架理論、班杜拉（Albert Bandura）的社會學習理論，都肯定環境對兒童發展的影響，因此兒童在各階段都應有健康傳播環境，尤其是「兒童傳播權」之保障，才有助兒童健全的發展。

第四節 兒童傳播權內涵

本節旨在透過「兒童傳播權」的意涵以及具有代表性的國際學術論壇揭示的兒童與傳播關係，以進一步說明優質兒童節目必須具有哪些核心元素，以作為本論文發展我國本土優質指標的另一參照。

一、兒童權利公約

傳播學者吳翠珍（2002）在兒童人權內涵研究中分析指出，具代表性兒童國際學術論壇，如1989年由聯合國通過具有國際公法性質的《兒童權利公約》，並被世界各主要國家所接受。公約一方面保障兒童的表意權利，強調兒童可以藉由各種媒介交流彼此的意見，並且不受國境限制；另一方面主張兒童享有遊戲與娛樂權，並且強調政府、傳播媒體等各方面均應提供有利兒童的資訊、活動與環境，同時保護兒童免於有害之影響。

前述《兒童權利公約》關於兒童表意部分的條文如下，第十二條第一款：簽約國應使有意识（依其年齡大小與成熟程度予以權衡）、能力之兒童就與其自身有關事務有自由表意之權利。第十七條：簽約國承認大眾傳播其重要功能，故應保證兒童可自國家或國際各方面獲得資訊，尤其是為提升兒童社會、精神與道德福祉與身心健康方面的資訊：

- （一）鼓勵大眾傳播媒體傳播有利於兒童的社會與文化資訊。
- （二）鼓勵來自文化、國家、國際各方面有關此等資訊的編製、交換與傳播的國際合作。
- （三）鼓勵兒童書籍之出版與傳播。

- (四) 鼓勵大眾傳播對少數民族或土著兒童語言上的需要予以特別關注。
- (五) 鼓勵發展保護兒童使不受有害其福祉之資訊傷害。

第二十七條第一款：簽約國承認兒童有充分使其身心、精神、道德、社會獲得發展的生活水準權利。第二十九條第一款：兒童教育之目標應為：

- (一) 就兒童之全部潛能發展其人格、才能及身心能力。
- (二) 發展對人類權利與基本自由以及對聯合國憲章所載原則之尊重。
- (三) 發展對兒童之父母、其文化個體、語言和價值，以及對該兒童所住國家，其可能源出的國家和與其文化國家的國家價值之尊重。
- (四) 養成兒童能以諒解、和平、容忍、性別平等之友誼精神，與一切民族種族、國民、宗教團體與各種出身的人交往。
- (五) 發展對自然環境的尊重。

《兒童權利公約》的提出，反映了對於兒童發展階段的重視，不僅基於兒童權益，強調兒童天生就有權利獲得良好發展，更強調各界都應該提供有助於兒童身心發展的資訊、活動與環境。

二、兒童傳播人權五大面向

回顧 1990 年代數個主要且具代表性的國際學術論壇所揭示有關兒童與傳播關係的探討如下（以下資料引自政治大學媒體素養研究室網站）：

(一) 捷克兒童論壇 Bratislava Resolution (UNESCO, 1998)

於 1994 年捷克的 Bratislava 召開「兒童論壇」，會中呼籲必須對兒童進行特別保護，使其免受不當內容的影響，以達更好的生活品質。會議中主要重點是列

出優質兒童節目的必備條件，包括：

1. 內容必須傳遞人類正面的基本價值，以協助兒童身心健全的發展。
2. 內容必須鼓勵創意思考、行動與選擇的自由，以培養兒童的自我個性與創造未來的視野。
3. 內容必須強調，世界各種族具有源自各自不同的傳統、社會文化背景的基本價值，且各國家間的應彼此認同。
4. 內容必須跨越疆界，為兒童描繪出明日大同世界的藍圖。

會中並對公部門提出資源挹注的需求。建議各國家政府、世界性的國際組織都必須鼓勵兒童媒介的製播與推廣，並可藉由以下各種方式達到目的：

1. 增加兒童電視、電影的產製，提供資金。
2. 為具有藝術、教育等正面價值觀的兒童節目，建立起有效的傳佈管道。
3. 鼓勵大規模製作學校與教育用途的兒童節目與軟體。
4. 支持並推廣好品質的兒童電影與電視。
5. 以人力、物力、財力來支持、訓練參與兒童媒體製播的相關人員。
6. 資助經費以研究兒童如何解讀媒介訊息、與媒體如何互動與使用媒體的需求與滿足等相關研究。
7. 協助國內、國際間專業組織幫助兒童電影與電視的製播者達到上述目的。

綜論上述，此論壇主張兒童有接受多元、優質的媒體內容，特別是在媒體全球化的衝擊下，兒童媒體顧及最大市場效益所提出，反映出兒童傳播權中的積極面，在禁制不良媒體的同時，也以發揮大眾媒體正向學習（pro-social learning）的功能與目標。

(二)「澳洲電視與兒童世界高峰會」

於 1995 年第一次在澳洲舉行「電視與兒童世界高峰會議」中，發表「英國 BBC 兒童憲章」The Children's Television Charter (UNESCO, 1998)，下列為此憲章重要的精神：

1. 優質的兒童節目必須兼具娛樂性，但更重要的是可激發兒童身心與社會潛能的發展。
2. 兒童可藉由電視節目來表達他們自己的語言、文化與生活經驗等。
3. 兒童節目必須要鼓勵兒童由自我出發，進一步了解與欣賞其他文化。
4. 兒童節目需要更豐富的類型與內容，但不可為暴力或色情節目。
5. 兒童節目必須在兒童能接收到的時間固定播送，並儘可能的善用媒體與科技，達到移時觀看 (shift-viewing)。
6. 須有充裕的資金投入兒童節目製作。
7. 政府、節目產製者、推廣者與贊助組織，必須了解本土兒童節目的重要性與困境，並採取實際行動去支持、保護它。

首次的「兒童電視高峰會議」所宣示的重點，更積極突顯「兒童主體」的位置，兒童電視節目的製作，須由兒童的觀點與文化經驗著眼。為了達到服務兒童影視權利的目的，會中仍然持續呼籲公部門經費的挹注。

(三)「南非電視與兒童高峰會」

於 1996 年南非所舉行的南非發展國家 (SADC) 電視與兒童高峰會議，提出的「南非兒童電視憲章」The SADC Children's Broadcasting Charter (UNESCO, 1998)，憲章特色融入在地觀點如下：

1. 為實踐兒童表意的權利並保護其免受經濟商業的剝削，必須讓兒童藉由多媒

體管道進入媒介產製的核心，落實兒童媒體近用。

2. 持續進行兒童（尤其是少數、弱勢族群）媒介使用需求與滿足等相關兒童與媒體的研究。
3. 充分的資源（技術、科技、財力等）投入兒童節目的製作，以製作出高品質的兒童節目；而為製作高水準兒童節目，製作標準則是必須在顧及多元族群的各自特性下建立。

另外，聯合國兒童權利委員會於 1996 年探討「兒童與媒體」相關議題，會中所討論議題可歸納為三個重點（Hammarberg, 1998）：（1）兒童近用媒體（2）免受不當內容影響（3）媒體論域中的兒童形象應為完整且正面。

（四）「亞洲兒童權利與媒體高峰會」

於 1996 年 7 月菲律賓首都馬尼拉召開的「亞洲兒童權利與媒體高峰會」Asian Declaration on Child Rights and Media（UNESCO，1998），其基本精神為聯合國兒童權利法案的履行，並尊重、保護亞洲各國多元文化背景。特別是對女童及貧窮、戰亂中兒童的權利保障。主要內容如下：

1. 避免不當內容，例如暴力、色情、驚悚、刻板印象、偏差意識。
2. 保障兒童相關權利，尤其是隱私權。
3. 確保兒童生存、發展，免受媒介不當內容影響。
4. 鼓勵兒童媒體內容多元化，且兒童積極參與製播。
5. 兒童可藉由媒體來表現自我生活經驗、語言與文化。
6. 培養家長及兒童培養對媒介內容的思辨與賞析。
7. 督促媒體自律。

依前吳翠珍（2002）引述「聯合國兒童權利法案」揭示的主要精神，結合

1990 年代主要且具代表性的國際學術論壇、實務社群對兒童與媒體關係的探討，檢視我國規範兒童與媒體關係的主要相關法令規章，進而認為兒童傳播權內涵包含如下列五個面向：

1. 兒童免受不當內容影響、免被政治與商業剝削的權利。
2. 兒童接收優質兒童媒介文本的權利。
3. 兒童形象完整呈現於媒體的權利。
4. 兒童近用媒體的權利。
5. 接受媒體素養教育的權利。

其中，第二個面向「兒童接收優質兒童媒介文本的權利」，有八項構念：

- (1) 優質兒童節目必須傳遞人類正面基本價值，以協助兒童身心健全與社會的發展。
- (2) 兒童節目須鼓勵創意思考、自由意志與選擇，培養出兒童自我個性與創造未來。
- (3) 優質兒童節目必須具備且強調世界與在地各種族不同的文化價值：兒童節目必須傳遞依各國與在地傳統、社會文化背景而異的基本價值，而無歧視的立場與觀點，並跨越地理疆界，為兒童描繪出明日大同世界的藍圖。
- (4) 媒介內容（兒童節目）必須多元化：優質的兒童節目應具有娛樂性，鼓勵兒童由自我背景出發，了解並欣賞其他種族文化。
- (5) 兒童節目的產製過程中應充分尊重兒童意見。
- (6) 以充分的資源（技術、科技、財力等）投入於兒童節目的製作，以保障兒童節目的高品質。但必須確保兒童於產製過程中不被商業剝削、利用。
- (7) 滿足大多數兒童的收視權益：在兒童能收看/聽到的時間固定播送，並儘可能利用的媒體與科技以滿足大多數兒童的收視權益。
- (8) 進行兒童與媒體的相關研究：透過兒童（尤其是少數、弱勢族群）使用媒

介的需求等相關兒童與媒體的研究，掌握與了解兒童與媒體的關係。

總結而言，本研究認為上述八項構念可完整說明兒童傳播權內涵與優質指標的關係，其中第 1 點到第 5 點是與優質節目的概念與內容呈現方式有關，因此可以直接呼應優質指標的建構，而第 6 到第 8 點則牽涉了電視媒體是否可以給予兒童節目足夠的資源、固定時段，以及兒童媒體研究，以保障兒童節目的質與量。

第五節 建構優質節目之核心觀念

本研究作者整理上述相關理論文獻，在「以目標觀眾為中心導向」(Target audience centered orientation) 的架構下，將優質意涵分成：內容、節目實踐、總體三類層次探討發展的指標。在「內容」層次，對照認知發展理論與兒童傳播權取向的指標如符合目標觀眾認知發展、具備兒童觀點。認知學習理論取向的指標如內容多元、引導目標觀眾做中學；在「節目實踐」層次，對照實用主義的教育理論取向的指標如以兒童為主體，反映目標觀眾的想法。鷹架理論取向的指標如主持人擔負引導的角色，鼓勵兒童參與表達，尊重兒童的意見；在「總體」層次，對照社會學習理論取向的指標如內容貼近兒童生活經驗、語言與文化。三類層次分述如下。

一、內容層次

以兒童認知發展理論、兒童傳播權為依據，從「目標觀眾」角度探討論優質服務哪個年齡層，符合目標觀眾發展的興趣與能力，反映兒童觀點；以認知學習理論切入，從「文本結構」探討優質意涵即敘事結構與節目製作，以及節目類型、內容多元，要有一個模式 (pattern) 配套優質模式。

二、 節目實踐層次

從「兒童為主體」探討優質意涵，主持人與兒童互動，引用實用主義杜威的教育理論，給予兒童做中學的機會，引用兒童傳播權，鼓勵創意思考；從「互動」取向探討優質意涵，維高斯基鷹架理論之應用，由兒童實際參與節目的程度來探討，主持人擔負引導兒童，運用手法讓兒童主動參與成為節目的主體，將此二者相互搭配。

三、總體層次

從「學習歷程」探討優質意涵，結合上述角度切入，涵蓋班杜拉的社會學習理論，從模仿節目內容到自我認同轉化、以兒童為中心，貼近兒童生活經驗、語言與文化，發揮節目「寓教於樂」功能。

本研究透過「適齡適性」架構，整理出優質兒童節目相關理論與核心觀念的分析（參見表 2-1）。

表 2-1 優質兒童節目的理論與核心觀念整理表

優質面向	內容層次		實踐層次		總體層次
核心概念	節目符合認知發展能力	具備多元的內容與做中學類型	以兒童為主體	協助兒童主動參與	節目必須落實學習功能
學習理論	兒童認知發展理論	布魯納認知學習理論	實用主義的教育理論	鷹架理論	班杜拉的社會學習理論
兒童傳播權的內涵	協助兒童身心健全與社會的發展	節目必須具備世界與在地各族群不同的文化價	鼓勵兒童創意思考、自我挑戰	尊重兒童意見	表現兒童生活經驗、語言與文化

		值			
相關 節目 介紹	《天線寶 寶》、《芝麻 街》、《藍彼 得》、《水果 冰淇淋》、 《別小看 我》	《天線寶 寶》、《芝麻 街》、《水果冰 淇淋》、《跟 媽媽一起 玩》、《下課 花路米》	《只要我長 大》、《剪刀、 石頭、布》、 《別小看 我》、《藍彼 得》、《科學玩 很大》、《成語 賽恩思》、 《啊！設計》	《天線寶 寶》、《剪 刀、石頭、 布》、《成語 賽恩思》、 《別小看 我》、《古典 魔立客》	《芝麻街》、 《羅吉斯先生 社區》、《天線 寶寶》、《藍彼 得》、《世界故 事動畫—虎姑 婆》、《下課 花路米》

第六節 文獻分析淬取國外優質指標

本研究以優質概念做為研究基礎進行研究。研究者採用「文獻分析法」(Document Analysis)是指根據一定的研究目的，透過蒐集有關市場資訊、調查報告、產業動態等文獻資料，從而全面地、正確地掌握所要研究問題的一種方法。使兒童節目優質內涵分析與探討更加周延。藉以檢視國外兒童節目的優質內涵，包括透過國外重要會議、國際影展論壇、國外兒童節目現場參訪、製作人的專訪等有關文獻探討，分析製作優質兒童節目的訣竅(know-how)，從教育理念與節目規劃設計兩方面探討世界知名兒童節目實例，了解節目呈現的核心價值，以作為兒童節目回饋與改進的參考。為了找出優質兒童節目的訣竅(know-how)，從80年代起，研究者陸續拜訪世界知名兒童節目製作人，親赴國外拍攝現場取經，如美國PBS《芝麻街》(Sesame Street)、《羅吉斯先生的社區》(Mister Rogers' Neighborhood)、英國BBC《天線寶寶》(Teletubbies)、日本NHK《跟媽媽一起玩》等學齡前兒童節目，深入了解他們如何為目標觀眾量身訂製內容，對於優質兒童節目的判準等。研究者蒐集的內容也包括許多二手資料，將四處蒐集來的資料，經過分析後歸納統整如下：

一、國外重要會議的討論

本研究挑選了 23 篇涉及優質和適齡適性的書面報告，包含國際兒童影展、世界兒童媒體高峰會、論壇等的出國報告心得，例如本研究者參與「1996 英國 BBC 兒童節目《藍彼得》」進棚觀摩報告、「1998 年英國倫敦兒童媒體高峰會」出國報告、「1999 年芝加哥國際兒童影展」參展觀摩報告、「2000 年多倫多跨世紀兒童暨青少年媒體高峰會」參展報告、「2004 巴西世界兒童青少年媒體高峰會」的出國心得報告、「2005 北京亞太青少年電視節」心得報告、「2006 年日本賞」出國報告等，會中討論優質兒童節目核心價值與具體成效；另外，出國採訪訪談如美國 PBS《芝麻街》製作總監、英國 BBC《天線寶寶》製作人 Ann Wood 女士、日本 NHK《和媽媽一起玩》製作人平田豐子，Hit Entertainment 內容發展部門 Content Development 的副總 Mary Ann Dudko 女士等、以及參加焦點團體、期刊專欄發表、可視化文件等，將這些兒童與媒體的研究相關資料加以蒐集、分析，並將上述兒童節目的研究與評估進行整理歸納。

二、國外優質兒童節目判準產生的方式

全球知名的幼兒教育產品公司 Hit Entertainment 內容發展部門 Content Development 的副總 Mary Ann Dudko 女士也是兒童發展教育博士，指出它們的學齡前兒童節目格外重視節目訊息對兒童的身心發展是否適切，以及節目的教育價值，具備優質條件如下：

- (一) 確保節目內容符合 2-7 歲孩子的認知發展能力。
- (二) 策劃具教育目標的單集主題，並提供編劇和主題相關的教育資訊。
- (三) 進行節目的質化研究，用觀察法觀察孩子們觀看節目的反應並解這些反應的意義，這類的研究在節目發展的各階段都會進行，尤其在樣片定案前更

為嚴謹。

(四) 為父母或教師編印製作教育推廣產品 (outreach materials)。

Mary Ann Dudko 指出，優質的學齡前兒童節目必須精緻、有氣質、重視過程，充滿人情味，尤其包含情意教育的主題，這類價值最受到父母師長的歡迎。

英國「Peabody Award『最佳兒童節目獎』」(1948-1995)以近 50 年時間，分析優質兒童節目具備的條件，應包括：

- (一) 節目目標：具備的學習主旨到廣義的內涵。
- (二) 節目形式：節目是否具有特殊形式風格，能夠開拓孩子眼界與啟發想像。
- (三) 製作技術：優良精緻的製作水準，為了吸引兒童的注意力而更加講究與創新。
- (四) 優質節目必須適齡：兒童節目必須適齡要符合目標對象的生理、心理、認知與社會發展特質。
- (五) 長久的後續影響效益：生命與影響力以往超越一般傳統的製作，好節目往往會獲得來自各方的好評、回響，其影響力是往往持久不墜的。
- (六) 知名的幕前幕後人員：知名、表現優異的公眾人物或專業人士的參與而獲得肯定，包括：節目演出人員到幕後的編劇、導演與擔任諮詢的學者。

此外，「德國慕尼黑國際青少年影展」評選標準則是認為：

- (一) 想法 (Idea)：節目想法有趣嗎？具原創性嗎？會讓看完的人去思考嗎？有達到它原本設定的目標或目的嗎？
- (二) 劇本 (Script)：劇本結構或平衡做得好嗎？劇中角色有被好好地發展、劇中人們的行為都是有動機地出現嗎？
- (三) 實踐 (Realization)：節目的想法有被好好轉化成電視呈現嗎？例如美術、

攝影、剪接等等層面。

(四) 目標觀眾 (Target Audience)：節目適合所訴求的年齡族群嗎？有文化關聯性嗎？能夠成功地娛樂觀眾嗎？有傳達訊息嗎？有尊重孩子嗎？

英國 Channel 4 電視台負責教育延伸服務部門 Ms. Heather Rabbatts 認為優質節目不但富教育意義，表現手法要相當創新。對兒童而言，千萬不得說教，節目看到大人們的平等對待他們就是夠優的節目。

透過以上整理歷年國外節目研究所得結論，以及各國觀察參訪而來的經驗，經過列舉討論，反映出優質節目製作的目的是要協助兒童順利成長，滿足兒童的好奇心和學習需求，在此奠基下勾勒出優質節目具備的面向：「符合目標觀眾認知發展」、「廣義的教育目標」、「學習功能」、「內容多元」、「節目形式」、「製作技術」、「出眾的人物參與」、「影響效益」等八大核心觀念之下，整理出 18 項國外優質兒童節目核心觀念的指標（參見表 2-2）。

表 2-2 國外優質兒童節目核心觀念的指標

面向	指標	說明
符合目標觀眾 認知發展	1. 設計的內容與節目風格符合目標觀眾的生理、心理、認知與社會發展的特質 2. 以目標觀眾為主體，鼓勵不同背景的兒童展現自我 3. 節目中的兒童親自參與 4. 尊重目標觀眾的意見，呈現兒童觀點	1. 孩子每一個發展階段都是獨特的，設計的內容引導目標觀眾在不同發展階段獲得新的能力、相關的新技能與情感成長。 2. 生活背景不同的兒童能夠在節目中展現真實的自我，成為節目中的要角。 3. 兒童親身參與遊戲或活動，兒童是主要角色。 4. 節目的產製過程中應充分尊重兒童的意見，呈現兒童觀點。

廣義的教育目標	5. 節目具備明確的教育目標	5. 節目具有廣義的教育或教學目標。有明確的學習主旨，從以學科為主的認知領域（如數學、科學、閱讀等），到廣義的內涵，如教導人生、情緒等。
學習功能	6. 在認知、情意或技能的學習上，充分引導目標觀眾心神領會 7. 鼓勵目標觀眾創意思考 8. 「寓教於樂」讓兒童快樂學習 9. 「寓教於玩」讓兒童在玩樂的過程中學習	6. 內容鋪陳注重目標觀眾獲取知識的過程，亦關注情意方面：對人事物的感覺、情緒、態度、興趣、欣賞等方面的學習，以及技能方面：聽、說、讀、寫，等溝通的基本能力。 7. 鼓勵目標觀眾創意思考、展現自由意志，培養出兒童的個性與創造力。 8. 「寓教於樂」，讓兒童快樂的學習。 9. 「寓教於玩」，讓兒童在玩的過程中學習。
內容多元	10. 傳遞正面的價值觀 11. 引導目標觀眾認識在地文化 12. 鼓勵目標觀眾欣賞其他族群的文化 13. 幫助目標觀眾認識世界	10. 建立正面的價值觀和積極的人生態度，培養目標觀眾面對社會的能力。 11. 節目必須多元化，認識自己在地文化。 12. 強調世界各民族文化價值，了解並欣賞其他族群的文化。 13. 幫助孩子認識世界，培養國際觀。
節目形式	14. 節目形式具特殊風格，開拓目標觀眾的眼界	14. 節目形式能夠開拓目標觀眾眼界，啟發他們的想像力。
製作技術	15. 製作技術講究與創新	15. 為了吸引目標觀眾的注意力，優良精緻的製作水準是不可缺的。
出眾的人物參與	16. 幕前幕後出眾人物的參與而獲得肯定	16. 知名、表現優異的公眾人物或專業人士的參與而獲得肯定，出眾的人物包括：節目演出人員到幕後的編劇、導演與擔

		任研究的學者皆涵蓋在內。
影響效益	17. 充分的資源投入，以保障節目的品質 18. 創造節目的影響力	17.充分的資源投入於兒童節目的製作，從前置規劃、製作流程，到教育推廣，都需審慎為之 18. 好節目會獲得來自各方的好評、迴響，其生命與影響力超越一般傳統節目的製作。

資料：研究者自行整理

綜上可知，國外兒童節目的指標是彙整文獻分析與二手資料等相關文獻，提供了優質的內涵，再從中萃取出國外優質兒童節目指標，形成本研究的第一次指標，亦成為本論文發想本土指標的基礎。



第三章 研究方法

在建構我國兒童節日本土優質指標之前，須先確立研究方法。研究方法與研究問題息息相關，經過文獻檢索之後，在第二章文獻分析歸納整理出美、英、日等國優質兒童節目核心觀念與具體指標。但畢竟國情不同、我國父母師長的需求不同，製作人員希望兒童節目的樣貌不同，還有學者專家也有不同的觀察，因此，決定透過研究方法來解決問題。

第一節 行動研究

為謀求我國兒童節目「優質指標」建構之適切性，必須了解國內兒童節目製作過程上的缺失與需要改進的地方，故採用「行動研究法」(Action Research)的架構，以研究在電視製作上實際面臨的問題並求解決問題的方法。

行動研究(Action Research)的理念(Elliott, 2007)是根據行動學習(Action Learning)源自於經驗學習理論的一連串學習與反思的連續過程，勇敢挑戰傳統的「行動」與「研究」二種概念的邏輯(McGill & Beaty, 1992)。行動研究將傳統分立的「行動」與「研究」兩者加以結合，主張實務工作者應該進行研究，以改進本身的實務工作(蔡清田，2007)。因此，從事研究也是屬於實務工作者份內工作。此種行動研究，旨在引導改善實務工作，企圖解決實際問題，最後並增進實務工作者對問題本身的理解(McNiff, Lomax & Whitehead, 1996)。

行動研究(Action Research)在維基百科中定義是一群工作團隊積極進行問題解決過程中或是問題解決的反省歷程，但是「認清本質」是解決問題的第一步，因為行動研究以解決實務問題為導向，因此強調研究者參與就是實務工作者的參

與，往往從事行動研究的人員就是應用研究結果的人員，但有時也會透過專家的協助來進行（潘世尊，2003）。行動研究（Action Research）有時須先整合數種方法，才得以發揮指標的功能。

總之，行動研究在方法論上採取的是折衷統合的途徑方法，其優點可以運用多種不同方法。為了解我國利害關係人對於兒童節目優質指標的想像與需求，行動研究包含兩種研究方法：「凱利方格法」(Repertory Grid Technique〔RGT〕)。

「德菲法」(DelphiMethod)來進行，目的是要用專家法的精神，發展本土指標，指標的概念來自於在地專家（利害關係人）投入研究。採「凱利方格法」透過研究者的深度訪談提煉利害關係人選取的指標，以及研究者的行動經驗結合國外文獻與國外指標交互進行分類與彙整，產生初步指標，再採「德菲法」，由在地專家學者群診斷，整合排序出共識指標，研究者分析得出本土優質指標。行動研究步驟如下圖 3-1。

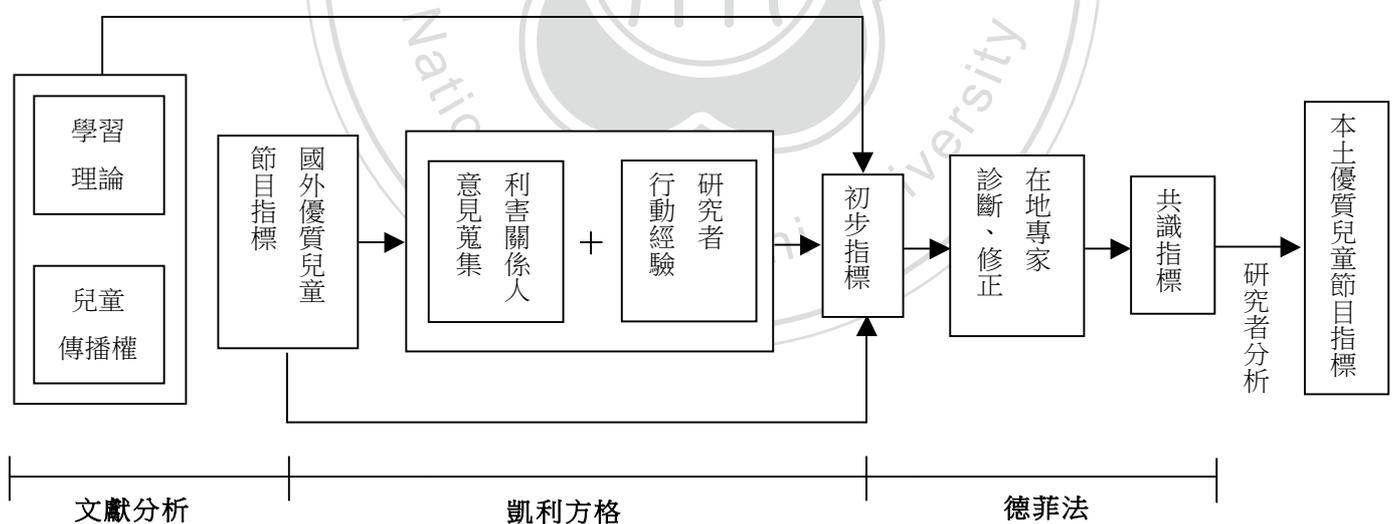


圖 3-1：行動研究步驟

資料來源：研究者自行整理

本論文稱之為行動研究，有以下三點重要理由：

- 一、本研究先進行國內外相關文獻探討，範圍包括學習理論、兒童傳播權內涵，以及研究者過去在美、英、日國家實地考察的心得、觀摩美、英、日國家兒童節目製作過程的報告，以及研究者參與國際兒童影展的現場筆記或製作人採訪等，這是屬於本研究作者過去經驗的一部分，本研究透過此經驗，做更有系統整理，進行進一步延伸，這是自我分析的行動研究。
- 二、本文研究者實務經驗與負責實務考核的專家學者（利害關係人）進行對話，除了了解他們如何進行評選過程，另一方面行動研究是透過研究者的經驗，對於他們的評鑑對應到實作過程每一個環節，與其他人的行動經驗進行對話。
- 三、研究者進行研究的同時，也在思考規劃、輔導或評鑑未來的兒童節目。

行動研究是一個在循環的歷程中不斷的檢討、修改、創造的過程；行動研究的情境就是實務的工作情境；行動研究的過程重視協同合作；行動研究的結果實務工作情境可獲得改善，最後，行動研究所獲得結論運用在與研究者有關的情境，實現以「行動研究」作為專業成長手段的初衷（朱仲謀，2006）。因此，行動研究者可以提出解決問題的研究假設與行動，而且行動研究所建構的理論是植基於實務工作的理想之實踐（黃光雄、蔡清田，2009）。

本研究建構兒童節目優質指標，無法針對單一節目各製作階段的過程進行探索，而是必須抽樣出一定數量的節目，以代表各類型的兒童節目，為了確保此抽樣過程中的樣本代表性，本研究設計了抽樣工作。本研究首先區分「學齡前兒童」與「學齡兒童」的分齡節目，是因為皮亞傑等學者的認知發展理論、與相關學習理論都特別指出，兒童在不同年齡階段會有不同的認知、自我發展特徵與學習觀點。由此可見「學齡前兒童節目」與「學齡兒童節目」也會需要不一樣的優質指標。循此，本論文則是將「學齡前兒童節目」的目標觀眾界定為 2 到 6 歲兒童，

此階段兒童最主要特徵是「自我中心」；「學齡兒童節目」的目標觀眾界定為 7 到 12 歲，此階段兒童的主要特徵是「邏輯能力增強」與「去自我中心」。(參見第二章第三節)。因此，「學齡前兒童節目」必須讓幼兒能透過自己的觀察與做中學來探索世界；「學齡兒童節目」則須讓兒童有機會抒發自身的觀點與經驗，以便進行分享與討論。

本論文的内容其實與研究者的工作不可分割，例如研究者過去的工作經驗、文本資料，都成為本論文素材的一部分。這些經驗也是本論文中各項訪談與詮釋的重要基礎。本研究採「凱利方格法」(Repertory Grid Technique [RGT])和「德菲法」(Delphi Method)，前者係針對利害關係人(製作核心人員、父母、教師、學者專家、文教團體)之內隱知識外顯化，研究者引導抽粹出二極構念，提供了初步指標的資料(Data Collecting)，以及文獻提供洞見(Insights)，產生初步指標。後者以「德菲法」問卷調查研究，讓更多元的在地專家針對初步指標進行診斷與修正，才能得出更為周全與精準的台灣在地優質指標。

第二節 凱利方格法

本研究第一個研究工具，提出一種不同於慣性思考或教科書或編製電視手冊或標準作業流程的規範，而採用了在教育與臨床心理學發展出的「凱利方格法」(Repertory Grids)，「凱利方格法」由喬治·凱利(George Kelly)建立的一種認知模式探測的方法(Repertory Grid Technique [RGT])，RGT 能在很短時間內，引出訪談工作不容易問出來的東西，是一個非常有效率的方法，其結果不但能讓受測者印象深刻，並能說出自己不太容易表達的構念。凱利認為每個人都像科學家一樣，透過對事物的探索，建立自己的構念系統，解釋這個世界所有事務的意義系統。但是，凱利發現每個人的構念通常是非語文的，內隱不明的，每個人不

可能完全表達出自己的構念結構，要將這些構念以溝通的方式表達，是非常困難的，這也是凱利在臨床心理治療中，發展出的 RGT 方法，作為瞭解個人內在構念的主要原因。RGT 提供了獨特且有用的資料收集與分析技術，能夠讓研究者探索隱藏在個人內心深處的認知結構。

凱利認為，在研究關係上，受測者是自己的探索者，而研究者是受測者的協助者，受測者主導一種自我生命的探索過程，研究者則扮演研究指導的角色，適時提供建議協助受測者探索與揭露自己內在的構念結構 (Adams-Webber, 1980)。在施測結果的構念數量方面，凱利原本在臨床研究認為需要 20-30 個左右構念，然而過多的構念，會讓受測者感到不耐，影響到研究的品質。EasterySmith (1980) 認為以 10×10 的方格設計，約需二個小時完成，是合理訪談時間的上限。

以凱利方格法的實際進行而言，陳啟亮在《以凱利方格法探索書後所引編制行為》論文中指出，凱利個人的建構理論是 RGT 背後主要理論的基礎，RGT 包含三個階段：一、引出元素 (Elements)，以確定研究分析的項目。二、建立構念 (Constructs)，確定應用在這些元素的特徵。三、建構元素與構念的矩陣 (Grid) 並進行評分。本研究認為，這種三階段的區分，有助於引導本研究抽粹出優質節目的意涵。

本研究基於上述方法論背景，邀請兒童節目利害關係人為受測者，運用方格法參與內隱知識自我探索的過程，本研究作者自身長期製作兒童節目多年，憑據個人的資深經驗、價值判斷，以質性研究的方式，深度訪談製作核心人員、父母老師、學者專家、文教團體，引導出他們的內隱知識不易表徵的構念結構。事實上，潛藏在個人內在深處的價值原本就難用語言闡明，本研究者的挑戰則是必須在採訪的過程中運用訪談的技巧引導出來，這是一個共同主觀、互為主體的過程，以幫助建立優質指標的表徵。首先要了解受測者是如何建構他的世界？受測

者所持有的理論觀點是什麼？如何判斷好的節目與不好的節目，他們對於優與不優的判準是如何做精細的分類？簡言之，每個人都有一套個人建構的理論，本研究要將他們心目中優質的「那把尺」挖掘出來，進一步整合比較，探索隱藏在利害關係人心目中的優質深層結構，藉以得出研究新發現。

凱利方格法把利害關係人對優質但原本隱而不顯的情境知識，透過各類型兒童節目個案陳述出來（Furnha, 1988）。因為在訪談前未設定問題與相關內容，利害關係人與本研究進行的是無內容的半結構訪談，研究者提供所有節目元素（個案）讓利害關係人透過分類產生極端的類別，再從中抽粹個人的構念，從利害關係人回饋的經驗中統整分析得出優質的意涵。為了得出指標效度，進一步透過修正式的德菲法，彙整上述凱利方格法得出的初步指標做整合，經過三回合問卷調查及分析工作，專家學者意見回饋，解釋研究結果，由於充分利用了專家的經驗和學識，最終結論為群體決策產生的共識指標，達成本研究的目的。

第三節 德菲法

德菲法（Delphi Method）是在 20 世紀 40 年代由 O·赫爾姆和 N·達爾克首創，經過 T·J·戈爾登和美國著名智庫蘭德公司進一步發展而成的，主旨在讓參與決策的每一位成員在討論過程中知道別人的意見，但不會知道提意見者的真實身分，以避免受到權威人士的專業壟斷或人際關係的影響，而扭曲了個人意見的表達。德菲這一名稱起源於古希臘有關太陽神阿波羅的神話，傳說中阿波羅具有預見未來的能力。因此，這種預測方法被命名為德菲法（Linstone&Turoff, 1979；陳定銘，2005）。

1950年代德菲法開始發展，是一種群體決策溝通過程的方法，也稱專家調查法，採用匿名方式溝通，參與者對議題的討論限制在一定的範圍內，為了避免會議中面臨的團體壓力、時間無法配合、交通往返費時等，德菲法在操作上採用問卷調查法，以通訊方式分別將所需解決的問題單獨發送到各相關領域專家之手中，徵詢意見予以評分，然後再回收、彙總全部專家的意見，再整理出綜合意見。隨後將該綜合意見和預測問題再分別反饋給專家，再次徵詢意見，各專家依據綜合意見可以修正個人的觀點或匿名者的回應，然後再彙總。這樣多次反覆，逐步取得比較一致的預測結果的決策方法（葉晉嘉、翁興利、吳濟華，2007）。結合該領域專家的知識、意見與推測能力，最後達成專家間一致且穩定的共識，藉以推斷可能發生的事件、有效預測未來趨勢或獲得對某問題的一致結論（王美鴻，1997，頁47-48；林立傑等，2004）。

依據系統的程式，採用匿名發表意見的方式，即專家之間不得互相討論，不發生橫向聯繫，只能與調查人員發生關係，為了凝聚參與者的共識，通常要實施三個回合以上，通過多輪次調查專家對問卷所提問題的看法，經過反覆徵詢、歸納、修改，最後彙總成專家一致性的看法，作為最終的結果（潘淑滿，2003），這種方法具有廣泛的代表性，較為可靠。

德菲法三大特性，包括（一）經由問卷的方式，邀請來自不同領域的專家學者以匿名的方式參與、交換意見，避免研究者主導。（二）反覆的調查、回饋意見做為溝通的方式。（三）在每一回合調查中，提供專家學者群上一回合問卷結構性摘要的回饋資料，協助參與者認知趨於一致，使大家發表的意見較快收斂，得到精煉的意見（陳定銘，2005）。德菲法的特徵說明如下：

1. 資源的利用：由於吸收不同的專家與預測，充分利用了專家的經驗和學識。
2. 獨立的判斷：由於採用匿名或背靠背的方式，能使每一位專家獨立地做出自己的判斷，不會受到其他繁雜因素的影響。

3. 客觀的結論：預測過程必須經過幾輪的反饋，使專家的意見逐漸趨於相同，參與者也易接受結論，具有一定程度綜合意見的客觀性。

由於德菲法具有以上這些特點，使它在諸多判斷預測或決策手段中脫穎而出。這種方法的優點主要是簡便易行，具有一定科學性和實用性，運用專家學者的個人思惟和專門技術，達到集思廣益的效果。同時，打破時空的困境，解決無法齊聚一堂討論溝通的問題。另外，德菲法利用描述性統計，顯示專家學者意見的一致性與離散性，不需要應用到高等複雜的統計技術。然而，德菲法也有其缺點，專家學者背景經驗的不同，對於某些問題有實難以劃分一致的看法，如果專家學者代表性不足，可能會產生偏見，影響研究結果。另外，數回合的問卷調查，耗時甚久，可能會導致問卷回收率愈來愈低（Duffield,1998；宋文娟，2001）。

德菲法的實施，首先，由研究者根據凱利方格法抽粹利害關係人的優質構念獲得初步指標，設計出第一次問卷，寄予參與研究的專家學者群以匿名方式填寫問卷，之後由研究者將這些問卷予以回收進行彙整與分析，包括評分結果與意見整合，並且根據問卷結果讓參與者了解達成共識的部份，未達成共識的部份必須讓參與者了解其他人的意見，並再次表示意見，才能設計出第二次問卷，再寄發給每位成員，以蒐集與分析第二回合問卷的結果，以此類推至問卷結束。問卷調查實施步驟如下：

- (一) 組成專家小組，按照課題所需要的知識範圍，確定專家。專家人數的多少，可根據預測課題的大小和涉及面的寬窄而定，參與者大約在 20-30 人左右。
- (二) 向所有專家提出所要預測的指標及有關說明，並附上有關這個問題的所有背景資料，同時請專家提出還需要什麼材料，然後由專家做書面答覆。
- (三) 各個專家根據他們所收到的材料，提出自己的預測意見，並說明自己將怎樣利用這些材料並提出預測值。

(四) 將各位專家第一次判斷意見彙總，列成圖表，進行對比，再分發給各位專家，讓專家比較自己與他人的不同意見，也可以修改自己的意見和判斷。也可以把各位專家的意見加以整理，然後把這些意見再分送給各位專家，以便他們參考後或是修改自己的意見。

(五) 將所有專家的修改意見蒐集、彙總，再次分發給各位專家，以便做第二次修改。逐輪收集意見並為專家反饋意見是德菲法的主要環節。收集意見和意見反饋一般要經過三、四輪。在向專家進行反饋的時候，只給意見但並不說明發表意見的專家的具體姓名。這一過程反覆進行，直到每一位專家的意見有一致性為止。

(六) 對專家的意見進行綜合處理。

德菲法作為一種主觀、定性的方法，不僅可以用於預測領域，而且可以廣泛應用於各種評價指標體系的建立和具體指標的確定過程。

第四章 學齡前兒童節目的凱利方格法研究與實施

第一節 學齡前兒童節目凱利方格法的具體實施步驟

本研究「凱利方格法」為了解利害關係人對於兒童節目優質核心面向所抽粹的構念，進行無內容的半結構深度訪談，俾以解釋、分析受測者在優質意涵研究上有何種不同的角度跟見解。半結構深度訪談與一般的訪談工作不同，例如對於節目觀看的意見與對於優質定義的具體回應，一般的深度訪談中，通常受測者只會針對提問者的訪談大綱，在訪談當下對節目存有的印象，或是剛好想起的收看經驗回答，難以直接由受測者口中問出節目更細微的具體意見與看法。由於兒童節目利害關係人的「內隱知識」，或是屬於「程序知識」，單憑訪談中可被陳述的部份是不足夠的。為了企圖進一步探究這些不易表徵出來的判準，也就是內隱知識的外顯化，可以將其經驗中的「每一個具體判斷標準」列出，透過比較分類，揭露出其心智活動所使用的構念機制。凱利方格法進行的步驟流程（參見圖 4-1）

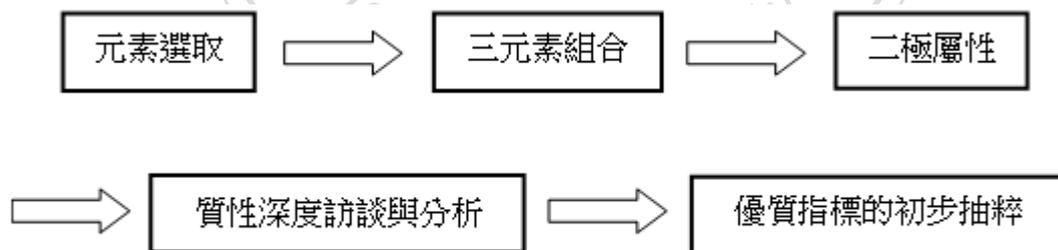


圖 4-1：凱利方格法進行步驟流程

資料來源：研究者自行整理

本論文研究的基本元素為研究者熟知、經常觀察的國外優質兒童節目，以及國內公共媒體、無線、有線頻道、以及兒童頻道所製播的兒童節目。本研究作者

從中篩選獲得過國、內外兒童影展、金鐘獎，或媒觀「國人自製兒童暨青少年優質節目推薦」，或媒觀「適齡兒童電視節目標章」的節目做為研究案例。在進行 RGT 研究之前，以分齡概念分為「學齡前兒童節目」與「學齡兒童節目」，引出元素，進行相關內容的分析與利害關係人的訪談準備工作。

步驟一：元素選取

本研究以「優質與否」為依據，提供受測者「學齡前兒童節目」與「學齡兒童節目」的片單，受測者從中擷取九個節目元素，包括三個優質節目、三個普通節目，以及三個特別的節目，例如《芝麻街》、《天線寶寶》、《水果冰淇淋》、《YOYO 點點名》、《MOMO 玩玩樂》、《ㄅㄆㄇㄏㄎㄏㄎ》等，置放在表格的上方列，做為準備用來抽粹構念的九項元素，其目的是為了對比出核心優質概念的兩極屬性，以利優質指標的建構。

經過不同利益關係的受測者確定九項元素（節目名稱）後，本研究作者製作成九張卡片，將受測者描述每一個元素都會寫在一張卡片上，接著對受測者進行 RGT 的施測，先向受測者說明 RGT 的進行方式，之後請受測者就九張卡片上的節目說出每個節目的特色，簡述節目卡片的優點、特色和其畫面，包括目標觀眾、內容創意、製作技巧、拍攝手法、主持人表現、演出角色、小朋友參與、音樂歌曲等等，建立節目的完整思考架構。在回顧過程中，希望引導出受測者實際上對節目的優質經驗。另外，卡片設計的用意，使得受測者在訪談時能經過反覆思索、多次的考量，並同時提供更為具體的實例與觀點，進而提高訪談內容的品質與可信度，做為採取三元素組合二分法前的準備工作。

步驟二：三元素組合二分法

採用凱利方格法「三元素組合法」(Triad Method)是由凱利發展出來取得構念的方法，每一輪抽出三個節目為抽粹構念之依據，研究者將受測者描述每一個元素都會寫在卡片上，隨機將卡片背面寫(ABCD...)代表節目編號，例如A代表《天線寶寶》、B代表《芝麻街》、C代表《水果冰淇淋》等關鍵字，然後將卡片覆蓋，請受測者隨意抽出三張卡片進行二分法行為，也就是三個節目以優質的特性分成二類，例如受測者將ABC三張卡片分為A一類、BC一類，則是《天線寶寶》為一類，《芝麻街》和《水果冰淇淋》為一類(參見表4-2)。

步驟三：建構二極屬性

接下來請受測者比較二類優與不優差異在哪裡，如此才能形成兩極的相對構念，受測者需要為此構念進行命名，填入元素矩陣，譬如一類可能為「製作嚴謹」(寫在右極)，另一類為「製作馬虎」(寫在左極)，形成兩極的量尺。兩極之構念可以是類似「有新意」、「無新意」之有無構念，也可以是「填鴨訊息」、「生活經驗」、「兒童為主角」、「以成人為中心」之描述性構念，毋須刻意將優質構念固定置於左極或右極。但是每一個兩極構念必須只包含一個單位概念，不應同時存在兩個單位概念，如：內容豐富表現手法多元，應區分為內容豐富與表現手法多元的兩極構念，而非一個構念。研究者記錄受測者分類的情況，並持續追問分類的原因，是否還有其他相似性或相異性等等。由本研究作者與受測者一起探索出元素的相似與相異的二極屬性，做為左極構念和右極構念，產生較有邏輯、對立且描述確實、完整的二極構念。

隨後，研究者會再重新排一次卡片，重覆這樣動作，研究者亦可請受測者再繼續配對節目卡片確認是否還有其他構念可以被抽粹。累積若干成對構念後，可以得出各元素之間關係的矩陣，此時「階梯法」(laddering)一併使用，進一步抽取個人的核心建構，藉由一連串問題，詢問受測者為什麼(why)這個東西分

在這裡？或問如何（how）、有哪些（what），引出下位的構念。並將所有二分性建構轉化成評定量尺來引出相關主題的元素，去探測出不同層次的構念（陳啟亮，2008）。受測者將命名的構念填入元素矩陣，矩陣的上方是橫列元素，左右兩側縱列構念項目，製作出每位利害關係者的二極構念紀錄表。

以本論文為例，受測者可能將兒童節目的表現區分為製作嚴謹 VS 製作馬虎；有新意 VS 無新意；以兒童為主體 VS 以成人為中心等，關於優質與否的二極構念（參見表 4-1）。然而，由於本論文的重點不在於比較不同兒童節目的優質表現，而是藉由各類型兒童節目來萃取出其中的優質構念。由於，本論文不會針對個別節目優質與否做評斷，而是從中提煉優質面向抽粹指標，因此，不會進行凱利方格研究中的構念評分的分析。

表 4-1 「學齡前兒童節目」利害關係人二極構念紀錄表

元素 左極構念	A 芝麻街	B 天線 寶寶	C 水果冰 淇淋	D YOYO 點點名	E MOMO 玩玩樂	F ㄅㄛㄅ 咕咕 咕	元素 右極構念
製作馬虎							製作嚴謹
無新意							有新意
填鴨訊息							生活經驗
成人為 中心							兒童為 主體

註：A、B、C...元素，代表受測者挑選出來的節目的編號

步驟四：質性深度訪談

本研究透過凱利方格法挖掘出利害關係人對於優質兒童節目的構念之後，將會進一步透過深度訪談來了解何謂「優質」與「不優」節目的明確判準，例如「製作嚴謹」的構念可能指涉及節目是否符合孩子年齡層的發展需求、是否能達成學習目的或主持人表現是否稱職，這些判準都無法單靠凱利方格法來萃取，而必須透過質性深度訪談的輔助，抽粹節目二極的構念。

步驟五：分析優質構念抽粹指標

本研究需要找出哪些是具代表性的優質意涵，不需要針對個案做心智策略分析。就所有的受測對象所得出的構念做統整歸納分析。本研究之所以不用 RGT 進行評分分析，只是為了導出構念，而不是推演某個節目具備哪些構念。因而以節目構念來統整二極屬性，並且分析優質構念的屬性，比對國外優質意涵，抽粹優質指標。

凱利方格法把利害關係人對優質但原本隱而不顯的情境知識，透過各類型兒童節目個案陳述出來 (Furnha, 1988)。因為在訪談前未設定問題與相關內容，利害關係人與本研究者進行的是無內容的半結構訪談，研究者提供所有節目元素 (個案) 讓利害關係人透過分類產生極端的類別，再從中抽粹個人的構念，從利害關係人回饋的經驗中統整分析得出優質的意涵。為了得出指標效度，進一步透過修正式的德菲法，彙整上述凱利方格法得出的初步指標做整合，經過三回合問卷調查及分析工作，專家學者意見回饋，解釋研究結果，由於充分利用了專家的經驗和學識，最終結論為群體決策產生的共識指標，即為本研究欲建構台灣兒童電視節目之優質指標，達成本研究的目的。

第二節 學齡前兒童節目資料蒐集

本研究作者提供國、內外「學齡前兒童節目」13個節目的影帶，包括《芝麻街》、《羅吉斯先生的社區》、《天線寶寶》、《跟媽媽一起玩》、《水果冰淇淋》、《YOYO點點名》、《料理甜甜圈》、《MOMO歡樂谷》、《MOMO玩玩樂》、《尤牯尤牯咕咕咕》、《哈婆婆故事屋》、《我的朋友皮丫努》、《蝙蝠Amigo》等。受測者自行挑選出九個節目，受測者觀看影帶後提供的個案經驗，被研究作為提供相關分析的資料來源之一，但是節目元素並不是研究者主要分析的資料，研究者所需要分析的是受測者個人的構念，而這些元素主要是引出受測者構念的中介，同一優質面向中的任何元素項目皆可運用凱利方格以蒐集資料。

一、節目元素的選擇策略

- (一) 獲獎肯定策略：1. 優質長壽、榮獲諸多本國、國際大獎肯定的節目，如《芝麻街》、《羅吉斯先生的社區》、《跟媽媽一起玩》等。2. 節目設計特別、有趣或有創意，榮獲國內或國際獎項肯定的節目，如《天線寶寶》、《水果冰淇淋》、《我的朋友皮丫努》等。
- (二) 最大變異策略：節目沒有獲得口碑、或沒得過什麼獎項肯定的較普通節目，如《MOMO歡樂谷》、《哈婆婆故事屋》、《MOMO歡樂谷》等。希冀透過較普通節目的構念來對比出獲獎節目的構念，以取得最大變異策略。

二、受測對象選取的標準

進行「凱利方格法」研究之時，「學齡前兒童節目」受測對象背景為利害關係人，都是兒童相關領域的專家，受測者共計 5 位，每次進行約 3 小時以上的質

性訪談與測試工作。「學齡前兒童節目」受測者選取的標準：(一) 學前教育相關學者。(二) 幼教政策專家。(三) 擔任過兒童節目的諮詢顧問。(四) 關注幼兒與媒體議題的父母或老師。(五) 兒童節目的製作核心人員，參與製作的節目榮獲國內外獎項的肯定。(六) 推動兒童傳播權的文教團體。(七) 發表過幼教專業相關著作。

研究者依據上述選取的標準，挑選五位受測者參與本論文「學齡前兒童節目」的質性深度訪談。受測者分別是兒童發展教授、父母、教保員、兒童節目的製作核心人員、兒童福利政策專家，受測者基本背景（詳見附錄一之一）。以利害關係人為受測對象，其特色包括具有相當經驗的兒童電視節目製作核心人員，從他們實務經驗中，了解對兒童節目優質的看法，節目製作人員在賦予使命的組織之下如何思考與實踐？另外，關注兒童發展的學者，父母、老師、文教團體代表等。研究者站在他們的角度，從開放性問題去了解利害關係人心目中「優質」的意義為何？從最優、普通或特別的內容進行比對。

在「凱利方格法」施測或取得資料的過程中，並非是如同問卷或是測驗工作一樣的標準化動作，而是必須在收集資料過程中，與受測者進行互動。而互動過程本身，即存在許多複雜的訊息交流與資訊的篩選。Yorke (1985) 提到施測時，需要提供受測者一定的相關情境設定。因為即使是給定相同的元素，但是受測者可能在回答或被訪談的時候，在不同的設想情境中變換，或導致構念含糊不清，必須進一步在構念收集過程中進行互動。本論文由研究作者的專業與經驗，以釐清受測者構念與論述中不明確處，不斷訪談並記錄其認識與理解上的分歧之處。

在受測過程中受測者與研究者互為主觀的關係，受測者有一個天秤、判斷的標準，在填構念時會進行自我審查，構念品質有沒有好到可以當成評估的標準，研究者也有個自我、判斷標準，因此，在雙方進行對話時，由於受測者很難說出

心中的內隱知識，經過研究者慢慢地引導出來，受測者以自己的語言陳述元素「優」與「不優」的原因，研究者須將其語言概念化，形成二極構念才能擴張，此測試的過程正是本研究的價值。

第三節 學齡前兒童節目質性訪談與分析

一般而言，深度訪談法會依據訪談問題的嚴謹度，分為三種類型：（一）結構式訪談（Structured Interview）：研究者在訪談過程中，運用預先設定的結構式問題，進行資料蒐集的工作。（二）無結構式訪談（Unstructured Interviews）：研究者在訪談過程中，並無預先設定一套標準化的訪談大綱作為訪談引導，較重視在自然情境中，了解複雜現象或行為背後的意義。（三）半結構式訪談（Semi-structured Interviews）：介於結構式訪談與無結構式訪談之間，研究者在進行訪談之前，根據研究主題設計訪談大綱，在進行訪談過程中，依據實際狀況，彈性調整研究問題或順序（潘淑滿，2003）。

一、 研究者與受測者的關係

本研究在進行凱利方格法的研究主題之前，為了搜集在地專家的意見，經過三個多小時的半結構式訪談過程中，沒有什麼全面性的問題，因為全面性就代表有一個權威的主位，而是以受測者當主位，所以本文研究的主體，不是讓受測者去遷就某一個權威性（權威式心目中的一把尺）研究者框架。受測者有他自己的主軸，研究者只是把受測者的世界建構出來，因此，在訪談過程中產生了互動跟激盪，研究者盡量去探索，把受測者的內在核心價值挖掘出來，雙方互相溝通、協調，各自學習到各自的角度跟看法，對於節目的看法有了進一步的思維，回頭再看又有新的感覺，終究得出好的結果。

在質性訪談的過程中，研究者在利害關係人中邀請具有意願受測的成員進行半結構式深度訪談，以了解受測者對於本研究的個案分析資料。受測者分別以代號：A、B、C、D、E 稱之，為了訪談進行的品質與效率，研究者事前的溝通工作與預備好的訪談大綱，可以避免遺漏問題要點，受測者也可預先準備好文稿或相關重點資料，以歷史回顧建構的方法，提供研究者瞭解個案的情況，這些都提高了資料蒐集的效率。

二、引出元素建立構念

在訪談進行中，研究者將實務經驗與國外理論結合，引導出受測者對自身經驗的陳述。透過一組兩極概念，對優質行為研究進行區分的工作。「學齡前兒童節目」深度訪談大綱內容（詳見附錄二）。研究者從國文獻學理與國外指標，引導出五位受測者的優質意涵，包括「符合目標觀眾認知發展」、「教育目標」、「學習功能」、「內容多元」、「語言學習」、「主持人表現」、「演出角色」、「製作技術」等的八大核心面向。抽粹五位受測者對立的二極構念，分述如下。

第一位受測者A，是幼兒發展教育學者，針對其篩選的九個「學齡前兒童節目」元素：《MOMO歡樂谷》、《YOYO點點名》、《芝麻街》、《蝙蝠Amigo》、《水果冰淇淋》、《天線寶寶》、《羅吉斯先生的社區》、《我的朋友皮丫努》、《跟媽媽一起玩》，進行9個元素的回顧與分類，探討二類元素的異同，引出構念，方格陣列中填入資料，進行構念與元素的矩陣工作，受測者A訪談大綱內容（詳見附錄二，頁198）。研究者挖掘出受測者A的26組構念（參見表4-2）。

表 4-2 受測者 A 「學齡前兒童節目」二極構念表

核心優質面向	二極構念
--------	------

符合目標觀眾 認知發展	鋪陳粗糙、灌輸知識 VS. 遊戲中學習
	遠離真實生活 VS. 主題貼近幼兒生活
	小孩比較統一、全部都是一樣 VS. 呈現孩子個別差異
	大人教導 VS. 觀察學習、真實體驗
	成人指導，孩子跟著操作 VS. 幼兒自己完成一件事，鼓勵肯定孩子的能力
教育目標	只有歡樂與美好 VS. 情緒教育，討論生活真實議題
	「一致性」的答案 VS. 尊重孩子的「差異性」
學習目的	大人自說自話 VS. 情緒能力學習
	孩子跟著大人操作 VS. 自我挑戰，呈現自我
內容多元	節奏快、熱鬧 VS. 步調比較緩慢、細膩
	傳達概念重頭到尾不一樣 VS. 固定的模式 (pattern) 中有變化，孩子能抓到 (catch) 穩定的結構
	複製其他節目形態 VS. 具原創性
	單一觀點 VS. 多元觀點
	小型社群互動 VS. 豐富的社群互動
語言學習	語言複雜 VS. 語言考量孩子理解的程度
	沒有重複性學習 VS. 重複性學習，重複中求變化
主持人表現	咬字不清楚，說話速度太快 VS. 咬字清晰，說話速度緩慢，示範嘴形
	時尚花俏，偶像化 VS. 平實自然，角色鮮明
	主導性角色 VS. 和孩子平等角色
	跟小朋友說話上對下有距離 VS. 跟小朋友說話很親切，像朋友
演出角色	大人帶領 VS. 孩子的主體性
	角色單一 VS. 角色多元
製作技術	快速拍攝，遠鏡頭 VS. 比較近距離拍攝細節，特寫鏡頭幫助孩子觀察事件
	加入許多旁白，唯恐孩子聽不懂 VS. 給目標觀眾留白空間
	歌曲偏長、複雜 VS. 歌曲設計較短、簡單
	誇張的大人歌舞動作 VS. 適合幼兒身體發展的律動

第二位受測者 B，是幼兒（三歲、五歲）的媽媽，針對其篩選的九個「學齡前兒童節目」個案：《哈婆婆故事屋》、《MOMO 玩玩樂》、《YOYO 點點名》、《芝麻街》、《料理甜甜圈》、《尤牯尤牯咕咕咕》、《水果冰淇淋》、《羅吉斯先生的社區》、

《天線寶寶》，進行 9 個元素的回顧與分類，探討二類元素的異同，引出構念，進行構念與元素的矩陣工作，受測者 B 訪談大綱內容（詳見附錄二，頁 202）。挖掘出受測者 B 的 24 組構念（參見表 4-3）。

表 4-3 受測者 B 「學齡前兒童節目」二極構念表

核心優質面向	二極構念
符合目標觀眾 認知發展	不貼近孩子生活，把世界包裝得太夢幻 VS. 貼近幼兒生活的主題，把真實的世界帶給孩子
	大人主導，沒有讓孩子體驗 VS. 遊戲中學習，體驗生活
	制式化，沒辦法展現孩子的想法 VS. 自我挑戰，失敗與否，均展現孩子的想法
教育目標	唱唱跳跳為主，教育目標不清楚 VS. 教育目標清楚，以情意或認知或技能為主。
學習目的	直線式的手法呈現學習概念 VS. 多元手法呈現學習的概念
	重複性學習不高明 VS. 重複性學習，慢慢的教小朋友
	小朋友制式化很刻板，像道具 VS. 促進孩子思考、嘗試
內容多元	單元無變化，節奏單調 VS. 單元變化，節奏流暢
	內容乏味 VS. 內容精準
	故事偏長，文本不具啟發 VS. 設計小故事，啟發孩子思考
語言學習	未能讓孩子認識在地語言 VS. 名人示範在地語言，增加兒童自信
	重複念三遍，未能達成語言學習的目的 VS. 用各種不同的 MV 或是拍攝手法，輔助兒童語言學習
主持人表現	主持人刻板 VS. 主持人稱職
	裝可愛、幼稚化，感受不到真誠 VS. 真誠親切有耐心像朋友
	說話假意，缺乏耐心 VS. 說話輕柔，有耐心
	唱歌跳舞，表現很完美 VS. 主持人也會做錯事，不是永遠完美
	無法讓孩子感動、體驗人生 VS. 讓孩子體驗人生的滋味
演出角色	大人主導性強 VS. 兒童是要角
	兒童成熟化 VS. 兒童自然純真
	角色個性差異不大 VS. 角色個性多元
	人偶製作粗糙，個性刻板 VS. 人偶精緻生動，有不同個性
製作技術	轉場、道具、色彩，沒有設計 VS. 轉場、道具、色彩，具獨特的風格

	MV 音樂創作單一 VS. MV 音樂創作多元
	兒歌樂曲複雜 VS. 兒歌樂曲簡單

第三位受測者 C，是幼兒園教保員，針對其篩選的九個「學齡前兒童節目」個案元素：《哈婆婆故事屋》、《MOMO 玩玩樂》、《YOYO 點點名》、《芝麻街》、《料理甜甜圈》、《ㄣ牯ㄣ牯咕咕咕》、《水果冰淇淋》、《羅吉斯先生的社區》、《天線寶寶》，進行 9 個元素的回顧與分類，探討二類元素的異同，引出構念，進行構念與元素的矩陣工作，受測者 C 訪談大綱內容（詳見附錄二，頁 205）。挖掘出受測者 C 的 23 組構念（參見表 4-4）。

表 4-4 受測者 C「學齡前兒童節目」二極構念表

核心優質面向	二極構念
符合目標觀眾 認知發展	沒有「搭鷹架」複製大人的想法 VS. 成人「搭鷹架」，引發孩子學習的樂趣
	由大人完成任務 VS. 孩子合作完成任務
學習目的	片段式學習 VS. 系統化學習
	認知議題 VS. 人際跟生活議題探討
	說教，缺乏想像空間 VS. 開放性問題，引發孩子思考
	故事平鋪直敘，跟自己無關 VS. 故事引導，角色投射
語言學習	沒有修飾，反覆唸讀 VS. 簡單字詞，孩子朗朗上口
	重複念三遍，單調無趣 VS. 重複性學習，變化有趣
	說話速度太快 VS. 說話速度慢
	速度快，口齒不清晰 VS. 速度慢，口齒清晰
	台詞沒有修飾，孩子聽不懂 VS. 用孩子聽得懂的語言溝通
主持人表現	明星型人物，不易親近 VS. 平易近人，親和力強
	只顧說話，不具示範性 VS. 認真聆聽，具良好示範性
	沒有邏輯 VS. 有條理鋪陳
	服裝華麗，動作複雜 VS. 服裝、動作簡單
演出角色	人偶呆板僵硬 VS. 人偶生動自然有活力
製作技術	場景陽春 VS. 場景精緻
	色調單純，無視覺刺激 VS. 色調豐富飽和，視覺刺激，清楚辨認

	節奏太快，孩子無法消化 VS. 節奏較慢，幫助孩子理解訊息
	HIP-HOP 音樂，干擾情緒，無驚喜感 VS. 音樂輕柔，隨情緒轉換，帶來驚喜
	複雜的詞跟節拍，孩子不容易抓 VS. 簡單的詞跟節拍，孩子很容易跟上
	只唱一遍，孩子無法學習 VS. 反覆練習，孩子易模仿學習
	律動歌詞沒有提示，孩子不知下一個動作 VS. 律動歌詞提示，孩子需要事先預告

第四位受測者 D，是學齡前兒童節目企劃製作人員與主持人。針對其篩選出九個「學齡前兒童節目」個案：《跟媽媽一起玩》、《芝麻街》、《羅吉斯先生的社區》、《哈婆婆故事屋》、《尤牯尤牯咕咕咕》、《MOMO 歡樂谷》、《水果冰淇淋》、《天線寶寶》、《YOYO 點點名》，進行 9 個元素的回顧與分類，探討二類元素的異同，引出構念，進行構念與元素的矩陣工作，受測者 D 訪談大綱內容（詳見附錄二，頁 208）。挖掘出受測者 D 的 27 組構念（參見表 4-5）。

表 4-5 受測者 D 「學齡前兒童節目」二極構念表

核心優質面向	二極構念
符合目標觀眾 認知發展	複雜元素 VS. 簡單元素
	快步調 VS. 慢步調
	成人的想法 VS. 貼近幼兒心靈的想法
	沒有重複性學習 VS. 重複性學習，孩子有認同感
教育目標	沒有體驗 VS. 體驗學習
	缺乏正面價值的倡導 VS. 提倡愛、正向、關懷的普世價值
內容多元	無創意 VS. 有創意
	單調不多元 VS. 活潑多元
	假想世界的樣貌 VS. 真實世界的樣貌
	抽象呈現 VS. 呈現在地文化
	故事主題不清楚 VS. 故事主題清楚

	單元結構鬆散，沒有連貫 VS. 系統化學習
	唱唱跳跳，無法開闊孩子視野 VS. 豐富孩子生活經驗，開拓視野
語言學習	說話速度快又急，沒有重複 VS. 說話速度緩慢、重複
	語文太長又複雜 VS. 語文簡單易學
主持人表現	捧紅明星，偶像形象 VS. 親切感，正面形象
	消遣孩子、打發時間 VS. 愛孩子、關心孩子，像朋友
	權威式對小孩說話 VS. 說話誠懇、溫暖的感覺
	沒有重複的動作，孩子不知所云 VS. 給予重複的動作，孩子有安全感
	說教者 VS. 傾聽者
	模仿其他主持人 VS. 幫助小朋友思考，解決問題
演出角色	小朋友演出，不自然 VS. 小朋友自然呈現，表達自己的看法
	偶角色很平，沒有特性 VS. 偶有不同個性，孩子角色投射
製作技術	色彩混雜 VS. 色彩清爽
	場景華麗很花 VS. 場景真實自然
	音樂瀟到底 VS. 音樂輕柔舒服、適時重複
	唱唱跳跳，無法開闊孩子視野 VS. 豐富孩子生活經驗，開拓視野

第五位受者 E，是兒童福利與權利專家，針對其篩選出九個「學齡前兒童節目」個案：《羅吉斯先生的社區》、《跟媽媽一起玩》、《水果冰淇淋》、《YOYO 點點名》、《MOMO 玩玩樂》、《ㄤ犊ㄤ犊咕咕咕》、《哈婆婆故事屋》、《我的朋友皮丫努》、《蝙蝠 Amigo》，進行 9 個元素的回顧與分類，探討二類元素的異同，引出構念，進行構念與元素的矩陣工作，受者 E 訪談大綱內容（詳見附錄二，頁 211）。挖掘出受測者 E 的 25 組構念（參見表 4-6）。

表 4-6 受測者 E「學齡前兒童節目」二極構念表

核心優質面向	二極構念
符合目標觀眾	沒有社會能力學習 VS. 學習社會能力
認知發展	故事內容沒有貼近孩子的生活 VS. 故事內容貼近孩子生活
教育目標	學習知識性 VS. 情緒教育，學習情緒抒發
	說教無趣 VS. 寓教於樂

學習目的	大人完成任務 VS. 共同合作，完成任務
	沒有人際互動 VS. 人際互動能力
內容多元	綜藝性，過於花俏 VS. 故事內容貼近孩子的生活
	沒有文化元素 VS. 不同文化元素
	內容缺乏專業與研究 VS. 諮詢顧問參與
	不知傳達什麼概念 VS. 傳達一個概念，從頭貫穿到尾，有一致性和延續性
	平鋪直敘 VS. 具象化學習
	沒有總結 VS. 簡單的總結，有複習功能
語言學習	語言複雜 VS. 語言簡單
	學習語言沒有重複 VS. 學習語言要不斷重複或提醒
主持人表現	塑造偶像 VS. 平實自然，正向形象
	靠外表吸引小孩 VS. 真誠親切，發揮個人特質
	滔滔不絕，把小孩當道具 VS. 說話速度符合孩子的程度，把小孩當朋友
	孩子的玩伴 VS. 傾聽者
演出角色	孩子像是裝飾品 VS. 表現孩子主體性
	孩子演出不自然 VS. 讓孩子參與、表達、操作
	言行沒有示範性 VS. 偶的角色扮演，有示範性
製作技術	偶製作粗糙、色彩過暗 VS. 偶製作精緻、造型可愛
	簡單的場景，畫面單調 VS. 色調活潑，畫面豐富
	歌詞複雜、孩子難理解 VS. 歌詞簡單，重複讓孩子模仿學習
	唱唱跳跳，成人的舞步 VS. 設計符合幼兒身體律動，協助孩子練習

三、構念分析

綜上所述，五位受測對象在深度訪談後抽粹出「學齡前兒童節目」的二極構念，本文將針對提煉的節目核心價值進行統整，與相關學習理論相對應分析之。

(一) 受測對象比較一致的看法

「主持人表現」核心優質面向來看，五位受測者都表示「主持人是兒童節目的靈魂」，對於主持人這個角色，提出一致性的看法，如關注主持人是否真誠親切有耐心的跟孩子互動，願意傾聽孩子的話，理解孩子、尊重孩子，跟孩子像好朋友般的相處，讓孩子感覺溫暖，具備良好的示範。不過，主持人也會做錯事，不是永遠完美，以及主持人是否能循序漸進引導孩子學習，去思考、解決問題，運用「鷹架」的感覺，來協助幼兒完成一件事，如果幼兒自理完成一件事，鼓勵跟肯定孩子的能力。若從學理角度來思考，我們也可找到一些理論來佐證「主持人是兒童節目的靈魂」。如班杜拉的社會學習理論指出，孩子會經由觀察與模仿等途徑來學習社會行為。此外，楷模學習理論認為，孩子可能將主持人與節目演出的角色視為學習對象。Wood 也指出「鷹架」能提供的支援包括了引發孩童參與、示範以及進行學習活動方向的管理、掌握學習過程挫折等功能，另一方面，若從國內兒童節目的實際運作來說，受測者重視「主持人表現」也反映了主持人被視為兒童的楷模人物等現實問題。

「演出角色」核心優質面向，五位受測者認為，面對多元文化的社會，角色多元不刻板，每個角色各有不同個性，以鼓勵幼兒接受及尊重不同的人，不會認為某一種人就是比另一種人好。因此，不同的族群及經驗的多元、性別平等的示例對於幼兒非常的重要，演出人員是否真的能展示族群及經驗多樣性的媒體內容，建構學習社群。若從學理角度來思考，提供社會經驗的學習社群，正面的角色楷模，是可以激勵與啟發幼兒模仿，我們也可找到一些理論來佐證「角色具示範作用」，例如班度拉提出了以社會學習理論為基礎的交互決定論（reciprocal determinism），強調行為、個人與環境三者的三元學習論是互相影響、彼此聯結的決定因素。符號性、替代性和自我調適性的歷程，在心理歷程中都扮演重要的角色。兒童喜歡模仿，幫助兒童瞭解節目中角色（包含兒童本身）以及偶替代角

色²²的正面特質之外，提供兒童破除刻板印象，強化社會的平衡，跟兒童談論該角色與他們自己相同與不同之處，兒童會受到正面角色的激勵與啟發，可以抓住孩子的注意力（廖克玲，1982）。除此之外，若從國內兒童節目的實際運作來說，受測者重視「演出角色」也反映了演出者的言行是兒童示範的標竿等現實問題。

（二）個別受測者特別的看法

「符合目標觀眾認知發展」核心優質面向來看，受測者 A 認為，貼近孩子的生活，要呈現孩子之間的個別差異，讓每個孩子有機會認識自己、了解每一個人都不一樣，不同的個性會產生不同的現象、不同的學習；受測者 B 認為，要與幼兒生活的經驗做連結，從遊戲中學習，讓幼兒表現自己；受測者 C 認為，學習由淺到深，大人提供適當的支持與引導，增進幼兒獨立或與人合作完成的能力；受測者 D 認為，要引起幼兒動機，感官認知的樂趣很重要，呈現開放性的問題，孩子會去思考，甚至嘗試，即使失敗也沒關係，邊玩邊學中調整會做得更好；受測者 E 認為，「總結」對於孩子來說很重要，有複習的功能。若從學理角度來思考，我們也可找到一些理論來佐證「符合目標觀眾認知發展，如皮亞傑的認知發展是指個體自出生後在適應環境的活動中，吸收知識時的認知方式以及解決問題的思維能力，其隨著年齡增長而改變的歷程，每位幼兒都是獨特的個體，強調每一個人都是不同的，不能一視同仁。除此之外，若從國內兒童節目的實際運作來說，受測者重視「符合目標觀眾認知發展」也反映了兒童的主體性，呈現優質兒童節目必須適齡適性等現實問題。

（三）文獻上比較少見看法

²²替代經驗：看到他人成功的表現—會加強自我效能感，特別是看到能力類似的人成功時。結果我們會說：「他們能，我也能」。替代性增強：人類可以記取前人的教訓，作為借鏡，而不必完全靠自己體驗。看到別人的行為導致酬賞，本身會傾向做出相同的行為，而看到別人受罰，則會減低這種行為傾向

「製作技術」核心優質面向來看，受測者分為二個面向：「呈現的設計與技術」、「音樂歌曲與律動」指出，製作高品質的兒童節目，精緻度與專業度缺一不可，包括呈現視覺美感（色彩、場景、轉場、道具、服裝），可以提供幼兒的豐富美感經驗；拍攝手法，注意細節和構圖，透過攝影鏡頭看到更細膩的地方，幫助孩子觀察世界；音樂創作多元，孩子享受音樂的節奏與韻律，創作兒歌，短版歌曲、歌詞簡單，容易朗朗上口；身體律動，簡單的歌曲、動作表達，歌詞事前提示，孩子學習觀察和預測動作，建立「我也能做到」的自信。若從國內兒童節目的實際運作來說，受測者重視「製作技術」也反映了台灣兒童節目製作粗糙等現實問題

（四）反映台灣在地的問題

「語言學習」核心優質面向來看，受測者認為幼兒節目扮演一個促進幼兒語言發展的重要功能，許多研究證實，節目的複雜度、幼兒的年紀和媒體語文內容，在語言發展中扮演重要的角色。因為，幼兒認知活動是和語言發展、思辨能力（Critical Thinking）一級抽象思考能力結合在一起的（Bellin & Singer, 2006），因此，以語言為中心，結合孩子的生活節目，能鼓勵孩子了解語言即如何使用新的字彙。由於幼兒會模仿主持人的說話方式，受測者認為，主持人的口齒清晰、說話速度緩慢、示範咬字嘴形，用孩子聽得懂的語言溝通，而且學習語言要用多元的手法包裝再呈現，運用「重複性學習」，鼓勵幼兒聽與說。若從學理角度來思考，我們也可找到一些理論來佐證「重複性學習」，如布魯納（Bruner）認知發展理論，透過「從觀察中學」的經驗，鼓勵幼兒說話、模仿學習語言，許多研究採用讓學習者重複接收訊息的方式，無論是用聽的或是用讀，來幫助學習者達到精熟學習的程度（Ebbinghaus, 1964；Mayer, 1983；O’Shea, Sindelar, & O’Shea, 1985；O’Shea, Sindelar, & O’Shea, 1987；Sindelar, Monda, & O’Shea, 1990；

Stoddard, Valcante, Sindelar, O'Shea, & Algozzine, 1993)。所以，當訊息一再地重複出現時，幼兒對此一訊息之理解便會隨著訊息出現的次數增加而逐漸提高。另一方面，若從國內兒童節目的實際運作來說，受測者重視幼兒「語言學習」也反應了主持人扮演關鍵角色等現實問題。

第四節 學齡前兒童節目優質指標之初擬

整體觀之，本研究歸納國外指標，參照第二章第四節整理了國外相關研究的結論之後，統整出國外優質兒童節目 18 項指標，做為凱利方格法指標的發想基礎。繼之，研究者整理相關文獻學理包括皮亞傑（Piaget）的兒童的認知發展理論、布魯納（Bruner）的認知學習理論、杜威的實用主義教育理論、維高斯基（Vygotsky）的鷹架理論、班杜拉的社會學習理論，以及兒童傳播權內涵等，和國外優質節目指標對話，引導出「學齡前兒童節目」五位受測者的優質意涵包括「符合目標觀眾認知發展」、「教育目標」、「學習功能」、「內容多元」、「語言學習」、「主持人表現」、「演出角色」、「製作技術」等的八大核心面向。

特別值得一提是「適齡適性」概念，依據教育部幼兒園教保活動課程暫行大綱含發布令指出，「適齡」（developmentally appropriate）是教保員需根據幼兒的年齡及教保目標，顧及不同年齡幼兒的生活經驗，重視幼兒個別發展的狀態；「適性」（adaptive teaching）是教保員須了解幼兒的興趣，掌握教學目標，提供幼兒主動參與、親身體驗與擴展生活經驗的遊戲機會（林佩蓉、黎佳欣、許惠茹，2009）。本研究在在「以目標觀眾為中心導向」（target audience centered orientation）之前提，茲將「符合目標觀眾認知發展」改為「目標觀眾」面向下的構面；另「教育目標」與「學習功能」是一體兩面，將「教育目標」合併在「學習功能」面向；另因，孩子透過節目內容學習語言，故「語言學習」合併在「學

習功能」面向；再者「內容多元」、「演出角色」、「主持人表現」是屬於內容呈現的部份，故將此三者面向合併成為「內容呈現」面向。

至此，本研究「學齡前兒童節目」凱利方格法從八個面向改為四個面向：「目標觀眾」、「學習功能」、「內容呈現」、「製作技術」等。再分別介紹四個面向 11 個優質構面包括符合目標觀眾認知發展、兒童角色、具備兒童觀點、學習目的、語言學習、教育目標、內容多元、主持人表現、演出角色、呈現的設計與技術、音樂歌曲與律動等構面，獲得「學齡前兒童節目」的 55 項初步指標（為本文的第二次指標），以作為德菲法研究之依據。目標觀眾面向指標（參見表 4-7）、學習功能面向指標（參見表 4-8）、內容呈現面向指標（參見表 4-9）、製作技術面向指標（參見表 4-10）。

表 4-7 「目標觀眾」面向的構面、指標及說明

構面	指標	說明
符合目標觀眾 認知發展	1. 貼近孩子的生活，從幼兒生活經驗出發 2. 呈現人與人之間個別差異 3. 引導目標觀眾同理他人，並尊重「差異性」 4. 引導目標觀眾從「觀察中學習」，運用「感官」從探索中	1. 以外景的方式拍攝，呈現幼兒真實生活，從幼兒生活經驗出發，和孩子討論、交換意見，而非主持人以主觀訴說的方式貫穿整個節目，和幼兒唱唱跳跳，只談歡樂或是很多美好。 2. 每位幼兒都是獨特的個體，強調每一個人都是不同，不能一視同仁，要讓孩子有機會認識自己，不同的個性會產生不同的學習。 3. 尊重「差異性」，引導目標觀眾從自我中心到同理他人，在與同儕的互動及協商中學習友愛、互助、和睦相處的道德和健康人格。 4. 運用五項感官（視覺、聽覺、觸覺、嗅覺、味覺）讓孩子自

	<p>獲得學習樂趣</p> <p>5. 引導目標觀眾從「遊戲中學習」，逐步嘗試新的行為，新經驗的拓寬，開啟孩子的眼</p> <p>6. 從「做中學」經驗，激發孩子創造力</p> <p>7. 循序漸進引導目標觀眾系統化學習</p>	<p>已觀察、主動學習，從探索中獲得學習樂趣。</p> <p>5. 兒童天生喜歡遊戲和玩耍，從遊戲中嘗試新的行為，表現自己，了解他人有不同的的想法，新經驗的拓寬，可以開啟孩子的眼界。</p> <p>6. 讓幼兒參與體驗做中學活動，激發孩子創造力與問題解決的可能性。</p> <p>7. 學習是循序漸進，大人提供適當的支持與引導（即鷹架），協助幼兒解決問題的能力。</p>
兒童角色	8. 小朋友演出自己，自然呈現，不要刻意著墨	8. 小朋友在節目中自然呈現，不要讓孩子刻意去扮演劇中角色，像小大人似的，裝扮老氣，聲音表情不自然，無法呈現孩子天真活潑一面。
具備兒童觀點	<p>9. 呈現多元價值觀</p> <p>10. 尊重目標觀眾的想法，使其參與表達</p> <p>11. 鼓勵目標觀眾創意思考，給予自我挑戰的空間</p>	<p>9. 兒童不會站在別人的觀點來看事情，也不會是相同的觀點來看事情，要提供多元觀點，增廣幼兒的視野。</p> <p>10. 在節目的產製過程中，應充分培養孩子形成自己的意見與想法，尊重目標觀眾的想法，讓孩子在節目中參與表達，和主持人對話。</p> <p>11. 以幼兒為主的探索思考，給予幼兒自我挑戰機會，不管成功或失敗，都是呈現幼兒的努力的過程。</p>

表 4-8 「學習功能」面向的構面、指標及說明

構面	指標	說明
學習目的	12. 引導目標觀眾主動學習，促進孩子去思考、嘗試	12. 引導目標觀眾系統化學習，用多元的手法來呈現一個概念，設計開放性問題，孩子會去思考、嘗試，邊玩邊學中調整，會做得更

	<p>13. 引導目標觀眾學習社會能力，促進幼兒人際溝通的能力</p> <p>14. 引導目標觀眾學習情緒能力，思考如何解決問題</p> <p>15. 引導目標觀眾協同合作、共同完成任務</p>	<p>好。</p> <p>13. 在節目中探討「愛」、「關懷」、「分享」、「合作」等生活議題，強化幼兒人際溝通的能力，增進幼兒的想像力與社會化。</p> <p>14. 情緒議題很適合孩子，引導目標觀眾學習情緒能力，節目跟孩子談論生活裡很真實議題，如父母離婚、霸凌、災難事件等生活現象，思考如何解決問題</p> <p>15. 讓孩子和節目角色對話，提出解決問題的方法，問題解決不一定是自己獨力完成，也可以跟別人協同合作共同完成，培養幼兒合群習性。</p>
語言學習	<p>16. 節目的製作應具備輔助目標觀眾語言學習的能力，有助其理解節目</p> <p>17. 運用「重複性學習」於節目設計之中，鼓勵目標觀眾說話、模仿</p> <p>18. 節目使用目標觀眾理解的語言，搭配精心設計的畫面，目標觀眾接受度高</p>	<p>16. 節目的製作應具備輔助目標觀眾語言學習，主持人要講目標觀眾聽得懂的語言，有助其理解節目，如果主持人用字遣詞深奧，孩子聽不懂不會想收看的。</p> <p>17. 語文學習要不斷重複或提醒，鼓勵目標觀眾說話、模仿，運用不同方式重複，孩子才能不斷練習，學習才會深刻。</p> <p>18. 運用各種不同的 MV 或是拍攝手法，使用目標觀眾能夠理解的語言，搭配精心設計的畫面，目標觀眾接受度高。</p>
教育目標	<p>19. 節目具備廣義的教育或教學目標</p> <p>20. 以「情意」為教育目標的節目，能夠幫助孩子學習社會化的能力</p> <p>21. 以「認知」為教育目標</p>	<p>19. 具有廣義的教育或教學目標。以學習領域為主（如認知、語文、數學、社會、情緒、美感等），到情意內涵如教導人生以及技能內涵如聽、說、讀、寫，語言、溝通的基本能力。</p> <p>20. 節目能有效、正向表達情緒，傳達孩子的感受，幫助孩子學習社會化的能力。</p> <p>21. 在認知技巧上，幫助幼兒資訊</p>

	<p>的節目，培養幼兒思考能力</p> <p>22. 以「語文」為教育目標的節目，能夠鼓勵孩童理解語言及使用新的字彙</p> <p>23. 以「技能」為教育目標的節目，培養幼兒生活自理能力，肯定孩子的努力</p> <p>24. 以「情緒」為教育目標的節目，能夠培養幼兒處理情緒，及尊重自己和他人的能力</p>	<p>分類、關係理解、計算技能及空間意識，培養思考能力。</p> <p>22. 利用重覆朗誦、動作，及聲音的模仿，要引起目標觀眾的興趣，能夠鼓勵孩童理解語言及使用新的字彙，達到學習的目的。</p> <p>23. 鼓勵孩子獨立完成一件事，如穿衣服、穿鞋，肯定孩子的努力。</p> <p>24. 幼兒「情緒教育」要從道德性和情感面切入，孩子會自我關懷，關心他人感受，培養幼兒尊重自己和他人的能力</p>
--	--	---

表 4-9 「內容呈現」面向的構面、指標及說明

構面	指標	說明
內容多元	<p>25. 內容具引導性</p> <p>26. 以目標觀眾為主體進行的資訊傳遞，讓孩子享受學習的過程</p> <p>27. 呈現社群的良性互動，引導目標觀眾關懷與尊重多元文化</p> <p>28. 呈現多元價值觀，引导孩子學習利社會的行為</p> <p>29. 配合孩子的思考速度，節目風格細膩緩慢</p> <p>30. 節目的架構能被幼兒預測，讓孩子喜歡收視</p>	<p>25. 引導孩子看到真實生活樣貌，引起好奇心，帶給幼兒新鮮感。</p> <p>26. 資訊的傳遞，以兒童為主體進行的「做中學」、「親身體驗」、「主動參與」、「解決問題的過程」、「生活和經驗的結合」，享受學習過程。</p> <p>27. 幼兒對生活環境充滿好奇與探究的動力，呈現社群互動（社區縮影），培養幼兒面對、接納不同文化的態度，進而包容、關懷與尊重不同文化，塑造自我認同。</p> <p>28. 多元社會呈現多元價值觀，引导孩子學習利社會的行為。</p> <p>29. 從孩子的發展來看，慢步調很適合幼兒，節目風格細膩緩慢，簡單的元素，配合孩子的思考速度，幼兒會專注觀看。</p> <p>30. 節目平穩結構，孩子可預期，固定的模式，讓幼童可以預測接下來有什麼內容，讓孩子有興趣</p>

	<p>31. 節目除了教育性，應具有娛樂性，讓幼兒有驚喜感</p> <p>32. 主題明確且節目設計具原創性</p> <p>33. 用正向意涵傳達故事內涵，啟發目標觀眾心智</p> <p>34. 節目運用「總結」的複習功能，幫助幼兒學習</p> <p>35. 聘用專家參與，以保障教育目標的達成與學習內涵的表現</p>	<p>收看。</p> <p>31. 節目除了教育性，應具有娛樂性，穿插變化有了趣味性，讓幼兒有驚喜感。</p> <p>32. 主題與幼兒生活經驗結合，具原創性，而非複製其他節目類型。</p> <p>33. 「聽故事」是孩子能投入節目的重要元素，故事情境貼近孩子，用正向意涵傳達故事概念，讓主題貫穿其中，從頭到尾，有一致性和延續性，可以啟發幼兒心智。</p> <p>34. 總結對孩子來說有複習功能，幫助孩子學習深刻一點。</p> <p>35. 節目方向與內容諮詢相關領域幼教專家、傳播學者，以保障幼兒節目教育內涵的表現。</p>
<p>主持人表現</p>	<p>36. 主持人真誠、親切有耐心，不以上對下的態度對待目標觀眾</p> <p>37. 主持人平易近人，對孩子做的每件事都很關注</p> <p>38. 主持人尊重孩子、理解孩子</p> <p>39. 主持人年齡、職業多元</p> <p>40. 主持人協助、支援目標觀眾完成任務</p>	<p>36. 主持人真誠、親切有耐心跟孩子互動，能了解孩子的心情，是誠心跟小朋友交朋友，孩子覺得被尊重。</p> <p>37. 主持人平實自然，服裝輕便，說話輕柔，語調緩慢，有條理鋪陳，對孩子每件事都很關注，孩子感受到溫暖，鼓勵孩子有好奇心和想像力，具良好的示範性。而不是靠外年輕美貌，塑造偶像形象，有一群粉絲追逐的樣子。</p> <p>38. 主持人真誠、沈穩態度和孩子交換意見，分享經驗，尊重孩子、理解孩子</p> <p>39. 主持人年齡、職業多元，正面形象，帶給孩子親切感，主持人因人生的歷練，帶給孩子感受性會很不一樣。</p> <p>40. 主持人不以傳統方式以上對下的態度對待幼兒，給予孩子適時協助、支持。</p>

	<p>41. 主持人語言簡單，讓孩子聽懂他說的話</p> <p>42. 主持人咬字清晰，說話速度合宜，專心聆聽目標觀眾說話</p>	<p>41. 主持人語言簡單，讓孩子聽懂他說的話，孩子也要學著說，培養目標觀眾聽的能力。</p> <p>42. 主持人講話咬字清晰，刻意去把嘴型做出來，說話語氣溫和、速度合宜，認真地傾聽，培養目標觀眾說的能力。</p>
演出角色	<p>43. 角色多元不刻板，並提供正面的仿效模範</p> <p>44. 偶製作精緻生動，色彩飽和，角色貼近幼兒</p> <p>45. 偶自然真實，言行有示範性</p>	<p>43. 角色多元，每個角色、人物都有不同個性、情緒，正面的倣效模範，可以激勵與啟發幼兒，幫助他們了解節目中角色與他們自己相同與不同之處。提供目標觀眾遵循且模仿的對象。</p> <p>44. 偶製作精緻生動，角色造型貼近幼兒，如手偶、人偶，講究細節變化，操偶靈活，孩子會覺得很有趣。</p> <p>45. 孩子跟偶是有情感的，偶有自然真實，孩子會投射他們的情緒和想法在偶或動畫角色的身上。</p>

表 4-10 「製作技術」面向的構面、指標及說明

構面	指標	說明
呈現的設計與技術	<p>46. 視覺美感，色彩柔和，拓展幼兒的美學素養</p> <p>47. 場景立體生動多元，道具、服裝精心製作，單純不花俏</p> <p>48. 運用「特寫鏡頭」近距離拍攝，注重構圖和細節，能幫助目標觀眾觀察重點</p> <p>49. 攝影機平實、中性的拍攝，幫助目標觀眾看清真相</p> <p>50. 能提供豐富的美感經</p>	<p>46. 美學概念出發，簡單的元素，色彩柔和、清爽不混搭，孩子會被視覺效果所吸引感到著迷，可以拓展幼兒美學的素養。</p> <p>47. 打造立體生動的背景，精緻道具、服裝，如真實生活、單純不花俏，與場景相容。</p> <p>48. 拍攝時注重細節和構圖，透過「特寫鏡頭」幫助孩子看到重點，清楚觀察事件。</p> <p>49. 攝影機平實、中性的拍攝，幫助孩子看清事情真相。如果鏡頭跳接太快，孩子反而看不清楚要表達的訊息。</p> <p>50. 藉由創作美感，提供豐富的美</p>

	驗,啟發目標觀眾的想像力	感經驗,啟發目標觀眾的想像力與創造力。
音樂歌曲與律動	<p>51. 節目裡的 MV 創作音樂多元</p> <p>52. 節目裡的配樂隨情節轉換,帶動氣氛</p> <p>53. 節目不作多餘配樂白和旁白,讓孩子主動觀察</p> <p>54. 節目中的創作兒歌,歌曲設計偏短簡單</p> <p>55. 以「律動」為主的節目,歌詞曲與動作簡單,適時重複提示,讓孩子模仿學習</p>	<p>51. 編排節目注意音樂質感與適當性,MV 創作音樂多元,孩子享受音樂的節奏與韻律。</p> <p>52. 配樂輕柔、緩慢,孩子有舒服的感受;活潑輕快的節奏,可以帶動氣氛,音樂要配的恰到好處,觀眾的情緒會隨之轉換。</p> <p>53. 襯底音樂若填滿整個節目,孩子反而聽不清楚要傳遞的訊息,有時沒有音樂,不加旁白,給孩子留白,讓孩子主動觀察。</p> <p>54. 幼兒能夠接受樂曲的長度有限,考慮幼兒程度,短版歌曲,節奏輕快、簡單不複雜、易朗朗上口。如果曲風很成熟、太長,充滿流行元素,孩子跟不上節拍,是不適合的。</p> <p>55. 「律動」用簡單的歌曲跟動作表達,孩子很容易跟上節拍,產生愉悅感,重複讓孩子可以模仿學習。歌詞簡單提示,讓孩子學習觀察和預測動作,建立一種「我能做到」的自信。</p>

綜合來看,本研究「學齡前兒童節目」以國外指標為基礎,經過凱利方格法的質性深度訪談,得出了八大優質核心面向,透過研究者的行動經驗與相關理論對話之後,八大優質核心面向改為四大優質核心面向,獲得 55 項初步指標。這些初步指標提供第六章德菲法第一回合的研究,讓更多專家學者專家進行指標的診斷與修正

第五章 學齡兒童節目的凱利方格法研究與實施

第一節 學齡兒童節目凱利方格法的具體實施步驟

為了解兒童節目利害關係人對於學齡兒童節目優質核心面向所抽粹的構念，採「凱利方格法」進行無內容的半結構深度訪談，俾以解釋、分析受測者在優質意涵研究上有何種不同的角度跟見解。由於利害關係人的「內隱知識」，或是屬於「程序知識」，單憑訪談中可被陳述的部份是不足夠的。為了企圖進一步探究這些不易表徵出來的判準，也就是內隱知識的外顯化，可以將其經驗中的「每一個具體判斷標準」列出，透過比較分類，揭露出其心智活動所使用的構念機制。凱利方格法進行的步驟流程，研究法與實施步驟與前章所述相同（同圖 4-1）。

本論文研究的基本元素為研究者熟知、經常觀察的國外優質兒童節目，以及國內公共媒體、無線、有線頻道、以及兒童頻道所製播的兒童節目。本研究作者從中篩選獲得過國、內外兒童影展、金鐘獎，或媒觀「國人自製兒童暨青少年優質節目推薦」的節目做為研究案例。「學齡兒童節目」在進行凱利方格法（RGT）研究之前，首先引出元素，並進行相關內容的分析與利害關係人的訪談準備工作。

步驟一：元素選取

本研究以「優質與否」為依據，提供受測者「學齡前兒童節目」與「學齡兒童節目」的片單，受測者從中擷取九個節目元素，包括三個優質節目、三個特別節目，以及三個普通的節目，例如《藍彼得》（Blue Peter）、《別小看我》、《下課花路米》、《科學玩很大》、《非常有藝思》、《快樂孩子王》、《MOMO 小玩家》等，

置放在表格的上方列，做為準備用來抽粹構念的九項元素，其目的是為了對比出核心優質概念的兩極屬性，以利優質指標的建構。

經過不同利益關係的受測者確定九項元素（節目名稱）後，本研究作者製作成九張卡片，將受測者描述每一個元素都會寫在一張卡片上，接著對受測者進行 RGT 的施測，先向受測者說明 RGT 的進行方式，之後請受測者就九張卡片上的節目說出每個節目的特色，簡述節目卡片的優點、特色和其畫面，包括目標觀眾、內容創意、製作技巧、拍攝手法、主持人表現、演出角色、兒童參與等等，建立節目的完整思考架構。在回顧過程中，希望引導出受測者實際上對節目的優質經驗。另外，卡片設計的用意，使得受測者在訪談時能經過反覆思索、多次的考量，並同時提供更為具體的實例與觀點，進而提高訪談內容的品質與可信度，做為採取三元素組合二分法前的準備工作。

步驟二：三元素組合二分法

採用凱利方格法「三元素組合法」(Triad Method) 是由凱利發展出來取得構念的方法，每一輪抽出三個節目為抽粹構念之依據，研究者將受測者描述每一個元素都會寫在卡片上，隨機將卡片背面寫 (ABCD...) 代表節目編號，例如 A 代表《藍彼得》、B 代表《下課花路米》、C 代表《別小看我》等關鍵字，然後將卡片覆蓋，請受測者隨意抽出三張卡片進行二分法行為，也就是三個節目以優質的特性分成二類，例如受測者將 **ABC** 三張卡片分為 **AB** 一類、**C** 一類，則是《藍彼得》和《下課花路米》為一類、《別小看我》為一類（參見表 4-2）。

步驟三：建構二極屬性

內容多元 VS 內容無趣；發揮創意 VS 缺乏創意；以兒童為要角 VS 以成人

為中心接下來請受測者比較二類優與不優差異在哪裡，如此才能形成兩極的相對構念，受測者需要為此構念進行命名，填入元素矩陣，譬如一類可能為「多元觀點」（寫在右極），另一類為「單一觀點」（寫在左極），形成兩極的量尺。也可以是「填鴨訊息」、「生活經驗」、「兒童為要角」、「以成人為中心」之描述性構念，毋須刻意將優質構念固定置於左極或右極。但是每一個兩極構念必須只包含一個單位概念，不應同時存在兩個單位概念，如：內容豐富表現手法多元，應區分為內容豐富與表現手法多元的兩極構念，而非一個構念。研究者記錄受測者分類的情況，並持續追問分類的原因，是否還有其他相似性或相異性等等。由本研究作者與受測者一起探索出元素的相似與相異的二極屬性，做為左極構念和右極構念，產生較有邏輯、對立且描述確實、完整的二極構念。

隨後，研究者會再重新排一次卡片，重覆這樣動作，研究者亦可請受測者再繼續配對節目卡片確認是否還有其他構念可以被抽粹。累積若干成對構念後，可以得出各元素之間關係的矩陣，此時「階梯法」（laddering）一併使用，進一步抽取個人的核心建構，藉由一連串問題，詢問受測者為什麼（why）這個東西分在這裡？或問如何（how）、有哪些（what），引出下位的構念。並將所有二分性建構轉化成評定量尺來引出相關主題的元素，去探測出不同層次的構念（陳啟亮，2008）。受測者將命名的構念填入元素矩陣，矩陣的上方是橫列元素，左右兩側縱列構念項目，製作出每位利害關係者的二極構念紀錄表。

以本論文為例，受測者可能將兒童節目的表現區分為多元觀點 VS 單一觀點；發揮創意 VS 缺乏創意；以兒童為要角 VS 以成人為中心等，關於優質與否的二極構念（參見表 5-1）。然而，由於本論文的重點不在於比較不同兒童節目的優質表現，而是藉由各類型兒童節目來萃取出其中的優質構念。由於，本論文不會針對個別節目優質與否做評斷，而是從中提煉優質面向抽粹指標，因此，不會進行凱利方格研究中的構念評分的分析。

表 5-1 「學齡兒童節目」利害關係人二極構念紀錄表

元素 左極 構念	A 藍彼得	B 下課 花路 米	C 別小看 我	D 科學玩 很大	E 快樂孩 子王	F MOMO 小玩家	元素 右極 構念
單一觀點							多元觀點
缺乏創意							發揮創意
填鴨訊息							生活經驗
成人為 中心							兒童為 要角

註：A、B、C...元素，代表受測者挑選出來的節目的編號

步驟四：質性深度訪談

本研究透過凱利方格法挖掘出利害關係人對於優質兒童節目的構念之後，將會進一步透過深度訪談來了解何謂「優」與「不優」節目的明確判準，例如「多元觀點」的構念可能指涉及節目是否符合孩子年齡層的發展需求、是否能達成學習目的或主持人表現是否稱職，這些判準都無法單靠凱利方格法來萃取，而必須透過質性深度訪談的輔助，抽粹節目二極的構念。

步驟五：分析優質構念抽粹指標

本研究需要找出哪些是具代表性的優質意涵，不需要針對個案做心智策略分析。就所有的受測對象所得出的構念做統整歸納分析。本研究之所以不用 RGT 進行評分分析，只是為了導出構念，而不是推演某個節目具備哪些構念。因而以

節目構念來統整二極屬性，並且分析優質構念的屬性，比對國外優質意涵，抽粹優質指標。

第二節 學齡兒童節目資料蒐集

本研究作者提供國、內外「學齡兒童節目」20個節目的影帶，包括《下課花路米》、《烤箱讀書會》、《快樂孩子王》、《奧林P客》、《故宮奇航》、《小主播看天下》、《MOMO小玩家》、《第9堂課》、《古典魔力客》、《外婆家fun寒假》、《藍彼得》(Blue Peter)、《別小看我》、《跟書去旅行》、《少年哈周刊》、《同學少年都不賤》、《科學玩很大》、《地球的孩子》、《非常有藝思》、《到我家放暑假》、《成語賽恩思》等。各類別受測者從上述20個「學齡兒童節目」元素，自行挑選出九個節目個案。受測者觀看影帶後提供的個案經驗，被研究作為提供相關分析的資料來源之一，但是節目元素並不是研究者主要分析的資料，研究者所需要分析的是受測者個人的構念，而這些元素主要是引出受測者構念的中介，同一優質面向中的任何元素項目皆可運用凱利方格以蒐集資料。

一、節目元素的選擇策略

- (一) 獲獎肯定策略：1. 優質長壽、榮獲諸多本國、國際大獎肯定的節目，如《藍彼得》(Blue Peter)、《別小看我》、《少年哈周刊》等。2. 節目設計特別、有趣或有創意，榮獲國內或國際獎項肯定的節目，如《古典魔力客》、《科學玩很大》、《成語賽恩思》等。
- (二) 最大變異策略：節目沒有獲得口碑、或沒得過什麼獎項的肯定的較普通節目，如《快樂孩子王》、《MOMO小玩家》、《第9堂課》等。希冀透過較普通節目的構念來對比出獲獎節目的構念，以取得最大變異策略。

二、受測對象選取的標準

進行「凱利方格法」研究之時，「學齡兒童節目」受測對象背景為利害關係人，都是兒童相關領域的專家，受測者共計 5 位，每次進行約 3 小時以上的質性訪談與測試工作。「學齡兒童節目」受測者選取的標準：(一) 兒童教育相關學者。(二) 擔任過兒童節目的諮詢顧問或指導老師。(三) 長期關注兒童節目內容的父母。(四) 推動創意教學的教師。(五) 推動兒童媒體素養教育的教師。(六) 實務經驗豐富的製作核心人員。(七) 參與製作的兒童節目榮獲國內金鐘獎或國際影展重要獎項的肯定。(八) 兒童節目政策制定者。(九) 關注兒童與媒體研究的文教團體。(十) 發表兒童教育專業相關著作。

研究者依據上述選取的標準，挑選五位有意願的受測者參與本論文「學齡兒童節目」的質性深度訪談。受測者分別是父母、教師、兒童節目的製作核心人員等、兒童節目的諮詢顧問、文教團體代表等，受測者基本背景(詳見附錄一之二)。以利害關係人為受測對象，其特色包括具有相當經驗的節目製作人員，從他們實務經驗中，了解對兒童節目優質的看法，節目製作人員在賦予使命的組織之下如何思考與實踐？另外，關注兒童發展的學者，父母、老師、文教團體代表等。研究者從開放性問題去了解利害關係人心目中「優」與「不優」的意義，再從優良、普通或特別的內容進行比對。

第三節 學齡兒童節目質性訪談與分析

本研究進行凱利方格法的研究主題之前，為了搜集在地專家的意見，在進行半結構式訪談 (Semi structured interviews) 過程中，依據實際狀況，會彈性調整研究問題或順序 (潘淑滿，2003)。經過三個多小時的質性訪談過程中，以受

測者當主位，所以本文研究的主體，不是讓受測者去遷就研究者框架，受測者有他自己的主軸，研究者只是把受測者的世界建構出來，因此，在訪談過程中產生了互動跟激盪，研究者儘量去探索，把受測者的內在核心價值挖掘出來，雙方互相溝通、協調，各自學習到各自的角度跟看法，對於節目的看法有了進一步的思維，回頭再看又有新的感覺，終究得出好的結果

研究者從利害關係人中邀請具有意願受測的成員進行半結構式深度訪談，以了解受測者對於本研究的個案分析資料。受測者五位分別以代號：F、G、H、I、J稱之，為了訪談進行的品質與效率，研究者事前的溝通工作與預備好的訪談大綱，可以避免遺漏問題要點，受測者也可預先準備好相關重點資料，以歷史回顧建構的方法，提供研究者瞭解個案的情況，這些準備都提高了資料蒐集的效率。

二、引出元素建立構念

在質性訪談進行中，研究者將本身實務經驗與國外理論結合，引導出受測者對自身經驗的陳述。透過一組兩極概念，對優質行為研究進行區分的工作。研究者從國文獻學理與國外指標，引導出五位受測者的優質意涵，包括「目標觀眾」、「學習功能」、「內容多元」、「製作技術」等的四大核心面向。抽粹五位受測者對立的二極構念，分述如下。

第一位受測者 F，是國小多元教育與諮商輔導教師，針對其篩選的九個「學齡兒童節目」元素：《快樂孩子王》、《小主播看天下》、《成語賽恩思》、《藍彼得》（Blue Peter）、《別小看我》、《古典魔力客》、《下課花路米》、《科學玩很大》、《到我家放暑假》，進行 9 個元素的回顧與分類，探討二類元素的異同引出構念，進行構念與元素的矩陣工作，受測者 F 深度訪談大綱內容（詳見附錄三，頁 214）。挖掘出受測者 F 的 19 組構念（參見表 5-2）。

表 5-2 受測者 F 「學齡兒童節目」二極構念表

核心優質面向	二極構念
目標觀眾	直觀認為孩子喜歡看 VS. 主題適合兒童年齡的興趣和需要
	說教式灌輸知識 VS. 擴展目標觀眾多元的視野
	大量的資訊 VS. 貼近孩子生活經驗
	自言自語，像老師不停的講課 VS. 引導目標觀眾發現、探索、主動學習
	提供成人的單一觀點 VS. 提供目標觀眾多元的觀點
學習功能	說教味濃，無法引起孩子的興趣 VS. 「寓教於樂」引起目標觀眾動機、興趣，快樂地學習
	呈現的概念單一，沒有邏輯性 VS. 發展跨領域學習，統整結合並作延伸
	給孩子答案或暗示 VS. 留白，不做結論，讓目標觀眾思考
	沒有學習過程與引導 VS. 由近至遠、由淺至深，引導目標觀眾享受學習過程
內容呈現	單調，缺乏創意 VS. 從無趣變有趣，發揮創意
	只有知性內容，一條鞭套用學校的課程結構 VS. 對白設計、表演方式等符合孩子的次文化
	灌輸大量資訊沒有焦點 VS. 引導目標發現觀察、參與、歸納
	鬆散的結構，有距離 VS. 完整的結構，總結的觀點
	只有都會觀點 VS. 符合在地生活與文化
	主持人高高在上，跟孩子互動有距離 VS. 主持人親切、專業、幽默，建立典範學習，孩子會趨近
	主持人主導性強，孩子成為應聲蟲 VS. 主持人扮演 bridge 的角色，搭鷹架，引導孩子從無知到漸進的理解
	角色平庸 VS. 角色扮演，兒童的文化做表演，趨近兒童
製作技術	缺乏美學概念 VS. 動畫、美術、視覺，呈現美學概念，提升目標觀眾的鑑賞力
	製作粗糙 VS. 製作細緻

第七位受測者 G，是二個孩子（十歲、十二歲）的母親，針對其篩選出的九個「學齡兒童節目」個案：《第九堂課》、《小主播看下》、《地球的孩子》、《外婆家放寒假》、《別小看我》、《科學玩很大》、《藍彼得》（Blue Peter）、《故宮奇航》、《非常有藝思》，進行 9 個元素的回顧與分類，探討二類元素的異同，引出構念，

進行構念與元素的矩陣工作，受測者 G 深度訪談大綱內容(詳見附錄三，頁 218)。
 挖掘出受測者 G 的 16 組構念(參見表 5-3)。

表 5-3 受測者 G「學齡兒童節目」二極構念表

核心優質面向	二極構念
目標觀眾	無法享受探索與體驗的歷程 VS. 鼓勵孩子親身體驗、探索學習
	孩子被動地接受資訊，為附屬的角色 VS. 引導目標觀眾積極參與，陳述自己的觀點
	大人的觀點，未能啟發孩子 VS. 尊重兒童的觀點，啟發目標觀眾省思
學習功能	教育目標設計不明確 VS. 具教育意義
內容呈現	單一價值觀 VS. 呈現多元價值觀
	沒有探索 VS. 引導目標觀眾關懷全球化議題
	單一線索的陳述 VS. 多角度的探討
	內容教條 VS. 引導目標觀眾勇敢追夢之節目呈現設計
	節奏緩慢鬆散，不夠緊湊 VS. 互動性強，增進對話
	主持人喧賓奪主，掩蓋孩子的發揮空間 VS. 主持人親和力強，幽默有趣，與孩子平等互動
	主持人咬音不正確，無法引起共鳴 VS. 主持人咬字清晰
	大人安排的痕跡重，角色無法啟發孩子 VS. 有兒童的角色參與，自然真實地呈現
製作技術	棚內取景，枯燥單調 VS. 棚內或外景真實呈現，營造美感
	表現手法老舊 VS. 表現手法創新，帶領觀眾身歷其境
	說教，沒有畫面呈現 VS. 畫面搭配動畫，輔助兒童深刻學習
	配樂單調，無感覺 VS. 配樂生動，觸動心靈

第八位受測者 H，是小學老師，針對其篩選出的九個「學齡兒童節目」個案：《下課花路米》、《快樂孩子王》、《別小看我》、《古典魔力客》、《同學少年都不賤》、《少年哈週刊》、《跟書去旅行》、《第九堂課》、《藍彼得》(Blue Peter)，進行 9 個元素的回顧與分類，探討二類元素的異同引出構念，進行構念與元素的

矩陣工作，受測者 H 深度訪談大綱內容（詳見附錄三，頁 220）。挖掘出受測者 H 的 16 組構念，受測者 H 二極構念（參見表 5-4）。

表 5-4 受訪者 H「學齡兒童節目」二極構念表

核心優質面向	二極構念
適齡適性	灌輸知識，沒有貼近小朋友 VS. 貼近目標觀眾的生活經驗
	孩子被當成聽眾，沒有體驗 VS. 引導目標觀眾體驗學習
	小朋友沒有參與感 VS. 呈現兒童族群互動、溝通與對話
	呈現兒童族群的同質性 VS. 詮釋兒童差異文化觀點之表現
	成人角色為主 VS. 兒童是主導性角色，積極參與，主動探索
內容呈現	內容誇張負面 VS. 鼓勵目標觀眾自我實踐
	複製其他節目類型 VS. 節目設計具原創性
	內容無趣，只是填資訊 VS. 內容多元
	無社會關注的相關議題 VS. 關注社會議題
	知識片斷，未能將資訊做統整 VS. 內容鋪陳有順序、步驟、重複，統整做總結
	內容資訊太多 VS. 呈現生活化的內容
	題材枯燥，跟不上時代潮流 VS. 內容符合時代潮流
	主持人對兒童不了解 VS. 主持人尊重兒童、理解兒童
	主持人能帶領兒童專注思考 VS. 主持人從旁協助目標觀眾完成觀察體驗過程
	主持人主導性強，太搶眼 VS. 呈現主持人有技巧地帶領目標觀眾專注思考
	主持人喧賓奪主，講的話不是太深就是太淺 VS. 主持人親和力強，用目標觀眾的語言與其互動對話

第九位受測者 I，是資深兒童少年節目製作人，針對其篩選出的九個「學齡兒童節目」個案：《藍彼得》（Blue Peter）、《科學玩很大》、《別小看我》、《外婆家放寒假》、《古典魔力客》、《下課花路米》、《烤箱讀書會》、《第九堂課》、《小主播看天下》，進行 9 個元素的回顧與分類，探討二類元素的異同引出構念，進行構念與元素的矩陣工作，受測者 I 深度訪談大綱內容（詳見附錄三，頁 222）。挖掘出受測者 I 的 21 組構念，受測者 I 二極構念（參見表 5-5）。

表 5-5 受訪者 I「學齡兒童節目」二極構念表

核心優質面向	二極構念
目標觀眾	缺乏讓目標觀眾感興趣的元素 VS. 針對目標觀眾的口味規劃、設計節目的資訊與內容
	是大人塞給孩子的價值觀 VS. 貼近目標觀眾的生活、經驗與文化
	沒有孩子學習的過程 VS. 引導目標觀眾從「遊戲中學習」
	沒有思考空間 VS. 引導目標觀眾從「思考中學」
	焦點在大人身上 VS. 支持兒童近用媒體，為自己發聲
	很少展現兒童觀點，只有大人的觀點 VS. 呈現兒童的觀點和創意
	兒童擺在旁邊只是做活道具 VS. 兒童自然真實地呈現自己
學習功能	只有大人說教 VS. 運用科學驗證精神，發現問題、解決問題
	跳躍式學習 VS. 循序漸進地學習，引導目標觀眾觀察後下結論
內容呈現	呈現單一觀點 VS. 呈現的觀點多元
	沒有原創性，有其他節目的影子 VS. 節目具原創性與獨特性
	單一領域設計 VS. 跨領域結合的設計，從體驗中找答案
	棚內無法探索，視野受限 VS. 主持人替代性角色，探索世界，開拓孩子視野
	主持人說話速度快、咬字不清楚，自以為是 VS. 主持人口齒清晰，跟孩子互動親切自然
製作技術	色彩單調，沒有呈現示意與輔助的技巧 VS. 色彩、音樂輔助，動畫示意，呈現美感
	看不到物件的特寫，喜歡拍攝大人講話 VS. 運用「特寫鏡頭」聚焦重點，引發目標觀眾去感受、理解
	場景和道具簡陋 VS. 生活化的場景和道具因應情境改變而變化，提供身歷其境之感受
	聚焦在大人關心的事務上 VS. 運用「主觀鏡頭」，呈現孩子的觀點
	拍攝技巧拙劣、粗糙 VS. 拍攝手法多元，構圖美、細膩呈現，「眼見為憑」之節目設計
	俯角拍攝，鏡頭太遠無法跟孩子對話 VS. 運用兒童高度「平視角度」，讓鏡頭跟孩子對話

第十位受測者 J，是資深藝文教師，針對其篩選出的九個「學齡兒童節目」個案：《古典魔力客》、《奧林 P 客》、《小主播看天下》、《第九堂課》、《外婆家放寒假》、《藍彼得》(Blue Peter)、《跟書去旅行》、《科學玩很大》、《故宮奇航》，進行 9 個元素的回顧與分類，探討二類元素的異同引出構念，進行構念與元素的矩陣工作，受測者 J 深度訪談大綱內容（詳見附錄三，頁 225）。挖掘出受測者 J 的 16 組構念，受測者二 J 極構念（參見表 5-6）。

表 5-6 受測者 J「學齡兒童節目」二極構念表

核心優質面向	二極構念
目標觀眾	教導與灌輸，兒童被動地接受 VS. 以學習者為主體，發展規劃的體驗探索學習
	沒有體驗學習 VS. 引導目標觀眾「做中學」探索體驗
	說教性 VS. 引導孩子思考，呈現他們的創意和想法
	立即給答案 VS. 運用實驗，引導目標觀眾發現問題、解決問題的能力
	大人自說自話，自我滿足 VS. 建立孩子先備能力
學習功能	在地視野 VS. 呈現文化差異性，建立國際觀，開拓兒童視野
	教條方式，照單接收 VS. 親身體驗學習，具啟發性
內容呈現	流水帳式，看不到重點 VS. 兒童觀點看事情，孩子容易理解
	沒有美感提升的觀念 VS. 引導目標觀眾獲得美感的提升
	傳授教學，缺乏引導思考的內容 VS. 觀點多元，引導目標觀眾反思回饋，內化並轉化為應用
	灌輸，不會動腦筋 VS. 系統化思考，引導目標觀眾研究精神
	從頭至尾，主持人的觀點與看法 VS. 主持人為引導者，提供目標觀眾學習的舞台
	主持人掌控全場，小孩變成道具 VS. 主持人具專業才能，獲得好評
	主持人是主角，兒童是配角 VS. 兒童是主角，大人是配角
角色同質性高 VS. 角色多元不刻板	
製作技術	封閉式拍攝，手法單一 VS. 表現手法多元，傑出的美學、攝影、剪接等技術精準到位

三、構念分析

研究者深度訪談五位受測對象後引導出「學齡兒童節目」抽粹的二極構念，本文將針對提煉的節目核心價值進行統整，與相關學習理論相對應分析之。

(一) 受測對象比較一致性的看法

「主持人表現」核心優質面向，五位受測者都關注主持人如何扮演好稱職的角色，若從學理角度來思考，我們也可找到一些教育理論來佐證主持人是「典範學習的角色」，如布魯納提倡「典範式思考」以事服人，追求普遍性真理，以驗證假說建立形式的、實徵的證明；再者，維高斯基的「鷹架理論」教育孩童如同建築房屋，適時地給予兒童外在的幫助，使孩子獲得最佳支援，當孩子能獨立解決問題時，就可減少協助，培養孩子能解決問題的能力。受測者都認為，主持人是孩子的典範學習者，學習過程要有鷹架，從孩子的生活經驗出發慢慢搭起，搭到製作人期望兒童學習到的境界，鷹架搭成功，就會引人入勝，孩子會趨近節目，搭不好或沒搭鷹架，孩子就有可能遠離節目。因此，主持人要了解孩子的心理與發展需求，要有技巧的帶領，用孩子了解的語言去溝通；若從學理角度來思考，我們也可找到一些理論來佐證，如布魯納「發現學習」強調發現式教學使得教師角色也從傳統的知識傳遞者轉為學習環境的設計者和促成者（Chen et al., 2001；朱則剛，1993，頁 210-1）。受測者表示，主持人不是節目的主導者而是引導者，是一個搭橋（bridge）的角色，能夠引導孩子進入節目，提供舞台讓他們發揮，鼓勵孩子去嘗試、創作，挑戰自我等，運用各種策略，例如觀察、思考、探索，從實際的體驗中去找答案（Barrows, 1994；Norman & Schmidt, 1992；陳韜文，1999）。另外，班度拉提出的社會學習理論之角色楷模，社會心理學家利昂·費

斯廷格 (Festinger, 1954) 提出的社會比較理論²³，利用他人作為比較的尺度，來進行自我評價，解釋了人為什麼會模仿媒體中的典範。研究發現運用觀察正面角色楷模可學習新的行為，能有效影響兒童行為意圖，另一方面，若從國內兒童節目的實際運作來說，受測者重視「主持人親切自然與專業內涵」也反映了節目主持人要讓兒童有個親近的、典範的、朋友般的對象，而非主持人掌控全場，把孩子擺在旁邊做活道具，節目從頭至尾都是主持人的觀點和看法、主持人的反思和回饋，連問問題都是封閉性，孩子只能回答 YES 或 NO 的標準答案等現實問題。

(二) 個別受測者特別的看法

「學習功能」核心優質面向，是指受測者 A 關注跨領域學習，把不同領域做統整性 (Integration) 打破各科的界限，使各領域彼此連結，讓兒童獲得完整的學習經驗。另一方面，主持人是否能循序漸進，一個步驟一個步驟 step by step 來協助兒童有順序、漸進式地學習還要重複，並不是一件事情教過就算了，而是由近至遠、由淺入深，且輔以幽默有趣的方式進行，孩子才會專注、期待節目的後續發展。若從學理角度來思考，我們也可找到一些理論來佐證「寓教於樂」，如「英國 BBC 兒童憲章」強調優質的兒童節目應具有娛樂性，引導目標觀眾快樂地學習；再如，布魯納教育理論指出的「螺旋式課程」²⁴，尊重成長中兒童的思想方法，並將符合孩子的興趣與內容轉化成適合兒童的認知形式，就可以把各種觀念和方法提早交給兒童，進而提升孩子的認知發展能力，符合教育心理學上的期待。張春興 (1998) 研究也指出「布魯納螺旋式課程」每一階段的學習自成一個圓周，以後難度漸升高，範圍漸擴大，終而學習到完整的知識，布魯納的《教育的歷程》一書指出，學習的最好的動機應是讓學生對於所學的材料本身發生興趣，不宜過分重視獎勵、競爭等的外在刺激，另一方面，若從國內兒童節目的實

²³社會比較論：<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/社會比較理論>

²⁴螺旋式課程：http://163.24.143.141/edu_term/view.php?ID=697

際運作來說，要以「寓教於樂」為教育目標，而不是靠獎品、獎金物質鼓勵來滿足孩子等現實問題。

「內容呈現」核心優質面向，是指受測者 J 關注節目是否協助孩子探索本國在地生活與文化，連結社會關注議題，並能幫助孩子認識世界。若從傳播學理角度來思考，我們也可找到一些傳播理論來佐證「在地文化與世界觀的重要性」，如兒童傳播權指出優質兒童節目必須具備且強調世界與在地各種族不同的文化價值，來表達兒童他們自己的語言、文化與生活經驗等，這也反映在多元社會呈現多樣性世界和多元的價值觀的重要性，另一方面，若從國內兒童節目的實際運作來說，節目在內容和風格上應呈現原創性和獨特性，如果把成人節目的風格跟趣味直接套用在兒童節目，表現的是毫無創意與誠意等現實問題。

（三）文獻上比較少見的眼光

「製作技術」核心優質面向來看，五位受測者都表示節目的視覺符號（美術、色彩、場景、道具）、聽覺符號（對話、音效、旁白）、結構符號（鏡頭銜接、後製剪接），可以培養兒童品味和美感，高水準的製作技巧是不可或缺的條件，包括：美術方面的設計，如棚內或外景真實呈現，場景和道具因應情境改變而變化；拍攝手法多元，透過不同角度拍攝讓目標觀眾「眼見為憑」，帶領孩子身歷其境之感受；呈現美學概念，運用色彩與光影的調和，營造美感氣氛，提升目標觀眾的鑑賞力。我們也可以找到兒童傳播權內涵的相關文獻，如呼籲以充分的資源（技術、人力、財力），投入兒童節目的製作。若從國內兒童節目的實際運作來看，受測者重視「製作技術」也反映了台灣兒童節目製作技術在軟硬體方面需要改進等現實問題。

（四）反映台灣在地的問題

「目標觀眾」核心優質面向來看，受測者表示節目要適合目標觀眾的年齡、興趣與能力，則規劃內容要以兒童為主體，貼近目標觀眾的生活、經驗與文化，引導他們去發現、探索，主動學習，並且提供多元的觀點、擴展孩子多元的視野，讓孩兒童在相同的觀點中找到認同感，不同的觀點中做比較，發展思辨的能力。特別是鼓勵目標觀眾陳述自己的觀點，並尊重他人的意見，引導他們「觀察中學」、「做中學」、「思考中學」。若從學理角度來思考，我們也可找到一些理論來佐證「觀察中」、「做中學」、「思考中學」，如美國教育家杜威的實用主義教育理論「做中學」、「兒童中心主義」強調教學必須從兒童的經驗出發，重視兒童學習的主動性；以及布魯納認知發展理論指出，認知模式透過動作表徵期以「從做中學」的經驗；影像表徵期以「從觀察中學」的經驗；符號表徵期最高層次，以「從思考中學」的經驗為主，產生的新經驗與舊經驗結合，學習效果自是事半功倍。另一方面，若從國內兒童節目的實際運作來說，受測者重視「兒童參與」呈現兒童的觀點，用兒童的眼睛看世界，引導他們觀察、探索、反思與回饋，因為兒童不喜歡在旁邊觀看，沒有參與感的時候會覺得無聊等現實問題。

第四節 學齡兒童節目優質指標之初擬

本研究歸納國外指標，參照第二章第四節整理了國外相關研究的結論之後，統整出國外優質兒童節目優質核心面向，包括：「符合目標觀眾的認知發展」、「教育目標」、「學習功能」、「內容多元」、「節目形式」、「製作技術」、「出眾的人物參與」、「影響效益」等八大面向 18 項優質指標（本文的第一次指標）做為凱利方格法指標的發想基礎。

根據研究者與利害關係人進行的質性訪談內容，以及研究者的行動經驗和相關理論對話，在「適齡適性」前提下，抽粹整理出台灣在地兒童節目優質核心面向，包括：「目標觀眾」、「學習功能」、「內容呈現」、「製作技術」等四大面向與二極構念之外，也依據本研究作者本身的行動經驗，再分別介紹不同面向下的 10 個優質構面：「目標觀眾」包括：符合目標觀眾認知發展、具備兒童觀點、兒童角色；「學習功能」包括：教育目標、學習內涵；「內容呈現」包括：多元性、表現形式、主持人表現、演出角色；「製作技術」包括：呈現的設計與技術，產生「學齡兒童節目」的 30 項初步指標（本文的第二次指標），清楚呈現研究成果，以作為德菲法研究問卷之依據。目標觀眾面向指標（參見表 5-7）、學習功能面向指標（參見表 5-8）、內容呈現面向指標（參見表 5-9）、製作技術面向（參見表 5-10）。

表 5-7 「目標觀眾」面向的構面、指標及說明

構面	指標	說明
符合目標觀眾 認知發展	<ol style="list-style-type: none"> 1. 針對目標觀眾的口味和興趣，規劃、設計節目的資訊與內容 2. 節目的內容和語言貼近目標觀眾的生活、經驗與文化 3. 引導目標觀眾「做中學」或「思考中學」或「探索中學習」 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 孩子喜歡探索、參與，提供小朋友在學校沒有教過的事情，襯托孩子有興趣的議題，較能引起他們的興趣與好奇心。 2. 從目標觀眾生活背景出發，呈現兒童族群互動、溝通與對話，分享各地孩子獨特的經驗與文化。 3. 運用「做中學」給予目標觀眾自我挑戰的空間或「思考中學習」鼓勵孩子思考、比較、對照，運用各種策略解決問題或「探索中學習」經由自己的探索尋找，獲得知識的學習。

具備兒童觀點	4.引導目標觀眾成為節目的主導者，呈現兒童的觀點和創意 5. 提供目標觀眾多元觀點和文化刺激，發展其思辨能力	4. 呈現兒童是主動學習者，透過討論和體驗，鼓勵目標觀眾陳述自己的觀點和創意的想法，增加自信心。 5. 趨近孩子自身以外族群的文化，提供多元觀點，讓孩子在相同的觀點中找到認同感，不同的觀點中可以做比較，發展思辨的能力。
兒童角色	6. 自然真實地呈現參與在節目中的兒童	6. 從兒童的經驗出發，生活中去體驗，引導小朋友發想參與，自然真實地呈現，能引起目標觀眾的共鳴。

5-8「學習功能」面向的構面、指標及說明

構面	指標	說明
教育目標	7. 節目具備廣義的教育或學習目標以及「分享與合作」、「尊重與關懷」等普世價值 8. 「寓教於樂」引導目標觀眾快樂地學習 9. 聘用跨領域的專業團隊，以協助節目的教育目標之達成與學習內涵的表現	7.符合目標觀眾認知與學習的需求，以發展學習領域為主（如語文、數學、社會、藝術與人文、自然與生活科技、健康與體育、綜合活動），到學習內涵，如：學習人生，包括「分享與合作」、「解決問題的過程」、「表達與溝通」、「尊重與關懷」、「欣賞與表現」、「文化學習與國際了解」等。 8. 節目在娛樂效果下隱含教化功能，帶給目標觀眾愉悅感，能使其快樂地學習。 9. 跨領域的團隊如兒童電視人、學者專家顧問、創意人、研究人員等有不同的觀點進來，策劃具教育目標的單集主題。
學習內涵	10. 跨領域學習的設計，統整相關知識和經驗，引導目標觀眾主動學習	10. 跨領域結合的設計，將相關的知識及學習經驗組織一起統合並延伸，引導目標

	<p>11. 循序漸進地鋪陳資訊,引導目標觀眾歸納分類或結論</p> <p>12. 引導目標觀眾發現人與人之間的個別差異,拓展他們的視野,省思他我關係</p> <p>13. 引導目標觀眾思考,並發現問題、解決問題</p> <p>14. 建立目標觀眾群性發展,肯定自己的價值</p> <p>15. 建立正面的價值觀和積極的人生態度</p>	<p>觀眾能夠自己去發現、探索、主動學習。</p> <p>11. 有順序、步驟、漸進式還要重複、深入的學習。引導目標觀眾觀察後下結論。</p> <p>12. 引導目標觀眾發現人與人之間的個別差異,不同的生活經驗,拓展目標觀眾的視野與省思以及他我關係。</p> <p>13. 運用科學實驗的驗證精神,引導目標觀眾主動觀察,進而去思考,發現問題、解決問題、克服困難。</p> <p>14. 引導目標觀眾參與團體多方面發展,例如依附情感、情緒、對自我的認識、道德行為、朋輩同儕關係等,在雙向互動過程中,能夠在意念和行為上,作出正確的選擇,肯定自己的價值。</p> <p>15. 節目安排的故事情境,能引導目標觀眾建立正面的價值觀,和積極的人生態度,滿足對人性的關注和理解</p>
--	--	--

表 5-9 「內容呈現」面向的構面、指標及說明

構面	指標	說明
多元性	<p>16. 呈現世界的多樣性和多元的價值觀</p> <p>17. 內容和風格具有想像力、原創性和獨特性</p> <p>18. 協助目標觀眾探索在地文化、關注社會議題、建立國際觀</p>	<p>16. 多元社會呈現多樣性世界和多元的價值觀,世界的資訊、城鄉的觀點平衡,鼓勵目標觀眾反思背後意義。</p> <p>17. 內容和風格是否有想像力、原創性和新意,結合目標觀眾生活經驗,符合時代潮流,展現新穎獨特的創意</p> <p>18. 引導目標觀眾探索在地生活與文化,連結社會關注</p>

	19. 內容設計融入兒童的次文化	<p>議題，幫助孩子認識世界，建立國際觀。</p> <p>19. 符合兒童心發展特質與品味，包含主持人、節目的內容、文本設計等，符合孩子的次文化。</p>
表現形式	<p>20. 節目設計能讓目標觀眾憑藉自己的力量完成任務或夢想</p> <p>21. 鼓勵目標觀眾從實際的體驗中找答案</p> <p>22. 提供目標觀眾「近用媒體」的能力</p>	<p>20. 引導目標觀眾從生活中發現、學習，探索自己的興趣、需求、價值觀、能力，呈現如圓夢計劃之設計等。</p> <p>21. 從多角度觀察事物，鼓勵目標觀眾從實際的體驗中去找答案，由他們建構的學習意義，是深刻而久遠的</p> <p>22. 鼓勵兒童利用媒介來溝通意見，勇於表達自己的主張，尊重他人不同的意見與想法，且思辨自我的價值觀，培養批判思考的能力。</p>
主持人表現	<p>23. 主持人活潑、親切自然，與孩子平等互動，尊重孩子的感受</p> <p>24. 主持人像是配角，扮演搭橋樑的角色，從旁協助目標觀眾完成任務</p> <p>25. 主持人幽默風趣，具專業背景，能勝任資訊的傳達且有說服力</p>	<p>23. 主持人親和力強，有技巧的帶領孩子互動，引導目標觀眾思考專注、採開放性問題，用目標觀眾的語言與其互動對話。</p> <p>24. 主持人扮演一個 bridge 橋樑的角色，從孩子的經驗出發，以橋搭橋的方式，引領目標觀眾嘗試、思考，提供舞台讓他們發揮。</p> <p>25. 主持人敬業態度、專業判斷，以及對工作專注、投入，獲目標觀眾信賴，能夠在意念和行為上，幫助目標觀眾近用、欣賞、學習。</p>
演出角色	26. 引導目標觀眾對正面的角色楷模認同	26. 「角色扮演」呈現的角色特質，多元不刻板，引導目標觀眾對角色楷模的認同。

表 5-10 「製作技術」面向的構面、指標及說明

構面	指標	說明
呈現的設計與技術	<p>27. 傑出的美術與音樂風格,提升目標觀眾的鑑賞力,觸動其心靈</p> <p>28. 生活化的場景和道具提供目標觀眾身歷其境之感受</p> <p>29. 運用「主觀鏡頭」follow 孩子的觀點,運用「特寫鏡頭」引導孩子的聚焦</p> <p>30. 拍攝手法多元,運用攝影新科技讓畫面細膩地呈現,達到令人驚艷的效果</p>	<p>27. 美學概念出發,如繪圖風格、立體動畫等,再加上色彩與光影的調和,營造的美感,能提升目標觀眾的鑑賞力;精心設計的配樂,能觸動目標觀眾心靈。</p> <p>28. 節目應該要讓目標觀眾眼見為憑,場景和道具因應情境改變而變化,提供身歷其境之表現。</p> <p>29. 鏡頭的設計,如「主觀鏡頭」跟隨孩子第一人稱的觀點,「特寫鏡頭」讓目標觀眾清楚觀察事情的重點。</p> <p>30. 依據節目設計之需,運用新科技,如高速攝影下慢動作之美或縮時攝影,不同角度拍攝,輔助節目細膩的呈現,達到耳目一新的效果。</p>

綜上所述,本研究以國外指標為發想本土面向指標的基礎,經過研究者實務經驗和相關文獻理論對話之後,透過凱利方格法的質性深度訪談與,「學齡兒童節目」在四大優質核心面向,獲得 30 項初步指標。這些初步指標提供第七章德菲法第一回合的研究問卷,讓更多專家學者專家進行指標的診斷與修正。

第六章 學齡前兒童節目的德菲法研究與實施

第一節 學齡前兒童節目修正式德菲法研究設計

本研究繼「學齡前兒童節目」凱利方格法之後，接續進行「德菲法」。第四章蒐集利害關係人意見，即受測者質性訪談資料與國外相關文獻建構研究主題指標初擬，提供給「修正式德菲法」研究使用，在操作上是採用問卷調查，為了凝聚利害關係人(專家學者群)者的共識，通常要實施三回合問卷調查及分析工作，第三回合問卷產生的共識指標，而後輔以研究者分析，確立台灣本土優質指標，達成研究目的。研究實施及說明如下：

一、問卷編製與設計

本研究第一回合問卷先以凱利方格法抽採的初步指標半開放式的題型編製，另提供開放式的填答空間供專家學者表達其對該指標與相關說明的修正與補充意見，以廣徵博意。在回收第一回問卷後，將專家學者意見加以歸納整理，作為第二回合問卷的基礎，第二回合的問卷則包括第一回合問卷的內容及專家學者的意見之統計分佈，包括平均數、標準差，所有專家填答分數的分布，以及該位專家上次填答意見的分數，以便專家群清楚了解整體問卷結果。同時，所有專家學者針對指標所提出的補充意見及修正指標建議或新增指標的任何開放性意見，將提供每位專家瞭解其他人的看法，並進行意見的反饋，作為專家群再次填答各項指標之重要程度時的參考。最後第三回問卷亦依據第二回問卷的回饋意見調整而成，除附上第二回問卷整體作答結果外，亦附上各指標重要程度的平均數及填答者上次勾選之重要程度，以便協助每位專家理解個別指標作答結果的分佈狀況或

差異情形，以決定是否調整個人之意見，並進行意見的回應與交流，已達成全體專家對本研究一致的共識（Linstone & Turoff, 2002；盧燕萍，2009）。

本研究第一回合問卷，係透過第四章「凱利方格法」利害關係人優質構念與相關文獻之探討與分析，將之歸納為「目標觀眾」、「學習功能」、「內容呈現」、「製作技術」四大面向，以建立本研究結構性問卷的初步問卷，並採用 Likert 李克特尺度的七等量表，分為 7（表示極重要）的分數、6（表示相當重要）、5（表示還算重要）、4（表示有點重要）、3（表示不太重要）、2（表示相當不重要）、1（表示極不重要），以提供專家學者勾選指標的重要性與必需性。以此基礎建立第二回合問卷題項，以此類推。

二、專家學者篩選的條件

一般而言，進行德菲法研究之時，參與者約 15-30 人左右（宋文娟，2001；潘淑滿，2003）。Dalkey（1969）指出，若作德菲法研究使用樣本大於 13 人，其信度將會高，所以專家的選定對於研究結果有重大影響。本研究為了提高信度，參與的專家學者大於 30 人。綜合考量受訪者對於本議題之關切與了解程度，所具備的專業知識、代表性成員。本研究受訪對象篩選的條件如下：

- （一）產官學專家：本研究作者從事兒童節目製作 30 多年來所熟識的學者專家，他們有的是學前教育相關學者、發展心理學專家、傳播學者，擔任過廣播電視金鐘獎兒童節目評審委員，擔任過兒童節目的諮詢顧問，擔任過 NCC 兒少節目座談會諮詢委員等；有的是兒童節目幕前或幕後的佼佼者、曾榮獲金鐘獎與國際兒童影展獎項的肯定；有的是文教團體代表；更有兒童節政策制定者，推動 NCC「兒少通訊傳播權益政策白皮書」委員等。

(二) 滾雪球抽樣：研究者邀請上述專家學者推薦並提供他們認識的專業合格的利害關係人為受訪對象。於是，樣本如同滾雪球般由小變大，本研究作者通過利害關係人結識其他的學者專家參與本研究。

依據上述篩選條件，本研究挑選有意願參加的專家學者，包括學前教育專家 10 名、傳播學者 3 名、兒童節目製作人員 9 名、幼兒園老師 6 名、幼兒家長 4 名、文教團體代表 3 名、兒童節目政策制定者 1 名等利害關係人。其中成員其亦包含「凱利方格法」五位受測的利害關係人。為了預防在問卷調查期間有人因為忙碌而無法參與，因此，邀請之對象擴增為 36 位專家學者參與，36 位專家學者群之基本背景（詳見附錄四）。

第二節 學齡前兒童節目問卷調查與實施

本研究根據凱利方格法獲得的 55 項指標，作為德菲法第一回合問卷邀請信及問卷題項（詳見附錄五），再依照受訪的專家學者群需求，以電子郵件方式送達問卷，問卷中每一個面向採開放式題型，讓每位受訪的專家學者能進一步提供個人專業意見。俟受訪者全部完成問卷填答、加以整理分析後，再行編制第二回合問卷邀請信及問卷題項，第二回合邀請信及問卷題項（詳見附錄六）及前一回答資料整理結果，直到獲得一致的共識，本研究的正式問卷調查預計將進行三回合，第三回合問卷邀請信及問卷選項（詳見附錄七），直到獲得一致的共識，本研究的正式問卷調查進行三回合，工作時間預估約需三個半月，「學前兒童節目」問卷調查實施程序（參見表 6-1）

表6-1 「學齡前兒童節目」問卷調查實施過程

執行時間	工作項目	說明
103年1月5	1.確定學者專家名單，並徵	1.經以電話、電子郵件方式徵詢學者

日至2月8日	詢受訪意願。 2.寄出並進行第一回合問卷調查。	專家之意願。 2.問卷調查方式，採電子郵件訪問方式，第一回合問卷計有36位學者專家名單參與，全數回收，計有36份問卷。
103年2月9日至3月4日	1.回收第一回合問卷。 2.整理分析第一回合問卷調查結果，形成第二回合問卷。	1.第一回合問卷調查，計回收36份，然有2位專家學者以文字意見為主，故僅計算34位之評分，計回收36份問卷。
103年3月5日至4月2日	1.發放進行第二回合問卷調查。 2.回收第二回合問卷調查。 3.整理分析第二回合問卷調查結果，形成第三回合問卷。	1.計發放34份第二回合問卷調查，然有1位專家學者因事務繁忙無法參與研究。 2.第二回合問卷，計有34位學者專家群參與，計回收33份問卷。
103年4月3日至4月12日	1.發放並進行第三回合問卷調查。 2.回收第三回合問卷調查。	1.計發放33份第二回合問卷調查，然有3位專家學者因事務繁忙無法參與研究。 2.第三回合問卷，計有33位學者專家群參與，計回收30份問卷。
103年4月13日至4月18日	1.整理分析三回合問卷調查結果。	1.計統計三回合問卷調查，達高度共識一致性之題項計有29題，其中6題重要程度平均分數未達5分，表示專家學者群普遍對該題項不表重要，因此予以整併或刪除。

四、資料處理與分析工具

本研究以 SPSS19.0 統計軟體做為分析工具，使用次數分配、平均數、四分位差、標準差的統計方法，以統計 36 位學者專家填答分數的分布情形、意見平均分數，亦即四分位差，以顯示整體專家對於本研究指標重要性的程度以及意見的一致程度。

第三節 學齡前兒童節目問卷分析

一、三回合問卷發放情形

本研究「學齡前兒童節目」第一回合問卷調查，共計發放 36 份問卷，實際回收 36 份，回收率 100%；第二回合問卷調查中，共計發放 36 份問卷，實際回收 33 份，回收率 97.1%，然有 1 位專家因事務繁忙，無法繼續參與本研究；第三回合問卷調查中，共計發放 33 份問卷，實際回收 30 份，回收率 90.9%，亦有 3 位專家因事務繁忙，無法繼續參與本研究。(參見表 6-2)

表6-2 「學齡前兒童節目」三回合問卷發放專家學者人數與回收率分析

	第一回合問卷	第二回合問卷	第三回合問卷
寄發問卷人數	36	34	33
問卷回收人數	36	33	30
問卷回收率	100%	97.1%	90.9%

本研究第一回合問卷調查中，共計回收 36 份問卷，其中學前教育專家 10 位，佔全體專家學者 27.8%；傳播學者 3 位，佔全體專家學者 8.3%；兒童節目製作人員 9 位，佔全體專家學者 25%；幼兒園老師 6 位，佔全體專家學者 16.7%；幼兒家長 4 位，佔全體專家學者 11.1%；文教團體代表 3 位，佔全體專家學者 8.3%；前官方代表 1 位，佔全體專家學者 2.8%。

本研究第二回合問卷調查中，共計回收 34 份問卷，有 1 位未回覆。其中學前兒童教育學者因只回覆 7 位，佔全體專家學者比例降為 19.4%。其餘專家學者回收人數及比例皆與第一回合相同。

本研究第三回合問卷調查中，共計回收 33 份問卷，有 3 位未回覆。其中學前教育專家只回覆 6 位，佔全體專家學者比例降為 16.7%；幼兒園老師只回覆 5 位，佔全體專家學者比例降為 13.9%；幼兒家長回覆 3 位，佔全體專家學者比例降為 8.3%。其餘專家學者回收人數及比例皆與第一回合相同。參與三回合問卷調查之專家學者所屬領域（參見表 6-3）。

表6-3 「學齡前兒童節目」參與三回合問卷調查專家學者所屬領域分析

類別	第一回合問卷		第二回合問卷		第三回合問卷	
	專家人數	所佔比例	專家人數	所佔比例	專家人數	所佔比例
學前教育專家	10	27.8%	7	19.4%	6	16.7%
傳播學者	3	8.3%	3	8.3%	3	8.3%
兒童節目製作人員	9	25%	9	25%	9	25%
幼兒園老師	6	16.7%	6	16.7%	5	13.9%
幼兒家長	4	11.1%	4	11.1%	3	8.3%
文教團體代表	3	8.3%	3	8.3%	3	8.3%
兒童節目政策制定者	1	2.8%	1	2.8%	1	2.8%
未回覆	0	0.0%	3	8.3%	6	16.7%
合計	36	100.0%	33	100.0%	30	100.0%

註：專家學者以 A1~A36 代表

二、三回合問卷統計結果

本研究係透過研究者對相關文獻之探討與透過「凱利方格法」利害關係人質性訪談分析，將「學齡前兒童節目」優質指標之建構，分為「目標觀眾」、「學習功能」、「內容呈現」、「製作技術」四大面向，並依此發展出細膩的 55 項指標。以此 55 指標作為本研究第一回合問卷題目，並提供專家學者群開放意見之機會。在第一回合問卷之後，再依照第一次專家學者所提修正、新增建議，將「學齡前兒童節目」優質指標之建構，從四大面向增修為「目標觀眾」、「學習功能」、

「內容呈現」、「製作技術」、「製播效益」等五大面向，經問卷統計結果後，形成第二回合問卷題目，繼而再依第二回合問卷統計結果形成第三回合問卷題目。

本研究分析時，依據 Fahety (1979)、楊宜真 (1999) 的研究，四分位差小於或等於 0.6 者，視為專家學者已達高度共識意見之一致性；若四分位差介於 0.6 至 1.0 之間，表示專家學者達中度共識意見之一致性。另依據張美蘭 (2002)、黃世雄和林佳慧 (1998)、徐敏榮 (2002) 的研究，四分位差大於 1.0 者，表示專家意見未達成一致性。亦即四分位差以 1.0 為一致性或不一致性的分點。在標準差方面，張豔華 (2002) 的研究，標準差小於 1 者，表示具有一定的專家共識。

綜合上述之研究，本研究將四分位差小於等於 0.6 者且標準差小於等於 1 者，視為具高度共識意見之一致性，將四分位差大於 0.6 但小於等於 1 者且標準差小於等於 1 者，視為具中度共識意見之一致性。如四分位或標準差任一項大 1 者，則視為未達成一致性意見。但若指標達一致性，重要程度平均數為 5 以下時 (盧燕萍，2008)，則表示專家一致認為不具重要性，應以刪除。

在第一回合 36 份問卷中，有 2 位學前教育專家 (A2、A3) 因對於指標架構有較大幅度的疑問，而給予較低的評分或未填。因此，本研究在第一回合統計時，該二位專家學者僅參酌其文字意見，不計其重要程度評分。

第一回合問卷經統計，參酌 36 位專家學者意見 (詳見附錄八之一)。研究者發現，主持人與演出角色在兒童「」上扮演關鍵性角色，需要扣連「統整」方式思考，故將「語言學習」調整至「學習功能」構面；另「學習功能」面向的二個構面「學習目的」與「教育目標」差異性不大，都需要扣連「教育」的概念，例如以學習領域為主的社會、情意、認知、語文、技能、情緒等節目的設計，發展出第 13,14,16,17,18,20,21,22,23,24 等指標，無須單獨成立而是整併在「教育目標」

裡。第一回合 55 項指標經合併、新增、刪修指標後，將第 28 指標合併到 9，第 38 指標合併到 36，第 49 指標合併到 48，刪除第 52,54 指標。修正式德菲法第一回合問卷調查統計報表（參見表 6-4）。

表6-4 「學齡前兒童節目」修正式德菲法第一回合問卷調查統計報表

原55 指標	內容	第一回合		
		四分位差	標準 差	一致性
01	貼近孩子的生活，從幼兒生活經驗出發	0.50	0.92	高度 共識
02	呈現幼兒之間個別差異	0.50	0.94	高度 共識
03	尊重「差異性」，引導目標觀眾同理他人	0.50	0.83	高度 共識
04	引導目標觀眾從「觀察中學習」，運用「感官」從探索中獲得學習樂趣	1.00	0.93	中度 共識
05	引導目標觀眾從「遊戲中學習」，逐步嘗試新的行為，新經驗的拓寬，開啟孩子的眼界	0.50	0.95	高度 共識
06	從「做中學」經驗	0.50	0.84	高度 共識
07	大人循序漸進引導幼兒學習、思考，協助孩子解決問題的能力	0.50	0.83	高度 共識
08	小朋友演出自己，自然呈現，不要刻意著墨	1.00	1.21	未達成
09	節目提供多元觀點，增廣幼兒的學習視野	0.50	0.77	高度 共識
10	在節目的產製過程中，應充分尊重幼兒的想法，讓幼兒參與表達	0.50	1.09	未達成
11	在節目中呈現孩子的主體性，鼓勵創意思考，給予幼兒自我挑戰空間	0.50	0.83	高度 共識
12	引導目標觀眾系統化學習，促進孩子去思考、嘗試	0.50	1.24	未達成
13	引導目標觀眾學習社會能力，促進幼兒人際溝通的能力	0.50	0.90	高度 共識

原55 指標	內容	第一回合		
		四分位差	標準 差	一致性
14	引導目標觀眾學習情緒能力，和孩子對話，學習情緒調節能力	0.50	0.92	高度 共識
15	引導目標觀眾學習問題解決的能力，協同合作、共同完成，培養幼兒合群習性	0.50	0.81	高度 共識
16	主持人必須咬字清晰，說話速度緩慢，有助幼兒理解節目	1.00	1.16	未達成
17	節目的製作應具備輔助幼兒語言學習，運用「重複性學習」於節目設計之中，鼓勵幼兒說話、模仿	1.00	1.27	未達成
18	節目使用幼兒能夠理解的語言，搭配精心設計的畫面，幼兒接受度高	0.50	1.04	未達成
19	節目具備廣義的教育或教學目標	0.50	1.18	未達成
20	以「情意」為教育目標的節目，能夠幫助孩子學習社會化的能力	0.50	1.24	未達成
21	以「認知」為教育目標的節目，培養幼兒思考能力	1.00	1.40	未達成
22	以「語文認知」為教育目標的節目，能夠鼓勵孩童理解語言及使用新的字彙	1.00	1.37	未達成
23	以「技能」為教育目標的節目，培養幼兒生活自理能力，肯定孩子的努力	1.00	1.11	未達成
24	以「情緒」為教育目標的節目，能夠培養幼兒處理情緒，及尊重自己和他人的能力	0.50	1.06	未達成
25	內容具引導性，呈現社群的互動	0.50	1.13	未達成
26	以兒童為主體進行的資訊傳遞，讓孩子享受學習的過程	1.00	1.43	未達成
27	建構幼兒的文化認同，引導目標觀眾關懷與尊重多元文化	0.50	0.80	高度 共識
28	呈現多元價值觀，引導孩子學習利社會的行為	0.50	0.60	高度 共識
29	配合孩子的思考速度，節目風格細膩緩慢	0.50	1.42	未達成
30	節目的架構能被幼兒預測，讓孩子喜歡收視	0.50	1.27	未達成

原55 指標	內容	第一回合		
		四分位差	標準 差	一致性
31	節目除了教育性，應具有娛樂性，穿插變化有了趣味性，讓幼兒有驚喜感	1.00	1.07	未達成
32	主題清楚，具原創性	0.50	0.84	高度 共識
33	以說故事形式呈現的節目，用正向意涵傳達故事內涵，啟發幼兒心智	0.50	0.93	高度 共識
34	節目運用「總結」的複習功能，幫助幼兒學習	1.00	1.69	未達成
35	聘用幼教專家參與，以保障幼兒節目教育內涵的表現	0.50	0.95	高度 共識
36	主持人真誠、親切有耐心，像朋友一樣，讓孩子覺得被尊重	0.50	0.88	高度 共識
37	主持人平易近人，對孩子做的每件事都很關注	0.50	1.18	未達成
38	主持人尊重孩子、理解孩子	0.50	0.98	高度 共識
39	主持人年齡、職業多元，正面形象，像家人，帶給孩子親切感	1.00	1.35	未達成
40	主持人不以上對下的態度對待幼兒，協助、支援幼兒完成任務	1.00	0.91	中度 共識
41	主持人咬字清晰，說話誠懇、速度慢、語言簡單，培養兒童聽與說的能力	1.00	1.06	未達成
42	主持人專心聆聽幼兒說話、給幼兒思考機會	0.50	0.90	高度 共識
43	角色多元不刻板，並提供正面的角色楷模	0.50	0.84	高度 共識
44	偶製作精緻生動，色彩飽和，角色造貼近幼兒	1.00	1.16	未達成
45	偶自然真實，言行有示範性，孩子會角色	1.00	0.90	中度 共識
46	視覺美感，色彩柔和，清爽不混搭，拓展幼兒美學的素養	0.50	0.84	高度 共識
47	場景立體生動多元，道具、服裝精心製作，單純不花俏，具親近性	0.50	0.91	高度 共識

原55 指標	內容	第一回合		
		四分位差	標準 差	一致性
48	運用「特寫鏡頭」近距離拍攝，注重構圖和細節，引導孩子觀察重點	0.50	0.79	高度 共識
49	攝影注重細節和構圖，幫助孩子認識世界	0.50	0.74	高度 共識
50	能提供豐富的美感經驗，啟發幼兒的想像力	0.50	0.86	高度 共識
51	節目裡的MV創作音樂多元，讓孩子享受音樂的節奏	0.50	0.87	高度 共識
52	節目裡的配樂輕柔、緩慢，活潑的節奏帶動氣氛	1.00	1.09	未達成
53	引導孩子想像空間的畫面，不作多餘配樂和旁白，讓孩子主動觀察	0.50	1.21	未達成
54	節目中的創作兒歌，歌曲設計偏短簡單，孩子易朗朗上口	1.00	1.24	未達成
55	以「律動」為主的節目，歌詞曲與動作簡單，適時重複提示，讓孩子模仿學習	1.00	1.08	未達成

上述第一回合問卷回收後，保留「高度共識」指標，再參考統計結果及專家學者意見後(參見表 6-4)，其中達「高度共識」者有 20 項指標，3 項指標(4,40,45)達成中度共識，25 項指標未達成共識，受訪者 A27 建議新增「製播效益」面向，大幅度增刪指標後，以全新編碼形成 38 項指標，並形成第二回合問卷設計，再請專家學者群進行填答，惟已達「高度共識」題目則不再開放填答。

第二回合問卷經統計，38 項指標中除原 20 項「高度共識」指標外，新增 11 項「高度共識」指標。獲得 31 項「高度共識」指標。經研究者參酌 33 位專家學者意見(詳見附錄八之二)，將第 29 指標併入第 30 指標(該二指標皆為「高度共識」)，並刪除第 22,39 指標後(該二指標皆未達一致性)，最後以 38 項指標(參見表 5-5)，其中達「高度共識」者有 30 項指標)，形成第三回合問卷設計，再請專家學者進行填答，惟已達「高度共識」題目則不再開放填答。

第三回合問卷經統計，38 項指標中除原 30 項「高度共識」指標外，新增 2 項「高度共識」指標（指標 20,25），但第 20 指標因平均數低於 5 予以刪除，獲得 31 項「高度共識」指標。經研究者再參酌 30 位專家學者意見（詳見附錄八之三），將第 3,4 指標合併、第 30,31 指標合併，最終以 29 項指標形成問卷。「※」表示新增題項，「◎」表示該指標彙整第一回合學者、專家的意見後已加以修正。修正式德菲法第二、三回合問卷調查統計報表（參見表 6-5）。

表 6-5 「學齡前兒童節目」修正式德菲法第二、三回合問卷調查統計報表

原 38 指標	指標	指標名稱	第二回合			第三回合			一致性達成
			四分位差	標準差	一致性	四分位差	標準差	一致性	
26	01	以目標觀眾為主體，發展、規劃與設計節目的資訊內容與節目風格	0.00	0.75	高度共識				√
1	02	內容貼近目標觀眾的真實生活，由其生活經驗出發							√
6	03 ◎	引導目標觀眾從「觀察中學習」或「做中學」或「遊戲中學習」							√
5	04 ◎	引導目標觀眾從「遊戲中學習」							√
11	05	鼓勵目標觀眾創意思考，給予自我挑戰的空間							√
9	06	提供兒童角色的多元觀點，呈現人與人之間的個別差異							√
10	07	重視兒童角色的自我陳述與表達，多元反映目標觀眾的想法、感受或觀點	0.00	0.79	高度共識				√
19	08	節目具備廣義的教育或學習目標	0.50	0.91	高度共識				√
35	09	聘用專家參與，以保障教育目標的達成與學習內涵的表							√

原 38 指 標	指 標	指 標 名 稱	第二回合			第三回合			一 致 性 達 成
			四 分 位 差	標 準 差	一 致 性	四 分 位 差	標 準 差	一 致 性	
		現							
3	10	引導目標觀眾同理他人，並尊重「差異性」							√
7	11 ◎	循序漸進引導目標觀眾系統化思考							√
18	12 ◎	增進目標觀眾與人溝通及自我表達的能力	0.50	0.63	高度共識				√
※	13	引導目標觀眾人格的養成和獨立自主性的建立	0.50	0.87	高度共識				√
15	14	引導目標觀眾協同合作、共同完成任務							√
28	15	呈現多元價值觀							√
※	16	節目容納在地文化的元素，建構目標觀眾的文化認同	0.50	1.02	未達成	0.50	1.11	未達成	X
27	17 □	呈現社群的良性互動，引導目標觀眾關懷與尊重多元文化							√
32	18	主題明確且節目設計具原創性							√
33	19	用正向意涵傳達學習內容，啟迪目標觀眾的心智							√
30	20	固定的節目架構能讓目標觀眾可預測，養成收視的習慣（平均數低於5）	0.50	1.09	未達成	0.50	0.90	刪除	X
31	21	節目除了教育性，應具有生活美感與幽默感	0.00	0.77	高度共識				√
34	22	（第三回合問卷已刪除）	1.00	1.54	未達成	刪除			X
41	23	主持人咬字清晰，說話速度合宜，專心聆聽目標觀眾說話	0.50	0.95	高度共識				√
36	24	主持人真誠、親切有耐心，							√

原 38 指 標	指 標	指 標 名 稱	第二回合			第三回合			一 致 性 達 成
			四 分 位 差	標 準 差	一 致 性	四 分 位 差	標 準 差	一 致 性	
		不以上對下的態度對待目標觀眾							
39	25	主持人身分創新，維持正面形象，帶給孩子溫暖的感受	0.50	1.03	未達成	0.50	0.89	高度共識	√
8	26	節目中主要兒童角色，為目標觀眾年齡層相仿之小朋友，表現自然	0.50	1.01	未達成	0.50	1.04	未達成	X
43	27	角色多元不刻板，並提供正面的角色楷模							√
44	28 □	賦予非真人角色（如偶、動畫）如同真人一樣有個性，自然真實、精緻生動	0.00	0.66	高度共識				√
46	29 □	具視覺美感，色彩柔和，清爽不混搭							√
47	30 □	場景、道具、服裝、動畫等節目的美術設計能提供目標觀眾豐富的美感經驗，啟發想像力							√
05	31 □	能提供目標觀眾豐富的美感經驗，啟發想像力							√
48	32 □	運用「特寫鏡頭」引導目標觀眾觀察事物的重點；拍攝時配合孩子的眼睛高度，融入幼兒的世界							√
□	33	運用新科技，增加節目生動性，輔助節目達到學習效果	0.50	1.14	未達成	0.50	1.02	未達成	X
51	34	MV創作音樂多元							√
54	35	音樂或兒歌創作，歌曲設計關注目標觀眾生活經驗與學習能力	0.50	1.15	未達成	1.00	1.04	未達成	X
55	36	呈現之「律動」單元，參照幼兒身體動作的發展與學習	0.00	0.86	高度共識				√

原 38 指 標	指 標	指 標 名 稱	第二回合			第三回合			一 致 性 達 成
			四 分 位 差	標 準 差	一 致 性	四 分 位 差	標 準 差	一 致 性	
		原則，引導目標觀眾模仿學習							
53	37	給目標觀眾影像留白，呈現想像的空間	0.00	0.82	高度共識				√
□	38	節目具延伸行銷與教育推廣的價值	0.50	0.96	高度共識				√

註：斜線表示已達一致性不須再答

上述第三回合問卷調查，第 4 指標合並到 5，第 31 指標合並到 30，獲得 29 項「高度共識」指標，計有 6 項指標最後仍未達成一致性，予以刪除；本研究計有 1 項指標雖達高度共識重要的程度，但重要性平均數低於 5，予以刪除；另計有 5 項指標經學者專家建議 2 項刪除、3 項併入其它指標。

第四節 建立本土學齡前兒童節目優質指標

一、三回合問卷共識指標重要性排序

本研究經三回合問卷調查及統計結果，第一回合問卷共計 55 項指標；第二回合問卷經統計 38 項指標；第三回合問卷經統計計有 29 項指標，且經全體專家學者群達到高度共識且為重要的程度，依重要性排序（參見表 6-6）。

表 6-6 「學齡前兒童節目」三回合問卷達成一致性指標重要性排列

排 名	原 29 指 標	指 標 名 稱	重 要 性 平 均 數
--------	----------------	------------------	----------------------------

排名	原 29 指標	指標名稱	重要性平均數
1	15	呈現多元價值觀	6.35
2	18	主題明確且節目設計具原創性	6.29
3	10	引導目標觀眾同理他人，並尊重「差異性」	6.26
4	02	內容貼近目標觀眾的真實生活，由其生活經驗出發	6.24
5	03	引導目標觀眾從「觀察中學習」或「做中學」或「遊戲中學習」	6.21
6	06	提供兒童角色的多元觀點，呈現人與人之間的個別差異	6.21
7	24	主持人真誠、親切有耐心，不以上對下的態度對待目標觀眾	6.21
8	17	呈現社群的良性互動，引導目標觀眾關懷與尊重多元文化	6.18
9	11	循序漸進引導目標觀眾系統化思考	6.18
10	19	用正向意涵傳達學習內容，啟迪目標觀眾的心智	6.15
11	14	引導目標觀眾協同合作、共同完成任務	6.12
12	27	角色多元不刻板，並提供正面的角色楷模	6.12
13	32	運用「特寫鏡頭」引導目標觀眾觀察事物的重點；拍攝時配合孩子的眼睛高度，融入幼兒的世界	6.09
14	28	賦予非真人角色（如偶、動畫）如同真人一樣有個性，自然真實、精緻生動	6.06
15	01	以目標觀眾為主體，發展、規劃與設計節目的資訊內容與節目風格	6.00
16	07	重視兒童角色的自我陳述與表達，多元反映目標觀眾的想法、感受或觀點	6.00
17	09	聘用專家參與，以保障教育目標的達成與學習內涵的表現	6.00

排名	原 29 指標	指標名稱	重要性平均數
18	34	MV 創作音樂多元	6.00
19	21	節目除了教育性，應具有生活美感與幽默感	5.97
20	13	引導目標觀眾人格的養成和獨立自主性的建立	5.94
21	36	呈現之「律動」單元，參照有關幼兒身體動作的發展與學習原則，引導目標觀眾模仿學習	5.94
22	05	鼓勵目標觀眾創意思考，給予自我挑戰的空間	5.91
23	23	主持人咬字清晰，說話速度合宜，專心聆聽目標觀眾說話	5.91
24	30	場景、道具、服裝、造型、動畫等節目的美術設計能提供目標觀眾豐富的美感經驗，啟發想像力	5.79
25	37	給予目標觀眾影像留白，呈現想像的空間	5.79
26	12	增進目標觀眾與人溝通及自我表達的能力	5.73
27	08	節目具備廣義的教育或學習目標	5.52
28	25	主持人身分創新，維持正面形象，帶給孩子溫暖的感受	5.40
29	41	節目具延伸行銷與教育推廣的價值	5.36

資料來源：研究者自行整理

本研究綜合整理文獻相關論述，及凱利方格法質性訪談後，以「目標觀眾」、「學習功能」、「內容呈現」、「製作技術」等四大面向，建立本研究「學齡前兒童節目」初步指標雛形，共計 55 項指標，為本研究的第二次指標。本研究接下來並以修正式德菲法問卷進行三回合問卷調查之後，計有 14 項指標經專家學者群認為未達高度共識重要的程度，因此予以合併、新增、刪修指標後，以「目標觀眾」、「學習功能」、「內容呈現」、「製作技術」、「製播效益」等五大面向，形成第

二回合問卷 38 項指標，再經第三回合問卷後，具有高度共識並達成一致性之重要指標，共計 29 項，是本研究的第三次指標。

二、 本土優質指標之建立

本研究認為，建構「學齡前兒童節目」的本土優質指標是經過多層次內化、民主化過程，建構出的指標是專業實用的指標，目的是敦促、啟發製作人員製作優質的好節目，並且提醒製作單位「指標」不是從國外來的，是從台灣在地觀眾代言人（利害關係人）淬取得到的指標。

然而，受訪專家學者 A27 建議第二回合問卷新增「製播效益」面向，雖然突破研究者的分類，但研究者決定試做。不過，研究獲致之「節目具延伸行銷與教育推廣的價值」的指標過於抽象，不是一個客觀的恆定的指標，使用上有困難，無法成為優質的判準，如果納入便會產生不知何人適用的困擾，例如延伸行銷與教育推廣究竟是節目製作人員的責任，抑或電視台之責任無法釐清，因此研究者決定刪除。

本研究「學齡前兒童節目」優質面向回歸原本「目標觀眾」、「學習功能」、「內容呈現」、「製作技術」等四大面向，產生的本土優質兒童節目指標共計 28 項（參見表 6-7）。

表 6-7 「學齡前兒童節目」28 項優質指標與說明

面向	指標	指標說明
目標觀眾	1.以目標觀眾為主體，發展、規劃與設計節目的資訊內容與節目風格	以目標觀眾為主體設計的節目風格，可以讓孩子享受過程並有效接收訊息。
	2.內容貼近目標觀眾的真實生活	呈現目標觀眾的真實生活，和孩子

	，由其生活經驗出發	討論、交換意見，看到不同孩子的生活經驗，可以強化他們的自尊、增進自信心。
	3.引導目標觀眾從「觀察中學習」或「做中學」或「遊戲中學習」	運用「觀察中學習」，讓孩子自己觀察、主動學習，引起體驗的興趣。五項感官在運用和學習上各有不同的思考和需要。兒童天生喜歡遊戲和玩耍，從遊戲中嘗試新的行為，拓寬新的經驗，開展孩子的眼界。
	4.鼓勵目標觀眾創意思考，給予自我挑戰的空間	以目標觀眾為主的探索思考，給予目標觀眾自我挑戰機會，不管目標觀眾做的成功或失敗，都是呈現目標觀眾的努力的過程。
	5.提供兒童角色的多元觀點，呈現人與人之間的個別差異	每位小孩都是獨特的個體，強調每一個人都是不同，不能一視同仁，要讓孩子有機會認識自己，不同的個性、能力會產生不同的需求與學習。讓目標觀眾有機會站在別人的角度來看事情，不但增加多元認同機會，也增廣目標觀眾的視野。
	6.重視兒童角色的自我陳述與表達，多元反映目標觀眾的想法、感受或觀點	在節目的產製過程中，應允許兒童角色形成自己的意見與感受，反映目標觀眾的想法。如：節目中安排的兒童角色可以問許多問題，並在節目中參與表達，而非只是大人意見與想法套在孩子身上。
學習功能	7.節目具備廣義的教育或學習目標	以發展學習任務為主(如認知、語文、數學、社會、情緒、美感教育等)，到學習內涵，如：教導人生，包括表達溝通、關懷合作、推理賞析、想像創造、生活自理的基本能力。
	8.聘用專家參與，以保障教育目標的達成與學習內涵的表現	節目方向與內容諮詢相關領域幼教專家、傳播學者，以保障目標觀眾節目教育內涵的表現。
	9.引導目標觀眾同理他人，並尊重「差異性」	尊重「差異性」，引導目標觀眾從自我中心到同理他人，在與同儕的

		互動及協商中學習友愛、互助、和睦相處的道德和健康人格。
	10.循序漸進引導目標觀眾系統化思考	循序漸進，大人（主持人）提供適當的支持與引導（即鷹架），協助目標觀眾解決問題的能力。用多元的手法來系統化呈現一個概念，以開放性問題，引導孩子去思考、嘗試，邊玩邊學中調整，會做得更好。
	11.增進目標觀眾與人溝通及自我表達的能力	運用各種不同 MV 或是拍攝手法，重複或提醒，鼓勵目標觀眾說話、模仿，孩子才能不斷練習，學習才會深刻。
	12.引導目標觀眾人格的養成和獨立自主性的建立	引導目標觀眾人格的養成和獨立自主性的建立，培養目標觀眾的健全的人格發展。
	13.引導目標觀眾協同合作、共同完成任務	讓孩子和節目對話，提出解決問題的方法，問題解決不一定是自己獨立完成，也可以跟別人協同合作共同完成，培養目標觀眾合群習性。
內容呈現	14.呈現多元價值觀	多元社會呈現多元價值觀，引導孩子學習尊重多元的態度。
	15.呈現社群的良性互動，引導目標觀眾關懷與尊重多元文化	目標觀眾對生活環境充滿好奇與探究的動力，呈現社群良性互動（社區縮影），引導孩子看到真實生活樣貌，引起好奇心，帶給目標觀眾新鮮感。面對多元文化的社會，培養目標觀眾面對、接納不同文化的態度，進而包容、關懷與尊重不同文化，塑造自我認同。
	16.主題明確且節目設計具原創性	主題有明確的學習目的，非複製其他節目類型。
	17.用正向意涵傳達學習內容，啟迪目標觀眾的心智	幼兒內在都有善的種子，用正向意涵傳達故事概念，讓主題貫穿其中，從頭到尾，有一致性和延續性，可以得到目標觀眾群的共鳴，也開啓目標觀眾的朝善心智。
	18.節目除了教育性，應具有生活	節目應具有生活美感與幽默感，穿

	美感與幽默感	插一些變化，讓孩子驚喜，就有了一些趣味性。亦即在穩定的結構裡做變化，是學前的孩子需要的。
	19.主持人咬字清晰，說話速度合宜，專心聆聽目標觀眾說話	主持人必須咬字清晰，說話速度合宜，對孩子每件事都很關注，認真地聆聽，把主持人當成一個關心我的人，給予孩子充足的思考機會、回答，孩子願意跟他互動。主持人不應該在演主持人，感覺假假的，而且模仿別人的主持方式，毫無特色。
	20.主持人真誠、親切有耐心，不以上對下的態度對待目標觀眾	主持人主導性強，感覺很假意，小孩能夠被看到的比例很少很少。主持人以一種非常真誠、有耐心的方式，跟孩子互動，了解孩子的心情，把孩子當成朋友一般，孩子覺得被尊重，是一個很好的示範。
	21.主持人身分創新，維持正面形象，帶給孩子溫暖的感受	主持人年齡、職業可突破現有框架，角色多元，如跨世代的主持人，因人生的歷練不同帶給孩子的感受也不同。不急不徐的跟孩子談一些生活上，關於道德、情緒、跟遇到的困難一些事件的想法或看法，把孩子當成朋友一般，讓孩子覺得心中有一股溫暖，體驗人生的滋味。
	22.角色多元不刻板，並提供正面的角色楷模	角色多元，每個角色、人物都有不同個性、情緒，應適當提供正面行為示範，避免過多負面示範。正面的角色楷模，可以激勵與啟發目標觀眾，幫助他們了解節目中角色與他們自己相同與不同之處。角色設計應考慮目標觀眾可認同且模仿的對象。
	23.賦予非真人角色(如偶、動畫)如同真人一樣有個性，自然真實、精緻生動	孩子跟孩子會覺得非真人角色如同真人一般有趣，會投射他們的情緒和想法在偶的身上。
製作技術	24.場景、道具、服飾、造型、動	美學概念出發，立體生動的背景，

	畫等節目的美術視覺設計能提供目標觀眾豐富的美感經驗，啟發想像力	精緻道具、服裝，色彩柔和、創意的動畫，藉由創作美感，提供豐富的美感經驗，能經由觀摩、分享與欣賞，啟發目標觀眾的想像力與創造力。
	25.運用「特寫鏡頭」引導目標觀眾觀察事物的重點；拍攝時配合孩子的眼睛高度，融入幼兒的世界	「眼見為憑」之節目設計，運用「特寫鏡頭」近距離拍攝，幫助孩子清楚聚焦事件的細節與重點；拍攝時運用兒童的眼睛高度，讓鏡頭跟孩子對話，融入幼兒的世界。
	26.MV 創作音樂多元	編排節目注意音樂質感與適當性，MV 創作音樂多元，讓孩子享受音樂的節奏與韻律。
	27.呈現之「律動」單元，參照有關幼兒身體動作的發展與學習原則，引導目標觀眾模仿學習	「律動」用簡單的歌曲跟動作表達，孩子很容易抓到節拍，產生愉悅感，重複讓孩子可以模仿學習，促進目標觀眾平衡感或手眼協調。歌詞簡單提示，讓孩子學習觀察和預測動作，建立一種「我能做到」的自信。
	28.給予目標觀眾影像留白，呈現想像的空間	襯底音樂填滿整個節目，孩子不易聚焦傳遞的訊息，因題材有時沒有音樂，不加旁白，給孩子影像留白，讓孩子主動觀察。

資料來源：研究者自行整理

上述研究從受訪專家學者群診斷、修正、增刪，以及研究者從中分析形成台灣本土優質兒童節目指標，此處進一步做研究討論與反思。

第五節 學齡前兒童節目研究討論與反思

一、研究討論

台灣「學齡前兒童節目」優質指標的建構，來自於對話空間之創造，經過德菲法三回合問卷，得出的優質指標，是針對國人自製學齡前兒童節目使用。受訪的利害關係人充分表達自己對優質的意見與看法，根據多數教育、傳播學者訪談資料顯示，此次建構的「優質指標」能夠指出台灣目前兒童節目應該改善的地方，例如類型、內容不夠多元，以娛樂為主，多在攝影棚中進行，以唱歌律動，偶劇為主要表現方式；主持人主導性太強，以 xx 姐姐、xx 哥哥為主角、為主體，並且運用成人主觀訴說的方式貫穿整個節目，少有以目標觀眾為主體，引導他們學習。此外，受訪的父母與老師也希望兒童節目要有教育性，不要都是娛樂性，演出的角色避免負面示範。

不過有些專家擔心建構的指標會限制學齡前兒童節目的風格，應該是採開放性指標而非限制性指標。對此，本研究認為優質指標是展現節目的實質表現性指標，一個優質的節目不可能涵蓋本研究全部指標，而是依照節目的屬性來對應指標，例如「律動」單元，不是每個節目都會呈現，但是，當節目安排「律動」單元時，即有可指標可參考依循。

另一方面，有些業界人士則認為學齡前兒童節目不一定都要有引導學習的目標，因為不是在做教學節目，認為有幼教學理的「指標」過於沈重，是否可以製作純粹讓孩子感到開心、有趣的節目呢？對此，國外有些傑出的兒童節目工作者則不認同這種意見。例如美國《芝麻街》製作人瓊·顧妮認為，擬定的課程內容目的是為電視節目設計，而不是為學校教學用的，節目的製作團隊與研究團隊須全程攜手合作，共同為教育目標努力。研究者觀察英國 BBC「學齡前兒童節目」《天線寶寶》，發現它除了具有娛樂性，同時有其教育目標，因為遊戲玩耍是幼兒對環境進行認知和學習最主要的方式，「寓教於玩」成為英國 BBC 學齡前兒童節目具體的教育目標（參見第二章第一節）。因此，本研究認為，建構出台灣本土兒童節目「優質指標」是希望提升國內兒童節目的製作品質，以達到較高的境

界，結合娛樂與教育目標的策略，才可能提升國內整體兒童節目的水準與競爭力。

綜上所述，國內教育與傳播學者、父母老師及實務工作者等利害關係人對於優質兒童節目的意涵有不同的想像，這也凸顯本研究透過德菲法研究來整合受訪者意見的重要性。

二、研究反思

從德菲法研究結果的反思看來，屬於國外學理的文獻探討，如第二章所示，將透過三個層次優質節目的理論與核心概念來分析優質指標。

(一) 內容層次的優質指標

在本論文檢視國外文獻之後（參見第二章第三節），統整出優質兒童節目在內容層次上必須能符合兒童的認知發展能力，並且具備多元的內容與節目類型。如皮亞傑認知發展理論提出的幼兒運思預備期以「自我中心」的想法，由其自身的活動來了解生活周遭的世界；再者，依據 1995 年「電視與兒童高峰會」發表的英國 BBC 兒童憲章宣示的重點「兒童電視節目的製作，更積極突顯「兒童主體」的位置，須由兒童的觀點與文化、經驗著眼，兒童可藉由電視節目來表達他們自己的語言、文化與生活經驗等」。德非法的專家學者認為，目前台灣的學齡前兒童節目多是以大哥哥、大姐姐為主角，以成人觀點訴說的方式貫穿整個節目，少有呈現孩子的主體性，以幼兒為主的探索思考的節目。

此外，依據兒童傳播權內涵指出「優質兒童節目必須具備且強調世界與在地各種族不同的文化價值，無歧視的立場與觀點，進一步了解與欣賞其他文化，在

產製過程中鼓勵兒童由自我出發，充分尊重兒童意見」。對應在「學習功能」面向下，被選取的指標如「引導目標觀眾同理他人，並尊重「差異性」，德菲法受訪專家學者指出，引導孩子從自我中心轉化到同理他人，在與同儕的互動及協商中尊重差異性，並會與人溝通和分享。另外，對應在「內容呈現」面向下，被選取的指標如「呈現社群的良性互動，引導目標觀眾關懷與尊重多元文化」，專家學者指出，在接納不同文化的態度時，進而能關懷與尊重多元文化。如前所示，人的種類及經驗的多元等，對於年紀小的兒童非常重要。近年來，研究發現這樣類型的節目最為幼兒接受並喜歡。

1. 實踐層次的優質指標

本研究根據國外相關文獻的檢視，統整出優質兒童節目在實踐層次上必須以兒童為主體，並且鼓勵兒童主動參與節目以及表達個人的意見。如美國教育家杜威（Dewey）的實用主義教育理論「做中學」（learning by doing）、「兒童中心主義」，強調教學必須從兒童的生活經驗出發，重視兒童學習的主動性，主張在兒童的學習過程中，應該避免大人們過多的干預，將教學的重心從教師的身上轉移到學生身上。對應在「目標觀眾」面向下，被選取的指標如「引導目標觀眾從觀察中學習」或「做中學」或「遊戲中學習」。此外，兒童傳播權內涵指出「優質兒童節目必須鼓勵創意思考、自由意志與選擇，並且尊重兒童的意見」。專家學者認為，幼兒是透過感覺和動作來探索與表現，「觀察中學習」在學習情境中觀察模仿完成學習，節目內容與生活經驗結合，隱含訊息的設計也可以產生有效地模仿、學習；再者，杜威（Dewey）強調以兒童為本位的「做中學」可以讓孩子自己嘗試、操作，引起學習的樂趣；專家學者認為「遊戲中學習」因為幼童喜歡遊戲和玩耍，可以從中嘗試新的行為，拓寬新的經驗，開展孩子的眼界。

2. 總體層次的優質指標

如前國外相關文獻的檢視，統整出優質兒童節目在總體層次上必須落實學習功能。此外，相關的兒童傳播權內涵也指出節目必須表現兒童的生活經驗、語言與文化。根據班度拉 Bandura 社會學習理論認為，人類的行為大都經由學習而來，個體自出生就無時無刻、不知不覺中學習他人的行為，「模仿」是因為觀察別人而產生。藉著觀察他人習得普遍的行為原則，孩子可透過「觀察」與「傾聽」來學習。對應在「適齡適性」面向下，被選取的指標如「內容貼近目標觀眾的真實生活，由其生活經驗出發」。德菲法的專家學者表示，節目主題貼近目標觀眾的生活，可以強化他們的自尊。對應在「內容呈現」面向下，被選取的指標如「主持人咬字清晰，說話速度合宜，專心聆聽目標觀眾說話」是很重要。依據美國兒童教育專家 Anderson 認為，兒童是用他們聽的懂得的語言能力來看電視節目，當他們發現成人講的話太快或內容變的不具意義時，就會放棄不看了。專家學者表示，從主持人的表現與幼兒之間互動的關係來看，因為幼兒喜歡模仿，尤其是成人，因此，主持人說話清晰，有條理鋪陳，對孩子的事情關愛且具有良好的示範性，才能提供目標觀眾遵循且模仿的對象。另外，被選取的指標如「呈現社群的良性互動，引導目標觀眾關懷與尊重多元文化」。專家學者認為，孩子面對多元文化的社會，關懷、尊重不同的文化，可以塑造目標觀眾的自我認同。

綜觀上述，本研究受訪專家學者關注學齡前兒童節目學理各個面向，這也代表利害關係人：學前教育學者、傳播學者、父母、師長、文教團體代表、兒童節目政策制定者，對於兒童節目的內容多元與品質能否精益求精，有極高的期待。

第七章 學齡兒童節目的德菲法研究與實施

第一節 學齡兒童節目修正式德菲法研究設計

本研究為發展「學齡兒童節目」初步指標，凱利方格法先行蒐集利害關係人即受測者質性訪談資料、研究者行動經驗與國外相關文獻建構研究主題指標初擬，再依據修正式德菲法，達成研究目的。本研究在操作上採用問卷調查，為了凝聚受訪者的共識，要實施三回合問卷調查及分析工作。本章問卷編制與設計(參照第六章第一節)。

本研究第一回合問卷，係透過第五章「凱利方格法」利害關係人優質構念與相關文獻之探討與分析，將之歸納為「目標觀眾」、「學習功能」、「內容呈現」、「製作技術」四大面向，共計形成 30 項指標作為第一回合問卷題項，以建立本研究結構性問卷的初步問卷。採用 Likert 李克特尺度的七等量表，分為 7（表示極重要）的分數、6（表示相當重要）、5（表示還算重要）、4（表示有點重要）、3（表示不太重要）、2（表示相當不重要）、1（表示極不重要），以提供專家學者勾選此 30 項指標的重要性與必需性。以此為基礎進行學齡兒童節目第二及三回合問卷題項。

一、專家學者篩選的條件

綜合考量受訪者對於本議題之關切與了解程度，所具備的專業知識、代表性等，本研究對象選取的標準如下：

- (一) 產官學專家：本研究作者從事兒童節目製作多年來所熟識的學者專家，他們有的是兒童教育專家、傳播學者，擔任過廣播電視金鐘獎兒童節目評審

委員、擔任兒童節目的諮詢顧問、擔任 NCC 兒少節目諮詢委員等；有的是兒童節目製作核心人員，電視業界的佼佼者，曾榮獲國內金鐘獎與國際兒童影展獎項的肯定；有的是文教團體代表，關注兒童與媒體的研究或關注兒童福利與權利的研究；更有國家通訊傳播委員會（NCC）推動「兒少通訊傳播權益政策白皮書」的委員等。

（二）滾雪球抽樣：研究者邀請熟識的專家學者推薦並提供他們認識的專業合格的利害關係人為受訪對象。於是，樣本如同滾雪球般由小變大，研究者通過利害關係人結識的後者專家學者共同參與本研究。

根據上述篩選條件，本研究邀請之受訪對象，包括兒童教育專家 4 名、傳播學者 7 名、兒童節目製作人員 8 名、小學老師 5 名、兒童家長 3 名、文教團體代表 4 名、官方兒童節目政策制定者 3 名等利害關係人，其中受訪成員其亦包括「凱利方格法」五位受測者。34 位專家學者群之基本背景（詳見附錄九）。

第二節 學齡兒童節目問卷調查與實施

本研究依照受訪的學者專家需求，以電子郵件方式送達問卷，第一回合問卷邀請信及問卷題項（詳見附錄十），俟受訪者全部完成問卷填答、加以整理分析後，再行編制第二回合問卷及前一回答資料整理結果，第二回合問卷邀請信及問卷題項（詳見附錄十一），續編制第三回合問卷及前一回答資料整理結果，第三回合問卷邀請信及問卷題項（詳見附錄十二），直到獲得一致的共識，本研究的正式問卷調查進行三回合，預估約需 1 個半月，「學前兒童節目」問卷調查實施程序表（參見表 7-1）

表 7-1 「學齡兒童節目」問卷調查實施過程

執行時間	工作項目	說明
103 年 4 月 12 日至 4 月 18 日	1.確定學者專家名單，並徵詢受訪意願。 2.寄出並進行第一回合問卷調查。	1.經以電話、電子郵件方式徵詢學者專家之意願。 2.問卷調查方式，採電子郵件訪問方式，第一回合問卷計有 34 位學者專家名單參與，全數回收，計有 34 份問卷。
103 年 4 月 19 日至 4 月 29 日	1. 回收第一回合問卷。 2.整理分析第一回合問卷調查結果，形成第二回合問卷	1.第一回合問卷調查，計回收 34 份問卷。
103 年 4 月 30 日至 5 月 11 日	1.發放進行第二回合問卷調查。 2.回收第二回合問卷調查。 3.整理分析第二回合問卷調查結果，形成第三回合問卷	1.計發放 34 份第二回合問卷調查。 2.第二回合問卷，計有 34 位學者專家群參與，計回收 34 份問卷。
103 年 5 月 10 日至 5 月 16 日	1.發放並進行第三回合問卷調查。 2.回收第二回合問卷調查。	1.計發放 34 份第二回合問卷調查，然其中一位受訪專家因事務繁忙，無法繼續參與本研究。 2.第三回合問卷，計有 33 位學者專家群參與，計回收 33 份問卷。
103 年 5 月 15 日至 5 月 26 日	1.整理分析三回合問卷調查結果。	1.計統計三回合問卷調查，達高度共識一致性之題項計有 30 題。

三、資料處理與分析工具

本研究以 SPSS19.0 統計軟體做為分析工具，使用次數分配、平均數、四分位差、標準差的統計方法，以統計 34 位學者專家填答分數的分布情形、意見平均分數，以顯示整體專家學者對於本研究指標重要性的程度以及意見的一致性程度。

第三節 學齡兒童節目問卷分析

一、三回合問卷發放情形

本研究「學齡兒童節目」第一回合問卷調查中，共計發放 34 份問卷，實際回收 34 份，回收率 100%；第二回合問卷調查中，共計發放 34 份問卷，實際回收 34 份，回收率 100%；第三回合問卷調查中，共計發放 34 份問卷，實際回收 33 份，回收率 97%（參見表 7-2）。

表 7-2 三回合問卷發放專家學者人數與回收率分析

	第一回合問卷	第二回合問卷	第三回合問卷
寄發問卷人數	34	34	34
問卷回收人數	34	34	33
問卷回收率	100%	100%	97%

本研究第一回合問卷調查中，共計回收 34 份問卷，其中兒童教育專家 4 位，佔全體專家學者 11.8%；傳播學者 7 位，佔全體專家學者 20.6%；兒童節目製作人員 8 位，佔全體專家學者 23.5%；小學老師 5 位，佔全體專家學者 14.7%；兒童家長 3 位，佔全體專家學者 8.8%；文教團體代表 4 位，佔全體專家學者 11.8%；官方代表 3 位，佔全體專家學者 8.8%。

本研究第二回合問卷調查中，共計回收 34 份問卷，其中各領域專家學者的人數與比例與第一回合相同。本研究第三回合問卷調查中，共計回收 33 份問卷，除傳播學者少 1 位外，其餘各領域專家學者的人數與比例與第一、二回合相同。參與三回合問卷調查之專家學者所屬領域（參見表 7-3）

表 7-3 參與三回合問卷調查專家學者所屬領域分析

受訪者	第一回合問卷		第二回合問卷		第三回合問卷	
	專家 人數	所佔 比例	專家 人數	所佔 比例	專家 人數	所佔 比例

受訪者	第一回合問卷		第二回合問卷		第三回合問卷	
	專家人數	所佔比例	專家人數	所佔比例	專家人數	所佔比例
兒童教育專家	4	11.8%	4	11.8%	4	11.8%
傳播學者	7	20.6%	7	20.6%	6	17.6%
兒童節目製作人員	8	23.5%	8	23.5%	8	23.5%
小學老師	5	14.7%	5	14.7%	5	14.7%
兒童家長	3	8.8%	3	8.8%	3	8.8%
文教團體代表	4	11.8%	4	11.8%	4	11.8%
官方代表	3	8.8%	3	8.8%	3	8.8%
未回覆	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	34	100.0%	34	100.0%	34	100.0%

註：專家學者以 A1~A34 代表

二、三回合問卷統計結果

本研究係透過研究者對相關文獻之探討與透過「凱利方格法」利害關係人質性訪談分析，將「學齡兒童節目」優質指標之建構，分為「目標觀眾」、「學習功能」、「內容呈現」、「製作技術」等四大面向，並依此發展出 34 項內涵指標。以此 34 指標作為本研究第一回合問卷題目，並提供專家學者開放意見之機會。在第一回合問卷之後，經問卷統計結果後，形成第二回合問卷題目，繼而再依第二回合問卷統計結果形成第三回合問卷題目。

本研究分析時，依 Fahety (1979)、楊宜真 (1999) 的研究，四分位差小於或等於 0.6 者，視為專家學者已達高度共識意見之一致性；若四分位差介於 0.6 至 1.0 之間，表示專家學者達中度共識意見之一致性。另依張美蘭 (2002)、黃世雄和林佳慧 (1998)、徐敏榮 (2002) 的研究視四分位差大於 1.0 者，表示專家意見未達一致性。亦即四分位差以 1.0 為一致性或不一致性的分點。在標準差方面，張豔華 (2002) 的研究認為，標準差小於 1 者，表示具有一定的專家共識。

綜合上述之研究，本研究將四分位差小於等於 0.6 者且標準差小於等於 1 者，視為具高度共識意見之一致性；將四分位差大於 0.6 但小於等於 1 者且標準差小於等於 1 者，視為具中度共識意見之一致性。如四分位或標準差任一項大 1 者，則視為未達成一致性意見。但若指標達一致性，重要程度平均數為 5 以下時（盧燕萍，2008），則表示專家一致認為不具重要性，應以刪除。

在第一回合 34 份問卷經統計，其中達「高度共識」者有 23 項指標、達「中度共識」者有 4 項指標（指標 4,10,11,12）、未達成一致性者有 3 項指標（指標 22,24,26）。研究者再參酌所有 34 位專家學者對第一回合指標建構的文字意見（詳見附錄十三之一）。形成第二回合問卷設計，再請專家學者進行填答，惟已達「高度共識」題目則不再開放填答。

第二回合問卷經統計，除原有已達「高度共識」者 23 個指標外，新增「高度共識」有 9 項指標。研究者再參酌所有 34 位專家學者對第二回合指標建構的文字意見（詳見附錄十三之二），以 30 項指標，形成第三回合問卷設計，再開放指標（20,22），請專家學者進行填答。惟已達「高度共識」題目則不再開放填答。

第三回合問卷經統計，新增「高度共識」2 個項指標（20,22），研究者再參酌專家學者意見（詳見附錄十三之三），最終以 30 項指標，形成最終問卷設計。

「◎」表示該指標彙整第一回合學者、專家的意見後已加以修正。修正式德菲法第一至三回合問卷調查統計（參見表 7-4）。

表 7-4 「學齡兒童節目」修正式德菲法三回合問卷調查統計報表

指標	內容	第一回合			第二回合			第三回合			一致性達成			
		四分位差	標準差	一致性	四分位差	標準差	一致性	四分位差	標準差	一致性				
01	針對目標觀眾的特性和興趣，規劃、設計節目的資訊與內容	0.50	0.73	高度共識							√			
02	節目的內容和語言貼近目標觀眾的生活、經驗與文化	0.50	0.84	高度共識							√			
03	引導目標觀眾「做中學」或「思考中學」或「探索中學習」	0.50	0.83	高度共識							√			
04 ◎	引導目標觀眾成為節目的主體，以兒童觀點出發，呈現兒童的創意和想法	1.00	0.92	中度共識							0.50	0.72	高度共識	√
05	提供目標觀眾多元觀點和文化刺激，發展其思辨能力	0.50	0.79	高度共識							√			
06	引導小朋友於節目中自然真實地呈現自己	0.50	0.81	高度共識							√			
07	節目具備教育或學習目標以及「分享與合作」、「尊重與關懷」等普世價值	0.50	0.73	高度共識							√			
08	「寓教於樂」引導目標觀眾快樂	0.50	0.86	高度共識							√			

指標	內容	第一回合			第二回合			第三回合			一致性達成
		四分位差	標準差	一致性	四分位差	標準差	一致性	四分位差	標準差	一致性	
	地學習										
09	聘用跨領域的專業團隊，以協助節目的教育目標之達成與學習內涵的表現	0.50	0.88	高度共識							√
10 ◎	跨領域學習的設計，統整相關知識和經驗，引導目標觀眾觸類旁通	1.00	0.80	中度共識	0.00	0.70	高度共識				√
11 ◎	循序漸進地鋪陳資訊，引導目標觀眾有順序、步驟、深入、漸進地學習，享受學習的過程	1.00	0.95	中度共識	0.00	0.64	高度共識				√
12 ◎	引導目標觀眾尊重人與人之間的個別差異，開拓他們的視野，省思人我關係	1.00	0.83	中度共識	0.00	0.54	高度共識				√
13	運用科學的驗證精神，引導目標觀眾思考並發現問題、解決問題	0.50	0.86	高度共識							√
14	建立目標觀眾的群性發展，肯定自己的價值	0.00	0.86	高度共識							√
15	藉由故事中的人際關係，增進對人性的理解，建立正面的價值觀	0.50	0.80	高度共識							√

指標	內容	第一回合			第二回合			第三回合			一致性達成
		四分位差	標準差	一致性	四分位差	標準差	一致性	四分位差	標準差	一致性	
	和積極的人生態度										
16	呈現世界的多樣性和多元的價值觀	0.50	0.50	高度共識							√
17	內容和風格具有想像力、原創性和獨特性	0.50	0.70	高度共識							√
18	節目主題能從多角度協助目標觀眾關注社會議題，或探索在地文化並建立國際觀	0.50	0.61	高度共識							√
19	內容設計融入兒童的次文化，展現目標觀眾年齡層特有的喜好	0.50	0.98	高度共識							√
20 ◎	節目的設計能讓目標觀眾憑藉自己的力量完成行動、任務或改善社群環境	0.50	0.99	高度共識				0.50	0.85	高度共識	√
21	鼓勵目標觀眾從實際的體驗中找答案	0.50	0.84	高度共識							√
22 ◎	支持兒童近用媒體，為自己發聲，尊重他人意見	0.50	1.06	未達成	0.50	0.74	高度共識	0.50	0.71	高度共識	√
23	主持人親切自然又活潑，與孩子平等互動，尊重孩子的感受	0.50	0.74	高度共識							√
24	主持人能扮演搭	1.00	1.14	未	0.00	0.76	高度				√

指標	內容	第一回合			第二回合			第三回合			一致性達成
		四分位差	標準差	一致性	四分位差	標準差	一致性	四分位差	標準差	一致性	
◎	橋樑的角色，從旁協助目標觀眾完成任務			達成			共識	/			
25	主持人幽默風趣，具專業背景，能勝任資訊的傳達且有說服力	0.50	0.75	高度共識	/			/			√
26 ◎	運用不同角色引導目標觀眾對角色楷模產生認同	0.50	1.04	未達成	0.50	0.93	高度共識	/			√
27	傑出的美術與音樂風格，提升目標觀眾的鑑賞力，觸動其心靈	0.50	0.85	高度共識	/			/			√
28	生活化的場景和道具因應情境改變而變化，能提供目標觀眾身歷其境之感受	0.50	0.95	高度共識	/			/			√
29 ◎	運用「主觀鏡頭」呈現孩子的觀點，運用「特寫鏡頭」引導孩子聚焦重點	0.50	1.00	高度共識	0.50	0.83	高度共識	/			√
30	拍攝手法多元，運用攝影新科技讓畫面細膩地呈現，達到令人驚艷的效果	0.50	0.86	高度共識	/			/			√

註：斜線表示已達一致性不須再答

第四節 建立本土學齡兒童節目優質指標

一、三回合問卷共識指標重要性排序

本研究經三回合問卷調查及統計結果，計有 30 項指標經全體專家學者群達到高度共識且為重要的程度，且依重要性排序（參見表 7-5）。

表 7-5 「學齡兒童節目」三回合問卷共識指標重要性排列

排名	原 34 指標	指標名稱	重要性平均數
1	5	提供目標觀眾多元觀點和文化刺激，發展其思辨能力	6.50
2	17	內容和風格具有想像力、原創性和獨特性	6.44
3	16	呈現世界的多樣性和多元的價值觀	6.41
4	18	節目主題能從多角度協助目標觀眾關注社會議題，或探索在地文化並建立國際觀	6.41
5	23	主持人親切自然又活潑，與孩子平等互動，尊重孩子的感受	6.38
6	1	針對目標觀眾的特性和興趣，規劃、設計節目的資訊與內容	6.35
7	27	傑出的美術與音樂風格，提升目標觀眾的鑑賞力，觸動其心靈	6.33
8	7	節目具備教育或學習目標以及「分享與合作」、「尊重與關懷」等普世價值	6.32
9	15	藉由故事中的人際關係，增進對人性的理解，建立正面的價值觀和積極的人生態度	6.29
10	3	引導目標觀眾「做中學」或「思考中學」或「探索中學習」	6.26
11	25	主持人幽默風趣，具專業背景，能勝任資訊的傳達且有說服力	6.26
12	8	「寓教於樂」引導目標觀眾快樂地學習	6.21
13	13	運用科學的驗證精神，引導目標觀眾思考並發現問題、解決問題	6.15
14	2	節目的內容和語言貼近目標觀眾的生活、經	6.12

		驗與文化	
15	6	引導小朋友於節目中自然真實地呈現自己	6.12
16	9	聘用跨領域的專業團隊，以協助節目的教育目標之達成與學習內涵的表現	6.12
17	12	引導目標觀眾尊重人與人之間的個別差異，開拓他們的視野，省思人我關係	6.12
18	10	跨領域學習的設計，統整相關知識和經驗，引導目標觀眾觸類旁通	6.00
19	24	主持人能扮演搭橋樑的角色，從旁協助目標觀眾完成任務	5.97
20	4	引導目標觀眾成為節目的主體，以兒童觀點出發，呈現兒童的創意和想法	5.91
21	11	循序漸進地鋪陳資訊，引導目標觀眾有順序、步驟、深入、漸進地學習，享受學習的過程	5.88
22	14	建立目標觀眾的群性發展，肯定自己的價值	5.88
23	21	鼓勵目標觀眾從實際的體驗中找答案	5.88
24	28	生活化的場景和道具因應情境改變而變化，能提供目標觀眾身歷其境之感受	5.82
25	30	拍攝手法多元，運用攝影新科技讓畫面細膩地呈現，達到令人驚艷的效果	5.79
26	26	運用不同角色引導目標觀眾對角色楷模產生認同	5.74
27	29	運用「主觀鏡頭」呈現孩子的觀點，運用「特寫鏡頭」引導孩子聚焦重點	5.74
28	19	內容設計融入兒童的次文化，展現目標觀眾年齡層特有的喜好	5.70
29	22	支持兒童近用媒體，為自己發聲，尊重他人意見	5.58
30	20	節目的設計能讓目標觀眾憑藉自己的力量完成行動、任務或改善社群環境	5.18

資料來源：研究者自行整理

本研究綜合整理文獻相關論述，及凱利方格法質性訪談後，以「目標觀眾」、「學習功能」、「內容呈現」、「製作技術」四大面向，建立本研究初步指標，共計

30 項指標，為本研究的第二次指標。本研究再來以修正式德菲法問卷進行三回合問卷調查之後，計有 3 項指標經專家學者群認為未達高度共識重要的程度，因此予以修正、新增，形成第二回合問卷 30 項指標，再經第三回合問卷後，具有高度共識並達成一致性之重要指標，共計 30 項，是本研究的共識指標。

二、 本土優質指標之建立

本研究認為，建構「學齡兒童節目」本土優質指標是經過多層次內化、民主化的過程，建構出專業實用的指標，目的是激勵、啟發製作人製作良好的兒童節目，並且提醒製作單位「指標」不是從國外來的，是從台灣在地觀眾代言人（利害關係人）淬取得到的。茲將「學齡兒童節目」在地優質指標，共計 30 項，為本研究本土優質指標（參見表 7-6）。

表 7-6 「學齡兒童節目」30 項優質指標與說明

面向	指標	指標說明
目標觀眾	1. 針對目標觀眾的特性和興趣，規劃、設計節目的資訊與內容	孩子喜歡探索、參與、發想，創作，節目應減少說教，鼓勵創意與發揮想像力的空間，提供小朋友在學校沒有教過的事情或議題，較能引起他們的興趣與好奇心。
	2. 節目的內容和語言貼近目標觀眾的生活、經驗與文化	從目標觀眾生活背景出發，呈現兒童族群互動、溝通與對話，分享孩子共同的經驗與文化。
	3. 引導目標觀眾「做中學」或「思考中學」或「探索中學習」	運用「做中學」給予目標觀眾自我挑戰的空間，或運用「思考中學習」鼓勵孩子思考、比較、對照，用各種策略解決問題，或運用「探索中學習」經由自己的探索體驗學習。讓目標觀眾獲得智能、精神、道德、社會適應各方面的成長。

	4. 引導目標觀眾成為節目的主體，以兒童觀點出發，呈現兒童的創意和想法	主持人能親近兒童觀點。節目能呈現兒童為主體，透過討論和體驗，鼓勵兒童陳述自己的觀點和創意的想法，較能引起目標觀眾共鳴。
	5. 提供目標觀眾多元觀點和文化刺激，發展其思辨能力	趨近孩子自身以外族群的文化，鼓勵孩子了解與欣賞其他文化；提供多元觀點，讓孩子在相同的觀點中找到認同感，不同的觀點中可以做比較，發展思辨的能力。
	6. 引導小朋友於節目中自然真實地呈現自己	從兒童的經驗出發，生活中去體驗，引導小朋友發想參與，自然真實地呈現，能引起目標觀眾的認同。
學習功能	7. 節目具備教育或學習目標以及「分享與合作」、「尊重與關懷」等普世價值	符合目標觀眾認知與學習的需求，以發展學習領域為主之節目內容設計，例如：語文、閱讀、社會、藝術、人文、數學、科學、新聞、運動) 等教育目標，到學習內涵，如：學習人生「分享與合作」、「解決問題的過程」、「表達與溝通」、「尊重與關懷」、「欣賞與表現」等，可以激發兒童身心與社會潛能的發展。
	8. 「寓教於樂」引導目標觀眾快樂地學習	節目在娛樂效果下隱含教化功能，帶給目標觀眾愉悅感，能使其快樂地學習。
	9. 聘用跨領域的專業團隊，以協助節目的教育目標之達成與學習內涵的表現	跨領域的團隊如兒童電視人、學者專家顧問、創意人、研究人員等有不同的觀點進來，策劃具教育目標的各集主題。
	10. 跨領域學習的設計，統整相關知識和經驗，引導目標觀眾觸類旁通	打破各科的界限，使各領域彼此連結，讓幼兒獲得完整而非零碎片段的學習經驗，藉此增加學習的意義。並引導目標觀眾能夠發現探索，觸類旁通。若是單一的概念，又沒有邏輯性，較無法啟發目標觀眾的認知。

	11. 循序漸進地鋪陳資訊，引導目標觀眾有順序、步驟、深入、漸進地學習，享受學習的過程	過量的訊息，反而會使學習效果適得其反，目標觀眾失去興趣。循序漸進地鋪陳資訊，有順序、步驟、漸進式還要重複、更深入的學習，引導目標觀眾觀察、歸納、分類後下結論。
	12. 引導目標觀眾尊重人與人之間的個別差異，開拓他們的視野，省思人我關係	引導目標觀眾尊重人與人之間的個別差異與不同的生活經驗，拓展目標觀眾的視野，同時省思人我之間的關係。
	13. 運用科學的驗證精神，引導目標觀眾思考並發現問題、解決問題	運用科學實驗的驗證精神，引導目標觀眾主動觀察，進而去思考，發現問題、解決問題、克服困難。
	14. 建立目標觀眾的群性發展，肯定自己的價值	引導目標觀眾參與團體多方面發展，如依附情感、情緒、對自我的認識、道德行為、朋輩同儕關係等，在雙向互動過程中，能夠在意念和行為上，作出正確的選擇，肯定自己的價值。
	15. 藉由故事中的人際關係，增進對人性的理解，建立正面的價值觀和積極的人生態度	傳遞具正面價值的內容，引導目標觀眾建立正向的價值觀和積極的人生態度，關懷與接納他人，滿足對人性的關注和理解。
內容呈現	16. 呈現世界的多樣性和多元的價值觀	多元社會呈現多樣性的世界和多元的價值觀，鼓勵目標觀眾思考，反思背後的意義。
	17. 內容和風格具有想像力、原創性和獨特性	內容和風格是否有想像力、原創性和新意是節目能夠脫穎而出的優點，結合目標觀眾生活經驗，符合時代潮流，展現節目製作人員新穎獨到的創意。
	18. 節目主題能從多角度協助目標觀眾關注社會議題，或探索在地文化並建立國際觀	透過多角度的探討，引導目標觀眾探索在地生活與文化，連結社會關注議題，幫助孩子認識世界，建立國際觀。
	19. 內容設計融入兒童的次文化，展現目標觀眾年齡層特有的喜	提供多樣形式、主題的內容，節目的設計呈現目標觀眾年齡層特

	好	有的喜好，符合孩子的次文化，展現孩子自我價值感。
	20. 節目的設計能讓目標觀眾憑藉自己的力量完成行動、任務或改善社群環境	引導目標觀眾從生活中發現、學習，探索自己的興趣、需求、價值觀、能力，呈現如「突破自我限制的圓夢計畫」或「改善社群的行動方案」...等。
	21. 鼓勵目標觀眾從實際的體驗中找答案	從多角度觀察事物，鼓勵目標觀眾親歷或觀察他人的替代性經驗，從實際的體驗中去找答案，這樣的學習是深刻而久遠的。
	22. 支持兒童近用媒體，為自己發聲，尊重他人意見	培育兒童利用媒介來溝通意見，讓目標觀眾勇於表達自己的主張，尊重他人不同的意見與想法，形成自我的價值觀，亦能培養批判思考的能力。
	23. 主持人親切自然又活潑，與孩子平等互動，尊重孩子的感受	主持人親和力強，有技巧的帶領孩子互動，用目標觀眾的語言與其溝通對話，尊重孩子的感受，讓目標觀眾有個親近的、典範的、朋友般的學習對象。
	24. 主持人能扮演搭橋樑的角色，從旁協助目標觀眾完成任務	主持人雖是主角卻是非主導性的角色，而是設計情境與活動者，扮演一個橋樑的角色（鷹架功能），從孩子的經驗出發，慢慢搭起，橋搭橋的方式，引領目標觀眾嘗試、思考，提供舞台讓他們發揮。
	25. 主持人幽默風趣，具專業背景，能勝任資訊的傳達且有說服力	主持人因為個人魅力、敬業態度、專業判斷，以及對工作專注、投入的程度，獲目標觀眾信賴，能夠在意念和行為上，幫助目標觀眾近用、欣賞、學習。
	26. 運用不同角色引導目標觀眾對角色楷模產生認同	呈現不同角色的特質，多元不刻板，引導目標觀眾對角色楷模的認同。
製作技術	27. 傑出的美術與音樂風格，提升目標觀眾的鑑賞力，觸動其心靈	美學概念出發，如繪圖風格或是平面繪畫、立體動畫等，再加上色彩與光影的調和，營造的美感

		，能提升目標觀眾的鑑賞力；精心設計的配樂，能觸動目標觀眾心靈
	28. 生活化的場景和道具因應情境改變而變化，能提供目標觀眾身歷其境之感受	節目應該要讓目標觀眾眼見為憑，場景和道具因應情境改變而變化，提供身歷其境之表現。
	29. 運用「主觀鏡頭」呈現孩子的觀點，運用「特寫鏡頭」引導孩子聚焦重點	鏡頭的設計，如「主觀鏡頭」跟隨孩子第一人稱的觀點，呈現孩子的觀點；「特寫鏡頭」讓目標觀眾清楚觀察事情的重點，引發目標觀眾的感受與理解。而不是用長鏡頭拍攝或只拍說話的人的畫面，無法看清節目要表達的訊息。
	30. 拍攝手法多元，運用攝影新科技讓畫面細膩地呈現，達到令人驚艷的效果	運用新科技，如高速攝影下慢動作之美或縮時攝影，不同角度拍攝，輔助節目細膩的呈現，達到耳目一新的驚艷效果。

資料來源：研究者自行整理

第五節 學齡兒童節目研究討論與反思

上述已從受訪專家學者群診斷、修正並從中分析整理所得台灣在地優質指標，此處進一步做研究討論與反思。

一、研究討論

台灣「學齡兒童節目」優質指標的建構，來自於對話空間之創造，經過德菲法三回合問卷，得出 30 項優質指標，是針對國人自製兒童節目。德菲法受訪的專家學者群充分表達自己對優質的意見與看法，根據多數教育專家、傳播學者訪談資料顯示，此次建構的「優質指標」能夠指出台灣目前兒童節目缺失可以改進的地方，例如視野、觀點不夠多元，多以生硬知識類型節目為主，並且以成人觀

點教導與灌輸知識的方式貫穿整個節目，少有以目標觀眾為主體，呈現他們的創意與想法。此外，受訪的父母與老師更希望兒童節目能貼近兒童生活、經驗與文化，以正面價值觀的內容導入教育內涵。

不過有些業界專家擔心建構的指標，將教學理論套用在兒童節目，認為是一種侷限。對此，本研究認為「寓教於樂」才是做為最核心的節目目標，「樂」與「教」的設計應緊密結合。誠如美國學者 Fisch 研究證實，兒童在觀看節目過程中，要同時理解教育內容和故事情節，如果教育內容和故事情節有著緊密的內在連結，故事就能幫助孩子理解教育內容的功能。但如果故事情節和教育內容沒有必然連結，往往是故事情節比起教育內容更容易被兒童理解。因此，吸引兒童收看的原因除了和有趣的故事，幽默、感人的情節外，主題的選擇和場景設計要和兒童的日常生活息息相關，且是他們感興趣的。受訪的專家學者都表示，內容貼近目標觀眾的真實生活，由其生活經驗出發，鼓勵孩子探索周遭的世界，挖掘自身的興趣與潛力，才能讓孩子快樂地學習，才能開創節目的新格局。也有專家認為有一些指標是否會針對特定的節目主題。對此，本研究認為非以單一指標決定節目之評價，建構的指標也都有鑑別度，例如「近用媒體」概念，不是每個節目都會去呈現，但是，當節目安排「近用媒體」單元時，即有可指標可循。也有學者認為保障兒童節目製播質量很重要，因為兒童節目比例與內容品質是一個國家進步的重要指標。對此，本研究認為優質指標是指向在節目中可見的實質表現，而非能成就此「果」的「因」或「形成性指標」。總之，一個優質的節目不可能涵蓋本研究 34 項全部指標，而是依照節目的屬性來對應指標，目前本研究指標的組成多是節目的「實質表現性指標」，影響節目是否能夠具備優質呈現的條件。

綜上所述，國內教育專家與傳播學者、父母、老師及節目製作人員等利害關係人對於優質兒童節目的意涵有不同的想像，這也凸顯本研究透過德菲法研究來整合意見的重要性。

二、研究反思

從德菲法研究結果的反思看來，屬於國外學理的文獻探討，如第二章所示，本研究將透過三個層次優質節目的理論與核心概念來分析優質指標。

(一) 內容層次的優質指標

在本論文檢視國外文獻之後（參見第二章第三節），整理出優質兒童節目在內容層次上必須能符合兒童的認知發展能力，並且具備多元的內容與節目類型。如皮亞傑認知發展理論提出的兒童具體運思期以「去自我中心」的想法，對應在「適齡適性」面向下，被選取的指標如「針對目標觀眾的特性和興趣，規劃、設計節目的資訊與內容」。因此，節目應減少說教，能讓兒童意識到汲取知識營養，引起他們的興趣和好奇心也是一種娛樂消遣方式。在「學習功能」面向下，被選取的指標「引導目標觀眾尊重人與人之間的個別差異，開拓他們的視野，省思人我關係」，兒童會投入自己感興趣的事，對處理人我關係更是在乎。如果能掌握兒童認知發展特點，是探尋教育效果的最佳途徑。再如，布魯納提出的認知學習理論「螺旋式課程」(spiral curriculum)、「發現學習」，對應在「學習功能」面向下，被選取的指標「循序漸進地鋪陳資訊，引導目標觀眾有順序、步驟、深入、漸進地學習，享受學習的過程」。能尊重成長中兒童的思想方法，隨年級、程度提昇，引導他們循序漸進的學習，並且鼓勵孩子去思考、比較、對照等運用各種策略，培養兒童發現問題、解決問題和與人相處合作的能力。

德菲法受訪的專家學者認為，目前台灣的兒童節目缺乏引導性，很少給予孩子發揮的舞台，以成人觀點教導灌輸的形式貫穿整個節目，一切以主持人為主，少有是以兒童為學習主動者的節目。此外，依據 1995 年英國 BBC 兒童電視憲章

所宣示的原則，第四條：「兒童節目需要更豐富的類型與內容」。對應在「目標觀眾」面向下，被選取的指標「提供目標觀眾多元觀點和文化刺激，發展其思辨能力」，對應在「內容呈現」面向下，被選取的指標「呈現世界的多樣性和多元的價值觀」、「節目主題能從多角度協助目標觀眾關注社會議題，或探索在地文化並建立國際觀」。其目的是引導孩子從去自我中心到會關心別人，增強兒童的邏輯思考能力，幫助孩子認識世界。因此，多元社會呈現的多元價值觀，對於學齡兒童非常重要。近年來，研究發現這樣類型的節目最為兒童接受並喜歡。

（二）實踐層次的優質指標

根據國外相關文獻的檢視，統整出優質兒童節目在實踐層次上必須以兒童為主體，並且鼓勵兒童主動參與節目並表達個人的意見。國外學理包括：維高斯基提出的「鷹架理論」，經由教師的「鷹架」作用，激發學生主動學習，由成人或專家所提供的學習支援，進而使兒童最後能自行完成學習的內容。對應在「目標觀眾」面向下，被選取的指標「引導目標觀眾成為節目的主體，以兒童觀點出發，呈現兒童的創意和想法」；對應在「學習功能」面向下，被選取的指標「運用科學的驗證精神，引導目標觀眾思考並發現問題、解決問題」、對應在「內容呈現」面向下，被選取的指標「主持人能扮演搭橋樑的角色，從旁協助目標觀眾完成任務」。此外，英國 BBC 兒童傳播權內涵指出，兒童可藉由電視節目來表達他們自己的語言、文化與生活經驗等。

德菲法受訪的專家學者表示，孩子喜歡探索、參與、發想，創作，從兒童的語言、文化與生活經驗出發，主持人站在引導支援的角色，提供小朋友在學校沒有教過的事情或議題，較能引起他們的興趣與好奇心。

（三）總體層次的優質指標

根據國外相關文獻的檢視，統整出優質兒童節目在總體層次上必須落實學習功能。國外學理包括班杜拉（Bandura）所提出的「的社會學習理論」，依照社會學習的觀點，人類的心理歷程是透過個人與環境中的決定因素不斷相互作用而形成的。對應在「學習功能」面向下，被選取的指標「節目具備教育或學習目標以及『分享與合作』、『尊重與關懷』等普世價值」、「建立目標觀眾的群性發展，肯定自己的價值」、「藉由故事中的人際關係，增進對人性的理解，建立正面的價值觀和積極的人生態度」等。德菲法受訪的專家學者表示，節目應關懷孩子各種情感的表達，自信和自尊的養成，分享和合作的重要，能夠在意念和行為上做出正確的選擇。

綜觀上述，德菲法受訪的專家學者關注學齡兒童節目文獻探討各個面向，這也代表利害關係人：教育專家、傳播學者、父母師長、文教團體、官方兒童節目政策制定者代表，對於台灣在地兒童節目的內容是否具學習功能有極高的期待。

第八章 結論與建議

第一節 研究發現

本研究「建構台灣兒童電視節目優質指標之研究」，不僅是國內探討優質兒童節目指標的首次嘗試，電視業界與民間團體也無先例。本研究為了產生本土化優質指標，採用極為本土的觀念、經過民主化的過程，最後獲得專家法的精神，建立一個由台灣在地觀眾為代表所產生的指標。指標的來源（Ingredients）是透過三種取徑：第一種取徑是國外文獻分析，從學習理論與兒童傳播權中萃取精華轉化成指標；第二種取徑是研究者的實務經驗與參觀國外的文本資料，經過挑選形成指標；第三種取徑是蒐集利害關係人的意見，他們是在地兒童觀眾的代言人，得出結論產生指標。由此可知，本研究的指標是結合上述三種做法，經過好幾層次的篩選，最後萃取精華的結果。換言之，本研究綜合文獻探之學習理論、兒童傳播權內涵與利害關係人的意見之實證研究，再透過「凱利方格法」和「德菲法」的二種研究方法抽絲剝繭，提煉出專業實用之指標，以供製作人員製作兒童節目的參考。本研究認為此優質指標乃是可以操作運行的指標，因其建立一套評估的機制，具體地描繪出屬於外界對「學齡前兒童節目」、「學齡兒童節目」優質的期待，以下為本研究的發現。

一、 建立本土優質兒童節目指標整合之概述

本研究在第一章「如何建構台灣本土兒童節目優質指標」的問題意識下，提出三個研究問題，此處進一步回顧並回答問題。

（一）研究問題一：美、英、日等國的兒童節目優質指標是什麼？

經由第二章文獻探討的討論後，研究者透過文獻分析與行動經驗，蒐集國外

美、英、日等國的優質學齡前兒童節目，如《芝麻街》（Sesame Street）、《羅吉斯先生的社區》（Mister Rogers' Neighborhood）、《天線寶寶》（Teletubbies）、《跟媽媽一起玩》等研究資料，內容包括研究者參訪上述國外兒童節目的心得報告、國外兒童節目製作人的專訪筆記等，再從訪談資料分析國外製作優質兒童節目的訣竅，以及兒童節目的核心價值。另一方面，研究者參與國際兒童影展、國際重要的會議等有關文獻探討，對於優質兒童節目具備的條件以及評選的標準等有清楚的輪廓與詮釋。從相關資料中顯示，兒童節目應重視節目訊息對兒童的身心發展的適切性。繼之研究者透過「文獻分析法」作系統性的資料整理後，提出國外優質兒童節目的核心觀念，包括「符合目標觀眾認知發展」、「廣義的教育目標」、「學習功能」、「內容多元」、「節目形式」、「製作技術」、「出眾的人物參與」、「影響效益」等八大面向共 18 項國外指標，做為本土優質指標的發想基礎。

（二）研究問題二：國內利害關係人心目中的兒童節目的優質指標為何？

本研究為了解利害關係人（教育學者、父母、老師、節目製作核心人員、兒童節目諮詢顧問、兒童福利政策專家）心目中的「學齡前兒童節目」、「學齡兒童節目」本土優質指標，透過上述國外文獻的相關學習理論與兒童傳播權的內涵的研究，以及「文獻分析法」與研究者的行動經驗，試圖從國、內外兒童節目個案出發，訂定選取受測對象的標準。透過「凱利方格法」三元素二分法、質性訪談與分析，挖掘出利害關係人對於優質兒童節目的構念，抽粹出「學齡前兒童節目」、「學齡兒童節目」本土優質指標初擬。

1. 「學齡前兒童節目」凱利方格法

在以「適齡適性」為前提，抽粹引導出「學齡前兒童節目」優質核心面向指標，包括「目標觀眾」、「學習功能」、「內容呈現」、「製作技術」等四大面向下 11 個優質構面：符合目標觀眾認知發展、兒童角色、具備兒童觀點、學習目的、語言學習、教育目標、內容多元、主持人表現、演出角色、呈現的設計與技術、音樂歌曲與律動等，研究結果產生「學齡前兒童節目」55 項初步指標。

2. 「學齡兒童節目」凱利方格法

在「適齡適性」前提下，抽粹引導出「學齡兒童節目」優質核心面向，包括：「目標觀眾」、「學習功能」、「內容呈現」、「製作技術」等四大面向下的 10 個優質構面：符合目標觀眾認知發展、具備兒童觀點、兒童角色、教育目標、學習內涵、多元性、表現形式、主持人表現、演出角色、呈現的設計與技術，研究結果產生「學齡兒童節目」的 30 項初步指標。

（三）研究問題三：如何整合歸納出台灣本土兒童節目的優質指標？

本研究透過「文獻分析法」整理歸納出國外優質節目指標（本研究的第一次指標）輸入（input）給「凱利方格法」做為發想本土指標的基礎。繼之研究者行動經驗與學理對話之後，透過「凱利方格法」抽粹引導出利害關係人心目中的兒童節目優質指標，產生的初步指標（本研究的第二次指標）輸出（output）資料給「德菲法」作為第一回合研究問卷之依據。由「修正式德菲法」專家學者群診斷，經由三回合問卷調查，並且在受訪過程中反覆徵詢產生共識，最後達成一致性高度共識的指標，再由研究者分析，得出「學齡前兒童節目」、「學齡兒童節目」本土優質指標。

1. 「學齡前兒童節目」修正式德菲法

以「修正式德菲法」問卷進行三回合調查之後，第一回合問卷 55 項指標，第二回合問卷經過專家學者群診斷修改，產生 38 項指標；第三回合在四大面向 9 個優質構面，經專家學者群診斷修改，產生 29 項達成一致性共識指標，經研究者分析，最後得出 28 項本土優質指標。

2. 「學齡兒童節目」修正式德菲法

以「修正式德菲法」問卷進行三回合調查之後，第一回合問卷 30 項指標，第二回合問卷與第三回問卷經過專家學者群診斷增刪，經研究者分析，最後得出

30 項本土優質指標。建構本土兒童節目優質指標回顧（參見圖 8-1）

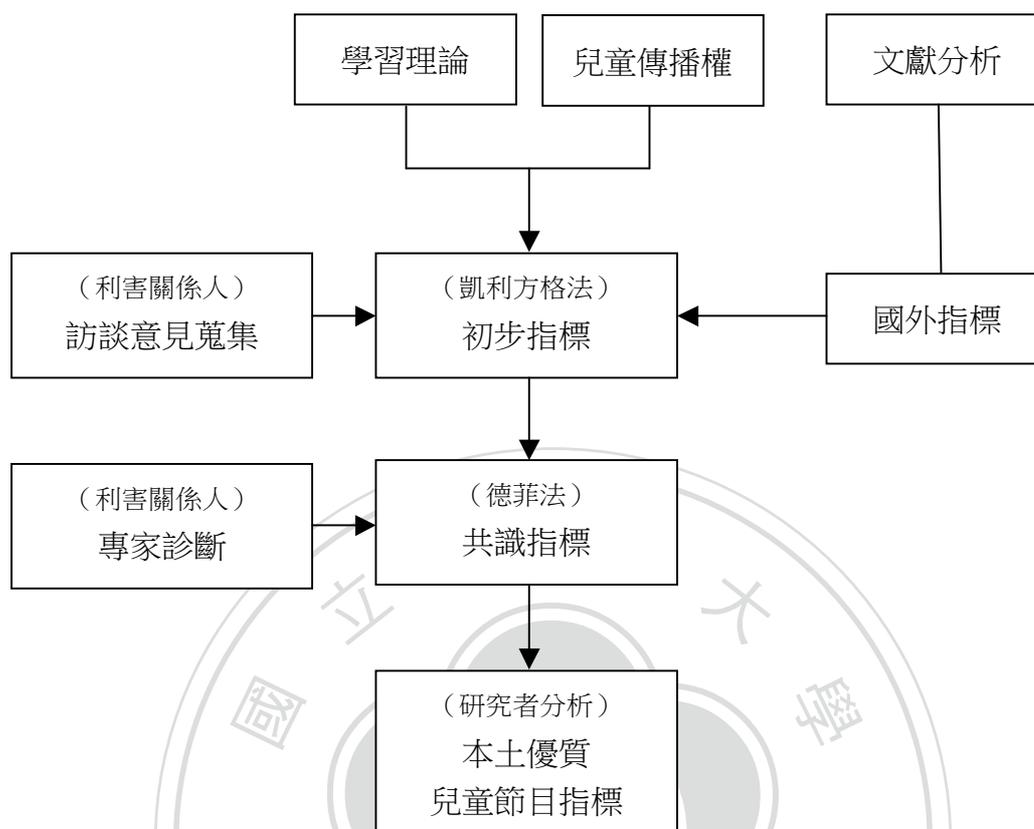


圖 8-1：建構本土兒童節目優質指標回顧

資料來源：研究者自行整理

本研究「學齡前兒童節目」、「學齡兒童節目」優質指標的建構，是經過多層次內化、民主化的方式，整合出最適合的台灣本土優質指標，茲將「學齡前兒童節目」、「學齡兒童節目」之優質指標，彙整如下（參見表 8-1）。

表 8-1 「學齡前兒童節目」、「學齡兒童節目」本土優質指標之彙整

「學齡前兒童節目」28 項指標	「學齡兒童節目」30 項指標
目標觀眾	目標觀眾
1.以目標觀眾為主體，發展、規劃與設計節目的資訊內容與節目風格	1.針對目標觀眾的特性和興趣，規劃、設計節目的資訊與內容

2.內容貼近目標觀眾的真實生活，由其生活經驗出發	2.節目的內容和語言貼近目標觀眾的生活、經驗與文化
3.引導目標觀眾從「觀察中學習」或「做中學」或「遊戲中學習」	3.引導目標觀眾「做中學」或「思考中學」或「探索中學習」
4.鼓勵目標觀眾創意思考，給予自我挑戰的空間	4.引導目標觀眾成為節目的主體，以兒童觀點出發，呈現兒童的創意和想法
5.提供兒童角色的多元觀點，呈現人與人之間的個別差異	5.提供目標觀眾多元觀點和文化刺激，發展其思辨能力
6.重視兒童角色的自我陳述與表達，多元反映目標觀眾的想法、感受或觀點	6.引導小朋友於節目中自然真實地呈現自己
學習功能	學習功能
7.節目具備廣義的教育或學習目標	7.節目具備教育或學習目標以及「分享與合作」、「尊重與關懷」等普世價值
8.聘用專家參與，以保障教育目標的達成與學習內涵的表現	8.「寓教於樂」引導目標觀眾快樂地學習
9.引導目標觀眾同理他人，並尊重「差異性」	9.聘用跨領域的專業團隊，以協助節目的教育目標之達成與學習內涵的表現
10.循序漸進引導目標觀眾系統化思考	10.跨領域學習的設計，統整相關知識和經驗，引導目標觀眾觸類旁通
11.增進目標觀眾與人溝通及自我表達的能力	11.循序漸進地鋪陳資訊，引導目標觀眾有順序、步驟、深入、漸進地學習，享受學習的過程
12.引導目標觀眾人格的養成和獨立自主性的建立	12.引導目標觀眾尊重人與人之間的個別差異，開拓他們的視野，省思人我關係
13.引導目標觀眾協同合作、共同完成任	13.運用科學的驗證精神，引導目標觀眾思

務	考並發現問題、解決問題
	14.建立目標觀眾的群性發展，肯定自己的價值
	15.藉由故事中的人際關係，增進對人性的理解，建立正面的價值觀和積極的人生態度
內容呈現	內容呈現
14.呈現多元價值觀	16.呈現世界的多樣性和多元的價值觀
15.呈現社群的良性互動，引導目標觀眾關懷與尊重多元文化	17.內容和風格具有想像力、原創性和獨特性
16.主題明確且節目設計具原創性	18.節目主題能從多角度協助目標觀眾關注社會議題，或探索在地文化並建立國際觀
17.用正向意涵傳達學習內容，啟迪目標觀眾的心智	19.內容設計融入兒童的次文化，展現目標觀眾年齡層特有的喜好
18.節目除了教育性，應具有生活美感與幽默感	20.節目的設計能讓目標觀眾憑藉自己的力量完成行動、任務或改變社群環境
19.主持人咬字清晰，說話速度合宜，專心聆聽目標觀眾說話	21.鼓勵目標觀眾從實際的體驗中找答案
20.主持人真誠、親切有耐心，不以上對下的態度對待目標觀眾	22.支持兒童近用媒體，為自己發聲，尊重他人意見
21.主持人身分創新，維持正面形象，帶給孩子溫暖的感受	23.主持人親切自然又活潑，與孩子平等互動，尊重孩子的感受
22.角色多元不刻板，並提供正面的角色楷模	24.主持人能扮演搭橋樑的角色，從旁協助目標觀眾完成任務
23.賦予非真人角色（如偶、動畫）如同真人一樣有個性，自然真實、精緻生動	25.主持人幽默風趣，具專業背景，能勝任資訊的傳達且有說服力

	26.運用不同角色引導目標觀眾對角色楷模產生認同
製作技術	製作技術
24.場景、道具、服飾、造型、動畫等節目的美術視覺設計能提供目標觀眾豐富的美感經驗，啟發想像力	27.傑出的美術與音樂風格，提升目標觀眾的鑑賞力，觸動其心靈
25.運用「特寫鏡頭」近距離拍攝，注重構圖和細節，引導目標觀眾觀察的重點	28.生活化的場景和道具因應情境改變而變化，能提供目標觀眾身歷其境之感受
26.MV 創作音樂多元	29.運用「主觀鏡頭」呈現孩子的觀點，運用「特寫鏡頭」引導孩子聚焦重點
27.呈現之「律動」單元，參照有關幼兒身體動作的發展與學習原則，引導目標觀眾模仿學習	30.拍攝手法多元，運用攝影新科技讓畫面細膩地呈現，達到令人驚艷的效果
28.給予目標觀眾影像留白，呈現想像的空間	

二、建構台灣本土兒童節目優質指標與我國之前使用指標之差異

本研究建構台灣兒童電視節目優質指標與我國之前使用指標差異極大，在本文第一章提及我國媒觀基金會辦理「國人自製兒童暨青少年優質節目 5 星獎」訂出評鑑的判準，所列的參考指標，與本文建構的指標差異，說明如下。

(一) 指標的評估機制

(1) 指標建立的方法：

本研究建立之本土優質指標是具有國外文獻相關學習理論與兒童傳播權內涵為依據；指標的概念來自於學理文獻，指標的抽粹，除了國外指標做為

洞見 (Insights)，並蒐集在地專家（利害關係人）的訪談意見，以及研究者的行動經驗來淬取指標的精華。最重要是奠基二種研究方法：1. 凱利方格法。2. 修正式德菲法。相較之下，媒觀採用的指標並非透過社會學研究法藉助實證的方式獲得而來。

(2) 評量優質節目成員選取的標準：

本研究對參與評量指標的利害關係人要做一個鑑定，因而訂定參與評量者的選取標準。他們須是在地的專家，具備兒童節目相關領域的專家學者。如兒童教育相關學者、推動兒童傳播權的學者，曾擔任兒童節目的諮詢顧問；兒童節目的製作核心人員，參與製作的兒童節目榮獲國內外獎項的肯定；長期關注兒童節目內容的父母或老師；發表兒童教育專業相關著作；兒童節目政策制定者等。反觀，媒觀評鑑小組缺乏評鑑成員選取的標準，其中評鑑人士還包括學童代表，然而研究者認為兒童尚未具備足夠能力提出優質的判準，僅能提供觀影的意見，做為焦點團體質化研究的參考。

(3) 依據分齡節目建構指標

本研究建構優質兒童節目的指標是從學理角度探討，「學齡前兒童節目」與「學齡兒童節目」須符合目標觀眾的生理、心理、認知與社會發展的特質等；媒觀評鑑兒童暨青少年優質節目，沒有針對學理上的分齡評選著墨，參選的節目類別涵蓋幼兒／兒童／青少年／成人等闔家觀賞節目，他們是屬於不同類別的收視對象，而非將各類節目放在一起評比。本研究認為節目的品質從前製研究、企劃、拍攝、錄影、後製剪輯、音樂設計等各個階段的要求，且細膩描繪出可操作的指標；相較之下，媒觀不若本研究專注於製作節目各個層面的表現，以致於能抽粹的指標有限。

(4) 內容判準：

本研究透過指標的建立，明確定出優質核心四個向度「目標觀眾」、「學習功能」、「內容呈現」、「製作技術」，產生具體專業實用的優質指標。相較之下，媒觀四個向度「當事人觀點」、「主題意識」、「呈現方式」、「可親近性」，並未提供各種評鑑面向中的指標來對參與的節目

給分，不清楚選出幾顆星的優質意涵具體代表的意義為何。

本研究建立「學齡前兒童節目」、「學齡兒童節目」的優質內涵與媒觀評鑑兒童青少年節目的差異（參見表 8-2）。

表 8-2 「學齡前兒童節目」、「學齡兒童節目」的優質內涵與媒觀評鑑的差異

「學齡前兒童節目」	「學齡兒童節目」	媒觀評鑑兒童節目
目標觀眾： 符合目標觀眾認知發展、兒童角色、具備兒童觀點	目標觀眾： 符合目標觀眾認知發展、具備兒童觀點、兒童角色	當事人觀點： 兒童、青少年等當事人觀點)
學習功能： 教育目標、學習內涵	學習功能： 教育目標、學習內涵	主題意識： 企畫的宗旨、內容取材
內容呈現： 多元性、主持人表現、演出角色	內容呈現： 多元性、表現形式、主持人表現、演出角色	呈現方式： 角色人物、內容結構、對話旁白
製作技術： 呈現的設計與技術、音樂歌曲與律動	製作技術： 呈現的設計與技術	可親近性： 畫質、音質清晰優美，節目生動活潑、引人入勝等呈現的品質

資料來源：研究者自行整理

第二節 研究結論

一、建構本土優質兒童節目指標來自於兒童觀眾代言人對話空間之創造

本研究第一章有關指標建立與對話平台之探討，指標之建立可以讓利害關係人參與對話討論，包括製作團隊核心人員、父母師長、專家學者、文教團體、兒童節目政策制定者之利害關係人，均可用指標的建立相互對話，用語言、文字精確的描述、清楚定義優質之內涵，挑選心目中何為好的、可操作的指標。

因此，本研究建立「本土優質兒童節目指標」不是從國外移植來的，亦不是

從美國《芝麻街》來的，更不是國外學者來的。而是從台灣觀眾尋找指標，觀眾不是兒童本身，而是兒童觀眾的代言人（利害關係人）淬取得到的。本研究採用本土的觀念、專家法的精神，這些兒童觀眾的代言人是台灣在地專家，由他們的觀點獲得一致性的共識指標，並列出指標的優先順序和重要性。根據專家調查法的解釋，或稱為專家評估法，是指專家們利用各領域的專業知識、實務經驗，透過分析及歸納預測對象的過去和現今的狀況、發展演變過程，找出預測對象的變化或是規律，進而對預測對象的未來發展做出判斷。因此，本研究指標建立是由兒童節目各領域相關的專家學者，運用專業方面的知識和經驗，歸納整合出的優質判準，換言之，本土優質兒童節目指標的建立是由台灣在地觀眾為代表所產生的指標。

二、建構本土優質兒童節目指標以實踐「適齡適性」為核心價值

本研究第二章透過文獻分析，提出的學習理論與兒童傳播權的概念，如皮亞傑認知發展理論提出的幼兒運思預備期以「自我中心」、兒童具體運思期以「去自我中心」的想法。如何掌握目標觀眾的特質製作「適齡適性」節目，根據林佩蓉、黎佳欣、許惠茹（2009）在《適齡適性的幼兒教育--孩子在幼稚園該學什麼？怎麼學？》一書中指出，「適齡」指不同年齡幼兒的生活經驗，重視兒童個別發展的狀態，教保服務人員需根據幼兒的年齡、經驗，規劃幼兒的學習活動，及顧及幼兒在各領域需要學習的能力與方向。「適性」則是配合幼兒的發展狀態，教保服務人員須了解幼兒的興趣，從其所在的生活環境中取材，設計符合幼兒生活經驗的活動，以提供幼兒擴展生活經驗的機會。李慧娟（2014）表示，「適齡」是以目標觀眾的需求為考量，廣泛包括年齡、興趣或其長遠利益；「適性」則是兒童節目主持人以開放性的態度接納不同興趣、個性或看法的孩子。研究者認為優質兒童節目要以目標觀眾為中心導向，發展、規劃與設計節目。

綜觀上述，本研究專家學者特別關注「學齡前兒童節目」的指標，如以目標觀眾為主體，內容貼近目標觀眾生活，由其生活經驗出發，引導目標觀眾做中學；「學齡兒童節目」的指標，如針對目標觀眾的特性和興趣設計節目，內容貼近目標觀眾的生活、經驗與文化。應証杜威（John Dewey）的實用主義教育理論強調以兒童為本位的「做中學」讓孩子自己嘗試、操作，引起學習的樂趣；兒童傳播權內涵指出，兒童電視節目的製作，應突顯「兒童主體」的位置，激發兒童身心與社會潛能的發展，須由兒童的觀點與文化、經驗著眼。

本研究以「適齡適性」做為兒童節目的核心目標，在追求教育性、娛樂性、趣味性的同時，要為兒童提供真實的生活體驗，使他們能參與表達，更要力求節目具想像力、原創性和獨特性。

三、建構本土優質兒童節目專業實用的指標以提升節目製作水平

本研究建立台灣本土優質兒童節目的指標，重視專業、實用、多元、創新的價值，除了表達優質兒童節目的必備條件外，製作人可以將優質指標放在製作手冊，提醒製作單位督促或激發製作人員製作良好的兒童節目。

整體觀之，本研究建構的指標為實質性表現指標，製作人員可以依照節目的屬性來對應指標。也可以依照製作節目各階段品質的要求對應指標。建立的指標是針對目前台灣兒童節目需要改善的地方，指引一條新路，往優質的方向邁進，並能提升製作品質達到較高的境界。

第三節 研究建議

一、行動研究落實在實務工作者的理想之實踐

本研究係在行動研究架構下，提供在地兒童觀眾代言人：製作核心人員、父

母師長、學者專家、文教團體以及兒童節目政策制定者等利害關係人一起參與、操作、對話，凝聚共識，具有公眾民意的基礎。因此，建立的指標是可以運作的、明確的，可實踐的指標。在實務運作時，優質指標可以幫助兒童節目製作上發生的問題加以研究改善，以便節目內容更臻於完善。同時，對於製作兒童節目有興趣者，無論是幕前幕後人員，亦開啓一扇明窗，以供兒童節目產製者有所依循或參考的指標，以期製作的「學齡前兒童節目」、「學齡兒童節目」能符合目標觀眾身心發展的需求。

因此，建議電視台參考上述的優質指標，來評量節目的效益，做為分齡節目的評估機制，以及節目品管之參考，俾讓製作人員不斷求取改善，成長進步，以提升兒童節目的水準。另一方面有了優質指標可提高父母老師對優質兒童節目的知悉度。在兒童節目市場競爭下，淘汰不優的節目，讓優質節目生生不息。

二、研究理論與方法的建議

本研究採用的二個研究方法：1.「凱利方格法」依據研究主題邀請在地專家亦即利害關係人擔任受測對象做質性訪談，引導抽粹出「學齡前兒童節目」、「學齡兒童節目」優與不優的二極構念分析，挖掘出初步指標。2.「德菲法」邀請專家學者針對初步指標之研究，進行三回合問卷的方式，每一回合實施的過程中，得出高度共識指標，並根據學理驗證獲得本土優質指標。上述研究流程與在地專家的參與或許可作為「建構指標」類型論文的參考。此外，本論文建議後續相關研究與製作團隊在製作過程或新製節目時，可參考本論文研究理論與方法，讓兒童節目的內容多元，品質精良，進而滿足利害關係人（專家學者、父母師長、製作核心人員、文教團體、兒童節目政策制定者）評量兒童節目優質的判準，促進優質兒童節目的永續經營。

三、後續展望之建議

對於製作團隊而言，要馬兒好就要給馬吃草，電視業界人士無不希望製作環境充裕，能獲得穩定的資金和專屬人力配置，「食必常飽，然後求美」穩定的資金絕對是節目的必要條件，有穩定的資金來源，讓相關人員更能專注於企劃、製作節目的品質內涵，才能做出跨世代的優質節目。時代在變，但不變的是以人性出發的真善美，如果父母陪伴兒童看電視時看到的是童年時期的節目，親子的連結將更溫馨，生命將更緊密交疊。

此外，製作業團隊從經驗累積傳承中革新進步，讓新時代的轉化與舊時代的美好並進，是優良兒童節目能夠長長久久經營的保證。但是製作人員投注心力在追求高節目品質的同時，研究者擬藉由本研究呼籲政府、電視台獎勵優質兒童節目的措施，要有一套檢視與評估機制，評估兒童節目的指標是否落實在每一個製作的環節，兒童節目比例與內容品質是一個國家進步的重要指標，深切期盼政府、民間能持續投入心力改善兒童節目的製作環境，土壤是否肥沃也絕對是優質節目充分必要條件。建議國家通訊傳播委員會（NCC）爭取資金與法令的齊備，保障兒童節目製播質量，將優質兒童節目推廣出去，發揮影響力，渴望本研究從兒童節目各方利害關係人獲取的優質兒童節目（學齡前與學齡兒童節目）指標，能成為此類研究的濫觴，發揮拋磚引玉的作用。

參考書目

(1) 中文書目

- 丁一顧 (2008)。行動研究簡介。台北：台北市立教育大學
- 中華民國電視學會 (1988)。《中華民國電視年鑑第五輯》。臺北：中華民國電視學會。
- 中華民國電視學會 (2000)。《中華民國電視年鑑第十輯》。臺北：中華民國電視學會。
- 《中國時報》 (2014年1月13日)。〈學者：分級細緻化 做比說重要〉。取自 <http://blog.udn.com/mybook679/6422554>。
- 王育敏 (2006)。《非營利組織建構社會資源之探討，社區發展》。社區發展季刊
- 王金國 (2002)。《淺談教師行動研究》。台中：靜宜大學地方教育輔導通訊第六期。
- 王美鴻 (1997)。《疊慧法：以圖書館與資訊科學的應用為例》。圖書與資訊學，23期
- 田耐青 (2000)。《「水果冰淇淋」兒童電視節目之形成性評鑑研究》。台北：財團法人公視文化事業基金會
- 朱仲謀 (2006)。《行動研究導論》。台北：五南
- 吳木崑 (2009)。〈杜威經驗哲學對課程與教學之啟示〉，《臺北市立教育大學學報 35》，第40卷第一期，35-54
- 吳明清 (1991)。《教育研究—基本觀念與方法分析》。臺北：五南。
- 吳明清 (1991)。《探討行動研究特色之分析比較》
- 吳知賢 (1998)。《兒童與電視》。台北：桂冠
- 吳修廷、廖主民 (2003)。《示範者的技能水準在觀察學習的效應》。中華體育季刊，17卷4期
- 吳翠珍 (1995)。《國內自製兒童節目呈現方式與學習效果研究報告》。台北：電視文化研究委員會
- 吳翠珍 (1998)。《兒童收看電視卡通行為研究：兼論媒體素養》。台北：政治大學
- 吳翠珍 (2001)。《別小看我媒體教育互動教學手冊》。台北：公共電視
- 吳翠珍 (2002)。《台灣媒體的兒童傳播人權指標建構計畫研究報告》。(內政部兒童局委託研究計畫報告)。台北：政大媒體素養教育研究室。
- 吳翠珍 (2002)。《建構兒童閱聽人：兒童媒體論述分析》。台北：國科會委託研究案
- 吳翠珍 (2006)。〈兒童傳播人權研究〉。台北：政大媒體素養教育研究室。

- 宋文里譯（2001）。《教育的文化：文化心理學的觀點》，台北：遠流。
（原書 Jerome S. Bruner [1996]. *The Culture of Education*. USA）
- 李宗薇、董建成（2007）。《電視卡通對兒童認知及情意的影響》。《國民教育》，47卷，5期，80-87頁。
- 李怡慧（2004）。《台灣本土幼教電視節目內容及時段編排對幼兒收視與模仿行為之研究》。南台科技大學研究所碩士論文。
- 李律鋒（2011）。〈兒童新典範 製播新媒體兒童節目〉。《台灣立報》。
取自 <http://www.lihpao.com/?action-viewnews-itemid-113300>（上網日期：2011年12月4日）
- 李政勳（2005年7月24日）。《別讓孩子成了電視兒童》。《大紀元》。取自
<http://www.epochtimes.com/b5/5/7/14/n985402.htm>
- 李常井（1985）。《杜威經驗概念剖析》。中央研究院三民主義研究所專題選刊（六十）
- 李慧娟（2009）。《行動研究的哲學論點與主題類型》。台北：經國管理學院
兒福聯盟。（兒少收視行為與兒少節目困境分析一）。取自
http://www.children.org.tw/news/advocacy_detail/959（上網日期 2012年
12月18日）
- 兒福聯盟。取自 <http://www.children.org.tw/news.php?id=2449>（上網日期2012年8
月23日）
- 卓美玲（2011）。《電視節目分級處理辦法修正研究》。（國家通訊傳播委員會
100年度委託研究報告，pg10004-0238）。台北：淡江大學資訊傳播學
系。
- 周天賜（1997）。〈文獻探討〉，《教育研究法》。台北：師大書苑：57-82。
- 幸曼玲（1991）。《發展心理學：兒童社會認知的發展第十二章》、《青少年的認知
發展第十六章》（蘇建文編）。台北心理
- 林佩蓉（2004）。《「水果冰淇淋」新舊版本之總結性研究報告》。台北：財團法人
公視文化事業基金會
- 林佩蓉、黎佳欣、許惠茹（2009）。《適齡適性的幼兒教育—孩子在幼稚園該學什
麼？怎麼學？》。台北：教育部
- 林佳蓉、林宇玲、林曉薇、陳彥文譯（2012）。《媒體素養教育兒童、青少年與媒
體》。台北：華藤。
（原書 Victor C. Strasburger & Barbara J. Wilson & Amy B. Jordan [2008]. *Children, Adolescents, and the Media* London）
- 林清山譯（1997）。《教育心理學—認知取向》。台北：遠流
（原書 Richard E. Mayer [1991]. *Educational Psychology: A Cognitive Approach*. USA）
- 邱家宜（2003）。〈英美傳播管制經驗思考台灣NCC的制度與使命〉，《廣播與
電視》。95：1-28
- 邵瑞珍譯（2003）。《教育的歷程》，台北：五南，教育部。

- (原書 Jerome S. Bruner [1960]. *The Process of Education*. USA)
- 信誼基金會 (1987)。《我國兒童電視節目現況之評估及緯來製作方向之研究》。
台北：信誼基金會
- 唐世鼎、黎斌 (2005)。《世界電視台與傳媒機構》。中國北京：中國傳媒大學。
- 唐台齡 (2010)。《台灣電視兒童節目半世紀之路 1962-2009》。台北：巨流
- 唐鎮宇、何哲欣 (2011年4月9日)。〈兒少法新版草案 納媒體自律機制〉，《蘋果日報》(台灣)，第12版。
- 夏林清等譯 (1997)。《行動研究方法導論——教師動手做研究》。台北：遠流。
(原書 Altrichter, H., Posch, P. & Somekh, B. [1993] *Teachers Investigate their Work*. London: Routledge,)
- 孫力群 (1999)。(日本卡通對青少年消費文化影響之研究)。台北：政大新聞研究所碩士論文
- 孫青 (2009年5月3日)。(2010年之後—BBC策略回顧與檢視)。取自
<http://web.pts.org.tw/~rnd/p2/2010/05/BBC%20Strategy%20Review.pdf>
(上網日期：2013年12月10日)
- 徐明珠 (2004)。(行動研究在教育改革中的問題與價值)，《國家政策論壇季刊春季號》
- 徐振興 (2011)。(《國家通訊傳委員會兒童收看節目及廣告對其行為影響之研究期末報告》)。台北：國家通訊傳委員會
- 徐敏榮 (2002)。(《國小教師評鑑規準之研究》)。國立屏東師範學院國民教育研究所碩士論文，未出版，屏東。
- 翁曉玲 (2011)。(《兒少通訊傳播權益政策白皮書》)。台北：國家通訊傳委員會
- 國家通訊傳播委員會 (2011)。(《兒少通訊傳播權益政策白皮書》)。台北：國家通訊傳播委員會
- 《國語日報》(2012年5月5日)。(〈電視、遊戲分級改變 增情節標示〉)。取自
<http://blog.udn.com/mybook679/6422573#ixzz2KTCkue5x>
- 張春興 (1998)。(《教育心理學》，東華書局
- 張美蓮 (1996)。(《我國大學教育指標建構之研究》，國立台灣師範大學碩士論文。
- 張清濱 (1997)。(《學校行政與教育革新》)。台北：臺灣書店。
- 張萬居 (2009)。(《什麼是行動研究？(Action research)》)。新北市：江翠國小。取自
<http://dns.ctes.tpc.edu.tw/~goko/math/actionpage/action.ppt> (上網日期：2012年10月14日)
- 張嘉倫 (2006)。(《我國國小媒體素養教育能力指標之建構》)。國立台北教育大學課程與教學研究所碩士論文。
- 張豔華 (2002)。(《建構中學教師專業評鑑指標之研究》)。國立高雄師範大學工業科技教育研究所碩士論文，未出版。高雄市。
- 曹琬凌、彭玉賢、林珍瑋 (2008)。(《公共廣電問責體系初探：以台灣公廣集團公

- 共價值評量指標建構為例》。台北：《新聞學研究》，96：155-164
- 許慧玲譯（1997）。《個人建構心理學入門：解讀你的心靈》，台北：心理。
（原書 V.Burr, *Invitation to personal construct psychology*）
- 郭昭佑（2001年11月）。〈教育評鑑指標建構方法探究〉，13：57-82
- 陳木金、謝紫菱、邱馨儀（2006）。〈國民小學的學校學習文化評鑑指標建構之研究〉，《教育行政與評鑑學刊》，1：51-82。
- 陳伯璋（1989）。《教育研究方法的新取向－質的研究方法》。台北：南宏。
- 陳定銘（2005）。〈建構德菲法Delphi Method〉，「國立政治大學第三部門研究中心2005年質性方法研習營」，台北。
- 陳奕安（2011）。《幼兒對學前兒童節目觀點之研究－不同社經背景的比較》碩士論文。台北：師大
- 陳啟亮（2008）。《書後索引編製行為研究》。（國立臺灣師範大學圖書資訊學研究所碩士學位論文）。台北：國立臺灣師範大學圖書資訊學研究所
- 陳啟亮（2010）。《以凱利方格法探索書後索引編製行為》碩士論文。台北：師大
- 陳雪雲（2001年12月）。〈媒介與我：閱聽人研究回顧與展望〉。發表於國立政治大學「二十一世紀傳播學門回顧與展望」研討會。
- 陳惠心（2012年10月25日）。〈別殺芝麻街大鳥〉，《壹週刊no.596》。台北：壹傳媒
- 陳韜文（1999）。《傳播教育的知識建構問題：思考分析與實務技術訓練之間的張力》
- 媒體學堂（2005）。《和孩子一起善用電視學知識》。台北：小小天地雜誌社
- 媒體觀察教育基金會（2012年9月23日）。取自
<http://www.mediawatch.org.tw/node/2112>。
- 《專家評估法—MBA智庫百科》（無日期）。取自：
<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E4%B8%93%E5%AE%B6%E8%AF%84%E4%BC%B0%E6%B3%95>
- 黃升民、周何冰主編（2005）。《海外頻道的生存之道英國 CBBC 和 Cbeebies C b、美國迪士尼少兒頻道》、（中國電視媒體產業經營新動向 附錄一）中國：
- 黃世雄、林佳慧（1998）。《資訊檢索引導員評鑑量表之探討》。教育資料與圖書館學，36(1)，53-69。
- 黃光雄、蔡清田（2009）。《課程發展與設計》。台北：五南
- 黃政傑、李隆盛等（1996）。《中小學基本學力指標之綜合規劃研究》。台北：教育部
- 黃鈺敏譯（2011。）什麼是好的兒童電視節目？。《科學人雜誌》。台北：第 108 期 2 月號。
- 《新聞局》（2007年2月13日）。〈「推動台灣兒童傳播權策略計畫」（草案）〉，取自<http://www.wretch.cc/blog/gadameryu/8557462>。（上網日期：2013

年12月10日)

- 楊宜真 (1999)。《傳播科技人才之能力需求與學程設計原則：修正式德非研究》。國立交通大學傳播研究所，碩士論文。
- 楊振昇、洪淑萍 (2002)。《基本能力指標與轉化—以語文學習領域為例》。教育研究月刊，96：23-33。
- 楊意菁 (1998) 《新科技、新滿足？ 網際網路媒體使用與滿足研究》
- 溫雅婷、林佳蓉 (2010)。《ARCS動機模式與資訊科技融入教學之研究：以國小四年級閱讀教學為例》，教學科技與媒體，91：79~98。
- 葉晉嘉、翁興利、吳濟華 (2007)。《德菲法與模糊德菲法之比較研究》，(調查研究—方法與應用期刊第 21 期) 研究所論文，台北：中央研究院
- 廖克玲 (1982)。《社會學習論巨匠班度拉》。台北市：允晨文化公司
- 廖婉君、林月雲、虞邦祥 (2008)。〈知覺組織利害關係人重要程度與組織績效之關係：企業責任作為之中介效果〉。台北：政治大學
- 廖淑君 (2005)。《兒童電視節目法律規範之研究—以美國及澳洲為例》。《廣播與電視第二十四期》。取自https://www.google.com.tw/?gws_rd=ssl#q=兒童電視節目法律規範之研究—以美國及澳洲為例 (上網日期：2005年1月)
- 廖鳳池、陳美芳、胡致芬、王淑敏、黃宜敏編譯 (1990)。《從教育心理學觀點，看小學學生自我觀念的發展及行為特徵》。台北：心理出版
- 廖鳳池、陳美芳、胡致芬、王淑敏、黃宜敏編譯 (1991)。《教育心理學》。
- 趙碧華、朱美珍編譯 (1995)，Allen Rubin, Earl Babbie (1993) . *Research Methods for Social Work*，研究方法-社會工作暨人文科學領域的運用。臺北：雙葉書廊。
- 歐用生 (1995)。《質的研究》。台北：師大書苑。
- 潘世尊 (2003)。《行動研究的性質與未來—質、量或其它》。(屏東師院學報第二十二期)，181—216。(投稿日期：民國 92 年 9 月 30 日，接受日期：92 年 12 年 17 日)
- 潘淑滿 (2003)。《質性研究：理論與應用》。台北：心理出版
- 蔡美華譯 (2003)。《行動研究法》。台北：學富
(原書 Geoffrey E. Mills [2013]. *Action Research: A Guide for the Teacher Researcher*, University of Michigan)
- 蔡清田 (2008)。《教育行動研究》。台北：五南
- 盧燕萍 (2008)。《客家電視台非新聞性節目呈現客家文化內涵指標之建構》。政治大學。
- 盧燕萍 (2009)。《客家電視台非新聞性節目呈現客家文化內涵指標之建構》。政治大學碩士論文。
- 蕭昭君譯 (2007)。《童年的消逝【修訂版】》。台北：遠流
(原書 Neil Postman [1994]. *The Disappearance of Childhood*, Vintage/Random

House)

- 蕭湘文、蔡蓉蓉 (2009)。《雙親介入方式對學齡前幼兒廣告認知力之影響》。(廣告學研究), 第三十二集。
- 鍾倫納 (1993)。《應用社會科學研究法》, 臺北: 臺灣商務。
- 簡旭伶 (2011年6月20日)。〈兒少法修法爭議, 新聞自由是否走過頭?〉, 《scstw》。
取自 <http://blog.roodo.com/scstw/archives/15877355.html> (上網日期 2012年9月23日)
- 魏菁慧 (2001)。(澳洲公共廣播公司開播數位電視服務)。台北: 公視岩花館公共電視策略研發部作 (2007)。《追求共好: 新世紀全球公共廣電服務》。台北公視文化事業基金會
- 《聯合報》(2013年6月5日)。〈自製兒童節目少 台灣囡仔只能看美日卡通?〉。
取自 <http://blog.udn.com/mybook679/6422695#ixzz2KSrpuNG6>
- 關尚仁譯 (1994)。《兒童與電視「芝麻街」的經驗》。台北: 遠流
- 蘇秀枝、徐聯恩、周育如、梁嘉惠、張麗君、許錦雲、張聯興、施宏彥 (2012)。《現代幼兒教育》, 華騰文化。(原書 George S. Morrison. [2007]. *Early Childhood Education Today*, 10th edition. USA)
- 蘇建文、林美珍、程小危、林惠雅、幸曼玲、陳李綢、吳敏兒、柯華蕓、陳淑美 (1998)。《發展心理學》, 五南出版社。
- 蘇蘅 (1999)。《台北市兒童收看日本卡通與消費相關產品的關連分析》。台北: 電視文化研究委員會。
- 饒淑梅 (1994)。《國民中學實施電視素養課程之研究》碩士論文。台北: 師範大學公民訓育學系。

(2) 英文書目

- ABC, (2001). Launch of ABC Kids, *The National Broadcaster, Issue 13*, 17 August, 2001, pp.1-2. (<http://rnd.pts.org.tw/p6/010905.htm>)
- Anderson, D. R., & Levin, S.R, (1976). *Young children's attention to Sesame Street*, *Child Development*, 47(3), 806-811.
- Anderson, D. R., Lorch, E., Field, D., Collins, P. & Nathan, J., (1986). *Television viewing at home : age trends in visual attention and time with TV*. *Child Development* , 57, 1024-1033.
- Barrows, H.S. (1994). *Practice-Based Learning: Problem-Based Learning applied to medical education*. Springfield, IL: Southern Illinois University School of Medicine.
- Buckingham, D. (2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*, Cambridge: Polity.
- Cuttance, P. (1990). *Performance indicators and the management of quality in education*. (EDS Document Reproduction Service No. ED333575.)
- Dorr, A. (1986). *Television and children : A special medium for a special audience*. Beverly Hill, CA: Sage Publications.
- Eastman, S.T., & Ferguson, D. A. (1997). *Broadcast /cable Media Programming: Strategies and Practices* (5th ed.) Belmont, CA: Wadsworth.
- Elliot, J. (1991). *Action research for education change*. Philadelphia: Open University Press.
- Freeman, R. Edward, (2001). *A Stakeholder Approach to Strategic Management*. *Darden Business School Working Paper No. 01-02*.
- Hendershot , Heather ed., (2004). *Nickelodeon nation: The history, politics, and economics of America's only TV channel for kids*. NY: New York University.
- Johnstone, J.N., (1981), *Indicators of education systems*. London: Kogan Page

Press.

Kandel, D., & Lesser, G. (1972). *Marital decision-making in American and Danish urban families: A research note. Journal of Marriage and Family*, 34, 1: 134-138.

Mayston, D.J. & Jesson, D. J.(1991). *Educational performance assessment: A new framework of analysis. Policy and Politics*,19, 99-108.

Neuman, S. (1995). *Literacy in the television age: The meth of the T.V. effect.*

Norman, G. R., & Schmidt, H. G. (1992). *The psychological basis of problem-based learning: A review of the evidence. Academic Medicine*, 67 (9), 557-565.

Nuttall, D.L. (1990). *The function and limitations of international education indicators.* Paper presented at Annual Meeting of the American educational research Association, Boston.

Spee, A. & Bormans, R. (1992). *Performance indicators in government institutional relations: The conceptual framework. Higher Education Management*,4(2),139-155.

Strasburger , V. C., Wilson, B. J., & Jordan, A. B., (2010). *Children, Adolescents, and the Media*, Sage Publications. Thousand Oaks. U.S.

附錄一之一：「學齡前兒童節目」凱利方格法受測者基本背景

受測對象	現任	專長	工作資歷
受測者 A	慈濟大學兒童發展與家庭教育學系專任副教授	幼兒發展與輔導、學前教育教材教法	31 年
受測者 B	公視兒童節目製作人/幼兒母親	兒童節目企劃編劇	16 年
受測者 C	經國三民幼兒園教保員	角落教學、教學設計、活動帶領	15 年
受測者 D	成長文教基金會執行長/鞋子兒童實驗劇團負責人	幼兒節目製作、企劃編劇、主持人	30 年
受測者 E	兒福聯盟執行長	兒童福利與權利	16 年

資料來源：研究者自行整理

附錄一之二：「學齡兒童節目」凱利方格法受測者基本背景

類別	現任	專長	工作資歷
受測者 F	台北教師會理事長 全國教師會諮商輔導處長	諮商與輔導、教師評鑑	27 年
受測者 G	正因出版與配音	出版編輯、採訪、配音	25 年
受測者 H	康寧國小老師	兒童媒體素養教材	22 年
受測者 I	公視兒童節目製作人	兒童節目製作、企劃編劇	24 年
受測者 J	資深藝文教師	創意教學、視覺藝術 創造性戲劇表演	36 年

資料來源：研究者自行整理

附錄二：「學齡前兒童節目」凱利方格法深度訪談大綱內容

受測者 A：(大學兒家系教授) 教學與幼兒園主管經驗：31 年

訪談日期：2013.08.23

訪談人：唐台齡研究生

問：請老師把您挑選出來的九張卡片，簡單回顧一下每個節目的優與不優的地方，以及節目的特色為何或您印象最深刻的地方是什麼？

答：

1. 《芝麻街》是以教導幼兒語言、顏色、字母和數字學習等基本知識，結合孩子生活經驗的真實議題，裡面有認知、情意，目標觀眾鎖定學齡前的小孩。特別注重字母、數的學習。主持人的咬字非常清晰，會刻意把嘴型做出來，然後速度是很慢的，這個是我看到特別的地方。
2. 《羅吉斯先生的社區》的主持人羅吉斯先生不急不徐的跟孩子談一些生活上，關於道德、情緒、跟遇到的困難一些事件的想法，和孩子交換意見，還邀請一些比較特殊的小孩來分享他的經驗，節目中他自己編曲唱歌，這個節目的精神、中心思想完全出自於他自己，是我在所有節目裡面最欣賞的主持人。
3. 《蝙蝠 Amigo》的特色就是都是實際帶著小孩去操作。感覺上還是這個主持人在帶著小孩、叫兩個小孩做這做那。
4. 《水果冰淇淋》整個的設計，試圖要從孩子的角度去探討，不過談論的議題還是很表層，用的手法太表面了，不過這是根據單一集來看。
5. 《天線寶寶》特色是設計給幼兒收看，比較沒有語言的部分，呈現的咿咿啊啊，就是類語言，四個寶寶的動作比較簡單，所以能夠吸引比較小的小朋友目光，寶寶的肚子裡面的影片，都是選跟小孩生活有關的主題，很簡單、很小的主題。印象最深刻是用攝影機近距離拍攝細節的部分，去呈現跟描述，幫助小孩透過特寫鏡頭觀察事件，看到更細膩的地方，不會去跟孩子講道理，就是呈現很平實的、很中性的這個事件的現象，這樣的手法能幫助孩子對這個世界更多一點的了解，然後中心思想很清楚。我覺得這是電視節目能夠帶給小孩的最強勢的地方，而不是囫圇吞棗，拍一堆東西，速度又太快又看不清楚，反而小孩不知道重點在哪裡。
6. 《我的朋友皮丫努》全部由小朋友演出，就會有演出的限制，用意當然好，假設這樣的演出是使用偶來演，比較可以避免掉小孩演的不太自然的地方。有一些的片段是重複的，「重複性」在幼兒節目是重要的，要有重複，然後在重複裡去求變化。
7. 《羅吉斯先生的社區》跟《芝麻街》、《天線寶寶》都是有固定的情節設計，這三個節目 pattern 都很固定，其實固定的 pattern 對學齡前的小孩是重要的，因為節目要讓他們可以預測接下來有什麼，固定對孩子來說是安定感，然後中間又有一些的變化，讓孩子有一點驚喜，有一些趣味，這種東西不能說重

頭到尾不一樣，孩子就抓不到那個穩定的結構，只要在穩定的結構裡頭做小變化，這是學齡前的孩子比較需要的。

8. 《YOYO 點點名》是一群大哥哥大姐姐帶著小朋友做肢體律動，唱歌速度、節拍過快，動作太快，小朋友跟不上，節奏的變化性都太像流行歌曲了，雖然歌曲活潑，可是不見得適合小孩。
9. 《MOMO 歡樂谷》有一個單元也是跳跳唱唱，曲調或歌詞內容都太過複雜，不適合小孩的肢體動作，製作人員以為只要說說唱唱、內容圍繞在小孩的、外婆的事以為這樣就可以了。

問：九個節目描述完畢，現在任意抽三張卡片，談一下最左邊的構念與最右邊的構念異同，有沒有優的部份多於另外一邊？

答：三個節目的性質是非常不一樣，右邊《跟媽媽一起玩》是有真實的體驗歷程，左邊是這兩個《我的朋友皮丫努》、《蝙蝠 Amigo》。《蝙蝠 Amigo》是真實的體驗，《我的朋友皮丫努》沒有真實的體驗歷程，有劇情的歷程，用劇情去編排呈現，是一齣完整的戲。

問：那麼《蝙蝠 Amigo》和《跟媽媽一起玩》還是比較相似嗎？

答：《跟媽媽一起玩》是可以互動聊天律動，遊戲中學習，《蝙蝠 Amigo》是實際操作，那這兩個都有主持人帶領，《我的朋友皮丫努》是由小朋友為主體規劃的生活劇。

問：現在六張卡片，再抽出三張，也可以談談卡片上的三個節目，主持人的表現如何？帶給小朋友的感受是什麼？

答：左邊《芝麻街》、《羅吉斯先生的社區》的主持人講話慢條斯理、咬字清晰，有明顯的示範性，這兩個節目都注意到小朋友需要學習語文的部分，除了孩子聽懂他說話之外，孩子會模仿他的說話的方式，所以咬字清楚就是一個構念；那右邊《MOMO 歡樂谷》主持人講話好快，好像是在趕什麼一樣，幾乎鏡頭都沒有看清楚嘴巴，然後聽不清楚到底在講什麼。《芝麻街》、《MOMO 歡樂谷》比較熱鬧，《羅吉斯先生的社區》步調比較慢、比較細膩，熱鬧對應的是細膩，然後沉靜一點。這邊《芝麻街》、《MOMO 歡樂谷》就很熱鬧，這個（羅吉斯先生的社區）就是比較細膩一點。

問：《芝麻街》音樂比較歡樂，《羅吉斯先生的社區》音樂比較輕柔，《MOMO 歡樂谷》比較像流行歌曲，這三個節目音樂的表現，哪一個節目比較適合幼兒？

答：三個節目都有歌曲，就音樂性來說，這兩個《芝麻街》、《羅吉斯先生的社區》節目的曲調比較簡單，曲子比較短，至於《MOMO 歡樂谷》會唱很久，像是一首流行歌曲的長度，而且是一首完整的曲子，速度又那麼快，沒有考慮學齡前的孩子大概是幾節就要完成了；相反地《芝麻街》、《羅吉斯先生的社

區》的音樂性是比較考慮幼兒的程度。

問：請問這三個節目在認知、情意方面的表現呢？

答：《羅吉斯先生的社區》比較特殊的是主持人會跟孩子談論特殊議題，比方談父母離婚、911 事件、霸凌，他會談生活裡頭很真實的、不容易的議題，但是他卻很簡單的跟孩子講、沒有逃避，不會講很複雜，很簡單的跟孩子談這樣子。還有像災難事件，因為災難事件孩子會害怕，這些都是情緒的問題，談比較多真實生活裡頭的情緒跟議題。《芝麻街》的認知比較多，如數數和字母、字的學習是他的重點，也有些情意的部份。《羅吉斯先生的社區》情意的議題比較多，《MOMO 歡樂谷》就是談歡樂，很多美好。

問：我們台灣的節目很少討論情緒這類的議題，因為節目製作人員不知道怎麼跟孩子討論，可是《芝麻街》、《羅吉斯先生的社區》他們就有辦法用很簡單的方式跟孩子討論，讓小朋友知道生活上就是有這樣的事發生，可是我們的大人都很少讓孩子碰觸這類的議題。

答：所以這就是我們做節目的問題，沒有慢慢的帶孩子進入真實生活上遇到的一些困難或議題。

問：那現在剩下最後三張卡片，節目的設計有從孩子的背景出發？有沒有呈現孩子的參與與兒童觀點？

答：左邊《天線寶寶》注意孩子的個別差異，讓孩子有機會去認識自己、了解每一個人都不一樣，不同的個性會產生不同的現象、不同的學習。四個寶寶在他們的世界裡面，他們可以做什麼都自己要來做，就是大人比較是在鷹架的這個角度。《天線寶寶》應該說是孩子在自己的世界，自己觀察、主動學習，其實學習的意味也不強。《水果冰淇淋》有大人教導的角色。《天線寶寶》提供多元的觀點；《水果冰淇淋》和《YOYO 點點名》比較是單一、絕對的觀點。例如在描述房子的時候，有的人會覺得他們是不一樣的觀點，而不是說：哇！好棒的一個房子喔！這就是單一觀點，《天線寶寶》呈現一個畫面，大家不是相同的觀點來看這個東西，這對學齡前的小孩其實是滿重要，因為他本來就不能站在別人的觀點來看事情。

問：這三個節目跟設定的目標觀眾切合嗎？

答：《YOYO 點點名》就都是律動，我想交叉談一下《羅吉斯先生的社區》，這個節目讓每一個孩子有機會認識自己，他強調每一個人都是不同的，這是學齡前優質的節目需要有的，《天線寶寶》、《水果冰淇淋》比較有，《YOYO 點點名》沒有。

問：《YOYO 點點名》對小孩似乎是一視同仁。

答：就是不太注意孩子的個別差異，沒有呈現個別差異。《天線寶寶》四個科技娃娃個性都不一樣，《水果冰淇淋》的淇淇與淋淋個性也不一樣，《YOYO 點點名》小孩比較統一、全部都是一樣的。應呈現孩子的個別差異，所以孩子

不同的個性會產生不同的現象、不同的學習。《天線寶寶》沒有大人教導的角色，是孩子在自己的世界，自己觀察、主動學習。

問：這邊《天線寶寶》是孩子的觀察，讓孩子可以學習，那邊是？

答：《水果冰淇淋》、《YOYO 點點名》都有成人示範教導，我突然想到《跟媽媽一起玩》每次有一個小朋友自己穿褲子、穿衣服，然後畫面標出他是幾歲幾個月，這就是節目站在孩子的角度、肯定孩子的能力，那這個要抽粹構念的話就是，鼓勵跟肯定孩子能做到的事情，而且是真實的，然後看到他在做這件事，穿褲子、扣扣子，其實這整個動作又有示範性，完全沒有大人在旁邊多嘴，就是小孩一個人完成了。《天線寶寶》肚子裡的影片也是一個小孩自己完成一件事情，也沒有多加什麼，就是說站在孩子的角度、肯定孩子的能力，可以自己去完成一件事情。另外一邊會有很多成人加註解，其實加 OS 的註解，背後的意義就是以為孩子會聽不懂、看不懂，所以就要用講給他聽、引導他。另外，《羅吉斯先生的社區》小孩教羅吉斯先生怎麼做機器人的動作、月球漫步，示範幾個動作教羅吉斯先生，羅吉斯跟著做，做完了以後，請小孩表演，表演完畢收拾板子，那個部份是沒有聲音的，這就是留白。

問：做節目的人最大的問題就是聲音都要填滿滿，沒有留白，沒有讓小朋友有一個思考的空間。

答：大部分這些段落都會有一些清楚的動作、主題或是畫面，當影片本身已經能夠表達他的意念的時候，根本不須加旁白，不做多餘的配樂，只呈現外面真實的聲音（現場音）。雖然九個節目測試完成，但是我還想再湊對比較。

問：好！這六個節目《羅吉斯先生的社區》、《芝麻街》、《水果冰淇淋》和《跟媽媽一起玩》、《水果冰淇淋》、《MOMO 歡樂谷》的結構、節奏安排如何？

答：這邊《羅吉斯先生的社區》、《芝麻街》比較有社群互動的感覺，這個《跟媽媽一起玩》比較沒有，非常豐富的社群對應比較小型的社群。現在拿《水果冰淇淋》跟他們比較的話。《芝麻街》的節目變化度相當的高，這邊《跟媽媽一起玩》、《水果冰淇淋》比較穩定，段落小、單元抽屜變化多，左邊這個《跟媽媽一起玩》、《水果冰淇淋》單元比較固定。

問：談談這些節目的教育目的是否實踐？

答：《水果冰淇淋》、《跟媽媽一起玩》教育目的比較清楚，跟真實生活是接近的，但是《MOMO 歡樂谷》搞不清楚他到底要教小孩子什麼，是比較遠離真實生活。貼近孩子生活是一個優質節目的重要指標，即便是虛構的世界一樣可以貼近生活，但是時尚的東西是不適合小孩。比方我們不應該教小孩子崇拜追逐偶像，尤其是大哥哥大姐姐穿的衣服，都不是平常人穿的，屬於舞台表演的性質。這樣的節目他們想要創造商業利益的意圖比他的教育目的高。

受測者 B：(3 歲、5 歲的幼兒媽媽) 兒童節目企劃編劇：16 年

訪談日期：2013.08.27

訪談人：唐台齡研究生

問：請你挑選出來的九張卡片，簡單回顧每一個節目的特色、優或不優的地方？你也可以從不同的面向提出你的見解和看法。

答：

1. 《天線寶寶》像我家小孩不管是小的還是大的，都非常喜歡看肚子裡 VCR 的內容，例如剪頭髮、綁頭髮啦，都是小小朋友生活中貼近的主題，看到孩子很生活面的東西，很能引起小朋友的反應跟共鳴，在顏色、美術、道具，都非常到位；道具、偶、歌曲是非常的精緻，能夠吸引到孩子。
2. 《哈婆婆故事屋》主持人很傳統、很上對下、很假意，對布偶講話的方式，會裝可愛、裝溫柔，你感受不到那種真誠。
3. 《羅吉斯先生的社區》主持人羅吉斯先生可以感受到他是一個很真誠的鄰居、朋友，就是誠心跟你交朋友的感覺
4. 《MOMO 玩玩樂》，我最不喜歡，幾個姐姐的造型跟說話的方式，類似於日本的那種美少女戰士造型，影響到小孩子的審美觀。頭髮要長長直直的、要穿短裙、合身的衣服，覺得那樣才是漂亮，怎麼會有這麼不自然的造型。然後歌曲都很成熟，包括那個曲風，完全很樣板，訓練的非常的整齊。
5. 《YOYO 點點名》MTV 的製作水準還蠻好聽的，但是太流行感了，歌都是成人口味的，好的方面來說，其實是吸引孩子的，我們家小孩會盯著看，但是她不參與。《YOYO 點點名》不像《天線寶寶》看的小朋友會跟著節目一起動，就覺得很怪，小朋友會專注，卻不會跟著他們一起跳。
《YOYO 點點名》主持人與小朋友的互動方式就會裝小、裝可愛，那不是一個正常大人會跟孩子的互動，就是太幼稚了，主持人把自己幼稚化了。
6. 《料理甜甜圈》是一個男的主持人帶兩個女孩，兩個小孩非常的成熟，被調教的很完美，造型刻板，沒有那個年齡該有的天真模樣。
7. 《尢牯尢牯咕咕咕》客語節目，我想對客家電視台來講，延續客家文化、語言是一種使命，鼓勵孩子們用客語來唱歌或是說話是好事；MV 歌曲是客語創作，有些歌做的還蠻好聽的，蠻有原創性的，客家語言學習，能找一個名人來，讓孩子會對自己的語言有信心甚至更認同
8. 《芝麻街》會利用各種不同的 MV 或是非常專業、精準的手法，教孩子語文這件事情，以語言教育來講，《芝麻街》這個節目真的是非常成功的。
9. 《水果冰淇淋》水果奶奶跟偶的互動都還蠻貼近小朋友的真實生活，我們家小朋友都很愛看，美術色彩、MV 非常的好，製作水準都很好，可以放心給孩子觀看。

問：現在妳挑選出三張卡片，《羅吉斯先生的社區》、《哈婆婆故事屋》、《YOYO 點點名》挑選出你的分類，那兩個是一類的？原因為何？

答：我覺得《羅吉斯先生的社區》一類、《哈婆婆故事屋》與《YOYO 點點名》一類，《哈婆婆故事屋》那一類在設計跟內容上都比較乏味，《羅吉斯先生的社區》比較貼近孩子、有設計的，如果一定要分成兩種構念，就是內容乏味跟內容精準設計。《羅吉斯先生的社區》主持人是很稱職，另外兩個《哈婆婆故事屋》與《YOYO 點點名》是很刻板印象的；以音樂性來講，《羅吉斯先生的社區》是比較多元的，另外兩個是單一調性的。

問：如果從孩子的角度來看，你覺得這三個節目帶給孩子的目的是什麼？

答：《羅吉斯先生的社區》主持人是和電視機前面的小孩互動。企圖把真實的世界帶給孩子，真的帶小朋友去體驗人生的滋味；另外兩個《哈婆婆故事屋》與《YOYO 點點名》把世界包裝成一個樣子，很不真實、很夢幻的，不管是環境、還是主持人說話的方式，都很不實際。

問：接下來你選出《水果冰淇淋》、《料理甜甜圈》、《MOMO 玩玩樂》這三張卡片做對比，小朋友的角色安排如何？

答：《水果冰淇淋》小勇士要去過三個關卡，不管成功或失敗，都是小朋友自己去嘗試體驗、自我挑戰；《料理甜甜圈》、《MOMO 玩玩樂》的孩子都是被調教好的，穿著、說話都很制式，也沒辦法展現小朋友自己的想法，安排小孩的角色很刻板，完全只是個道具。

問：這三個節目從內容設計和製作的技巧來看呢？

答：《水果冰淇淋》單元的變化跟說故事的節奏是很流暢的，不管是道具的製作、MV 歌曲的設計，比較貼近孩子的生活面，也都很有啟發性，有些小故事可以讓小朋友去思考。《MOMO 玩玩樂》的幾個單元都是前面唱歌、後面唱歌、中間猜什麼的，很沒有創意，製作很粗糙，常常就在 key 板前面唱歌跳舞，設計感很不夠；《料理甜甜圈》都在同一個場景，沒有變化。

問：請你談這三個節目的主持人表現如何，有什麼不同？

答：以主持人的設定來說，《MOMO 玩玩樂》跟《料理甜甜圈》你會覺得主持人都是完美的、很奇怪的假人在那邊，但是《水果冰淇淋》水果奶奶會跟孩子互動，了解孩子的心情，在某些時候也會有做錯事情，道歉的時候，不是永遠完美的，會比較接近一個正常人；那《MOMO 玩玩樂》的主持人，就是唱歌跳舞之外，也沒辦法讓你感動、讓你體驗人生什麼的。

問：那剩下這三張卡片，《芝麻街》、《天線寶寶》、《尤牯尤牯咕咕咕》，你會怎麼分類呢？

答：偶的方面：《芝麻街》、《天線寶寶》偶的立體、生動度很精緻，《芝麻街》每個角色都有不同個性、有好的也有壞的或者是幽默感，設計上非常細緻；《天線寶寶》的偶無論是色彩、和諧的動作，就是可以吸引到孩子的目光，四個寶寶出來跳個舞，小朋友就很開心，而且會跟著一起跳；《尤牯尤牯咕咕咕》的偶比較單一、平面，那四隻偶的表現就很一般，常常固定就是某隻偶在犯

錯，固定來被罵的。

問：關於內容重複性這件事，你怎麼看這三個節目？

答：《天線寶寶》教的東西會無形中重複，慢慢的教給小孩，很了解幼小朋友的心靈，對目標觀眾的研究是很透徹的。《ㄣ牯ㄣ牯咕咕咕》的重複比較不高明，以春夏秋冬來說，就會一直用語言的方式重複說三遍。對比《芝麻街》可能會用歌或是 MV，不同的情境用不同手法來教同一件事情，也就是說用多元的手法來呈現同一個學習概念，《ㄣ牯ㄣ牯咕咕咕》就是用一個直線式的手法來表現。

問：這三個節目在兒童學習方面有何不同？

答：《天線寶寶》以遊戲為主，在玩樂中學習，不會教知識性的東西，比如說剪頭髮，我的孩子也需要剪頭髮，所以他們看到人家剪頭髮就很有感覺，像有一集孩子去餵羊這件事，雖然我們文化上沒有那經驗，可是他看到同年齡小孩去餵羊，他們也會感受到很有樂趣。《天線寶寶》讓孩子體驗生活，就是這麼簡單，讓我們細細的看到孩子生活中的點滴，感受到溫暖。《芝麻街》除了認知學習教孩子字母、語言、閱讀，也教數學和數字的技巧，內容從社會性、道德性、汗情感面，內容非常多元。《ㄣ牯ㄣ牯咕咕咕》以客語教學為主，占的比例比較多。



受測者 C：(幼兒園教保員) 幼教經驗：15 年

訪談日期：2013. 10.16

訪談人：唐台齡研究生

問：請把挑選出來的九張卡片，簡單回顧每一個節目的特色、優或不優的地方？請站在幼兒角度思考節目是否適合他們收看，你可以從不同的面向提出你的見解和看法。

答：

1. 《天線寶寶》韻律感、配樂，真的很適合剛牙牙學語的孩子，四個寶寶的顏色：紅、黃、紫、綠，視覺上的刺激很清楚、很容易辨別，而且他們每個人都有自己特別的名字、動作，孩子很能投入，還滿適合一歲到三歲小孩。
2. 《羅吉斯先生的社區》主持人羅吉斯先生真的再跟孩子對話，鋼琴配樂讓孩子覺得很舒服，比方說拍手、腳，搭配身體打擊的動作，孩子邊看邊試著在身體找聲音，很適合四到六歲的孩子收看。
3. 《跟媽媽一起玩》樂曲很輕快很有活力，用 jingle 的音樂銜接圖片的聯想，激發孩子看東西可能是單一個面向、可能是一個點，然後打開了是一個具象的東西（燈籠），讓孩子看到和原本自己認知上衝突的部分，我覺得很有創意。主持人滿稱職的，服裝很簡單，不會穿很誇張的蓬裙，律動的動作也很簡單，他們會在歌詞之前做提示，比方我們要跑囉，先說了然後再做動作，孩子需要提前被預告，我們下個動作做什麼，邊說邊做很清楚，很適合兩歲半到四歲左右。
4. 《水果冰淇淋》主題曲，簡單的詞跟節拍，讓孩子容易朗朗上口，「哈哈哈哈哈」的律動感跟韻律感，孩子很容易抓到會跟著一起念。歌曲也都是四拍，歌詞跟動畫是很符合孩子接收的能力。這個節目主要是探討人際跟生活議題，我覺得適合四到六歲小孩收看，他們可以自己單獨看，父母老師不用做太多解釋。
5. 《MOMO 玩玩樂》「情緒木頭人」單元，跟小孩談情緒，只是用說的，沒有情境的安排或是道具的輔助，解釋上又快了點，沒有多大意義，接下來是「學學 ABC」單元，有一點單調，只是反覆念，重複念三次。
6. 《尤牯尤牯咕咕咕》節奏偏慢，主旨不明，調性難捉摸，小孩不會自發性的去說，除非大人有意無意的告訴他。
7. 《蝙蝠 Amigo》安排製作棉被的過程和體驗，還滿有趣，語言也還滿正向，傳遞的概念就是，帶給小孩的實驗不會第一次就成功，即使失敗，做的不好看也沒關係，要不斷的去嘗試，提出一些開放性的問題，孩子會去思考，有些時候不一定是自己獨力完成，也可以跟別人合作無間，一樣可以達成任務。
8. 《哈婆婆故事》配樂和節奏是用 HIP-HOP 的方式去唱，穿古裝好像很不搭。會覺得沒有那麼適合小孩，還有音樂和講話同時出現，聽不清楚在講什麼，口齒表達不清楚，既然是真人演出，講話可以慢一些，否則小孩聽不懂到底想要敘述什麼。佈景很陽春。

9. 《芝麻街》我很喜歡它的配樂，比方他講單字 orange 的時候，顏色會一併出來，偶說話速度慢，孩子很容易懂，將字母 A~Z 生活中的運用一些情境或動畫表達，用很多圖像、動畫、文字還有音效做搭配，孩子看了會覺得有趣、有變化，就是會想要繼續看下去的動機，而且場景前面的偶跟色彩搭配得相當好。

問：好，九個節目回顧完畢，現在你從九張卡片，抽出了《芝麻街》、《跟媽媽一起玩》、《羅吉斯先生的社區》三個節目，請你選出兩個節目性質是相似的，另一個不是的做分類，並說明原因？

答：我覺得《羅吉斯先生的社區》、《芝麻街》是比較相似的，感覺比較有系統，從小點引發一系列的主題，因為學習本來就是由淺到深、由簡單到繁複，我覺得他們比較會掌握來龍去脈；《跟媽媽一起玩》是片段式的學習，一個活動接一個活動。譬如夏天要做什麼，就會有一個大人、一個小孩，從頭至尾的發想都是跟夏天有關的主題，以幼教的理論來看，就像搭鷹架的感覺，從一個小點引發興趣。

問：語言學習上，二類有何不同？

答：《羅吉斯先生的社區》、《芝麻街》這一類在語言學習上，主持人具良好的示範性，小朋友是可以複述、學習、有反應的，是很好的教學帶，可以成為老師的教學資源；《跟媽媽一起玩》用比較開放式的問答，大人會出現兒語、比較可愛的表情，適合家庭式觀看。

問：製作技巧方面，像是場景、色彩、偶的角色、音樂創作等，你也可以表達你的觀察。

答：《羅吉斯先生的社區》和《芝麻街》的場景比較生活化，呈現真實的生活。那《跟媽媽一起玩》是比較抽象的場景。《羅吉斯先生的社區》和《芝麻街》的偶很到位，很生動，整個畫面是很自然的，孩子覺得那是活的、真的生物，《芝麻街》偶的比例很高。《跟媽媽一起玩》的偶是比較大型的，比較笨重，沒有那麼靈活，比較卡通式的那種造型。《羅吉斯先生的社區》和《芝麻街》的音樂配得恰到好處，整段音樂不會讓人家覺得衝突，該有驚奇就有驚奇，觀眾的情緒轉換是很順的。

問：接下來妳抽的三張卡片是《MOMO 玩玩樂》、《水果冰淇淋》、《天線寶寶》，請分成二類，說明其特色？

答：我把《MOMO 玩玩樂》、《水果冰淇淋》分成一類，因為遊戲性質比教高，場景華麗、複雜；《天線寶寶》是場景真實比較自然、單純。《MOMO 玩玩樂》、《水果冰淇淋》從開始到結束，真人串場整個節目；《天線寶寶》是四個娃娃為主角，節奏輕柔緩慢，歌詞簡單、重複性高，讓較小的孩子比較有感受，可以模仿、學講話做動作。

問：那你覺得重複的學習對孩子而言，有沒有必要性？

答：其實重複的學習對學齡前的小孩是很重要的，《MOMO 玩玩樂》的重複學習只是反覆的唸，這不能說是重複的學習。例如學習水杯，唸三遍「水杯、水杯、水杯」，跟另外一個說請你幫我拿粉紅色的水杯，這種感覺就是一樣在教水杯，但前一種反覆的唸，就會很單調。像小時候學寫字，老師叫你寫十遍，這是重要但好像意義性不大，尤其學齡前小孩那個樂趣是很重要的，要引起他們的動機，不要是為了教而教。

問：好，剩下《尢犸尢犸咕咕咕》、《蝙蝠 Amigo》、《哈婆婆故事屋》這三張卡片，如何分類？

答：《尢犸尢犸咕咕咕》、《蝙蝠 Amigo》為一類，在對話上比較開放，用開放式的問答給孩子去思考，即便有負面的語言但都會做一些轉化；《哈婆婆故事屋》的主角演戲的台詞沒有一點修飾，沒有站在小孩的角度，用孩子聽得懂的語言去做處理。感覺《尢犸尢犸咕咕咕》、《蝙蝠 Amigo》的劇本是有思考過的，《哈婆婆故事屋》平鋪直敘，很陽春。《尢犸尢犸咕咕咕》、《蝙蝠 Amigo》的音樂和節奏感是比較舒服的；《哈婆婆故事屋》穿古裝卻放 HIP-HOP 的音樂，語調有點含糊，沒有用心去思考適不適合孩子收看；《尢犸尢犸咕咕咕》、《蝙蝠 Amigo》有編排節目的音樂的質感與適當性。

受測者 D：(學齡前兒童節目企劃製作、主持人) 兒童媒體經驗：30 年

訪談日期：2013. 11.06

訪談人：唐台齡研究生

問：請把挑選出來的九張卡片，簡單回顧每一個節目的特色？你可以從不同的面向提出你的見解和看法，現在就請回顧這九個節目。

答：

1. 《跟媽媽一起玩》很親切、柔和、乾淨搭配簡單的元素，陪伴兒童成長，鼓勵媽媽帶著孩子一起看，充滿愛、正向與關懷的普世價值，這個節目已經做了五十多年了，光這個節目的名稱或主題曲，就知道陪伴好幾個世代的孩子，對兒童電視的貢獻，已經不是內容對孩子的影響，而是好節目可以做到這樣。主持人把孩子帶進節目，那種親切感是最重要的，孩子認為這個人跟我一國的、很愛我、很關心我，把我當成一個朋友，有問題可以幫助小朋友思考、去解決，這點就很好。
2. 《羅吉斯先生的社區》處理孩子成長的時候會面對的問題，可以貼近幼兒心靈的一些想法，害怕的、關心的這些東西。主持人羅吉斯先生是一個非常溫和、慈祥，他的動作慢慢的很適合低幼的孩子，每次重複的動作會給孩子安全感，讓孩子知道他接下來會做什麼。主持人很認真的編曲，歌唱得那麼好，唱的又很對時機，恰到好處。
3. 《哈婆婆故事屋》我覺得哈婆婆在模仿水果奶奶，也是男扮女裝，但各方面、服裝都太粗糙，故事也不好，語文的部份太難的，像 RAP，根本不曉得誰聽的懂，我覺得是耍寶給青少年，不像是為幼兒做節目，這個當然是不好看的節目。
4. 《尢牯尢牯咕咕咕》幼兒的客語學習節目，裡面的偶是一個角色，只是拿來講話，很簡易的偶，佔的比例很重，不容易演，也不容易發揮，沒有好好的善用，歌曲好聽有重複、不那麼長，這個部分還不錯。故事用幸運香蕉哄哄小孩，沒有清楚的在解決問題，也沒有給孩子想像的空間，這個是我覺得不優的地方。
5. 《MOMO 歡樂谷》歌曲不喜歡、主人裝可愛不喜歡、畫面很亂，內容也不怎麼樣，我覺得應該由不同角度看事情，各式各樣都要呈現給小孩看，畫面很亂、場景有夠花，他們內容有好有壞，但是那個歌超不好，我覺得那是青少年的歌，歌詞超長、不是孩子的生活經驗，小孩又超多，所以這個是屬於我不喜歡的節目。
6. 《水果冰淇淋》很認真做，水果奶奶跟小朋友講話，小孩就知道是在跟他講話，很誠懇、溫暖的感覺，水果奶奶很棒，他把小孩帶進節目中，所以我覺得水果奶奶這個角色非常好，很難被取代。動畫、音樂、遊戲，還有小朋友的參與度都是非常好的，所以是一個很優的節目。
7. 《天線寶寶》很多東西是慢的，很適合幼兒，跟《羅吉斯先生的社區》的調性很像，小小孩的家人在堆草是英國小孩的經驗，非常適合 0~2 歲的小朋友。

8. 《芝麻街》很有美國風格，是一個活潑多元的節目，因為他們是一個多元的國家，關心到新移民，節目有教數學、語文的，他們很用心，同一個字母會做延伸，即使重複，他們會在重複中求變化，同樣的東西用不同的包裝再呈現出來，很認真。偶設計的很好，每一個不同的角色個性都不一樣，角色投射，可以讓孩子看到不同的人物，又有輕鬆幽默的感覺，這是我喜歡這個節目的特質，所以這是很成功的，根據我們的了解《芝麻街》研究做的不少。
9. 《YOYO 點點名》的歌還是太長，我覺得節目根本在捧紅這些大哥哥大姊姊，再來他們好的地方是行銷的整合，還有做整個幼教產業，節目好像做的很龐大，又有 YOYO 幼兒園，因為小朋友想看，是一個很有影響力的節目。應該把節目做得更優良才是。

問：接下來九個節目卡片，請隨機抽三張，然後請你分類。

答：好，抽出來了，我分出來《水果冰淇淋》一類、《哈婆婆故事屋》、《尤牯尤牯咕咕咕》一類。

問：這個你必須具體講出他們優與不優的地方？

答：《水果冰淇淋》主持人親切，《哈婆婆故事屋》就是哈婆婆模仿水果奶奶，哈婆婆很明顯假假的，《尤牯尤牯咕咕咕》主持人沒有什麼特色；《水果冰淇淋》的偶很精緻，《哈婆婆故事屋》、《尤牯尤牯咕咕咕》的偶很粗糙。

問：那製作技術或是音樂創作的部分，也可以談談你的看法？

答：我不喜歡場景混的亂七八糟，《水果冰淇淋》的動畫與真人合成、服裝都比較強。《水果冰淇淋》的歌曲就很好聽、很恰當，《尤牯尤牯咕咕咕》的歌曲還可以，那《哈婆婆故事屋》的歌曲就很離譜啦，唱那個什麼 RAP，聽都聽不懂。

問：主持人的表現如何？

答：《水果冰淇淋》水果奶奶跟孩子對話的感覺，比較不像是一個權威的成人對小孩說話，比較像一個慈祥，能夠傾聽的角色，而且講話的速度、清楚度很適當；《哈婆婆故事屋》哈婆婆感覺比較像在演戲、可是演不好、沒有婆婆的慈祥或者是關心孩子、愛孩子的感覺，講話速度快、聽不清楚說什麼。

問：請從六張卡片，隨機抽三張卡片，並請分類。

答：《羅吉斯先生的社區》是一類，用生活情境，這個社區上的人發生什麼樣的事，討論生活上的議題，主持人對孩子說的話速度慢，重複，節奏緩慢，先放一點音樂慢慢帶孩子進來，給孩子熟悉的感覺，然後重複讓孩子有認同感，我覺得這個對幼兒來講還滿重要的，因為小孩喜歡重複，兩到三歲的小孩對重複這件事挺開心、可以感到安全，所以他片頭都有吸引小孩子進去，音樂、歌曲很柔和，是孩子很喜歡的，裡面很多的歌曲是很好聽的；《YOYO 點點名》、《MOMO 歡樂谷》是一類，這二個節目純粹只是想捧紅明星。

問：這二類傳遞的訊息是單一還是多元？

答：我覺得《羅吉斯先生的社區》是一個社區，呈現在地文化，把相關性的人放在一起，多元性是絕對可以肯定的；《YOYO 點點名》是分科教學，主要就是在認知、猜謎，知識性很強，多元性就會比較少，沒有甚麼文化。

問：那在節目的形式上，如何呈現？

答：《YOYO 點點名》、《MOMO 歡樂谷》都是棚內、單元夾雜，而且感覺上沒有串起來。那《羅吉斯先生的社區》是一個單元、一個單元，透過小火車，將真實面與假設面串起來，那個感覺是有系統化的學習。

問：剩下最後三張卡片，請說明分類的原因。

答：《芝麻街》、《跟媽媽一起玩》是一類，是以教孩子認知，生活學習為主，是給 3-6 歲且都是雜誌形態的節目。《天線寶寶》語言重複、簡單，對低幼的小孩很重要，《天線寶寶》有一個小螢幕，可以看到真實世界不同的小孩在做什麼，《芝麻街》、《跟媽媽一起玩》的偶劇場是看到假想世界的樣貌。



受測者 E：(兒童福利政策專家) 兒童福利經驗：16 年

訪談日期：2013. 11.18

訪談人：唐台齡研究生

問：請你把挑選出來的九張卡片，簡單回顧每一個節目的特色、優點或不優的地方？你可以從不同的面向來描述你的見解和看法，或是印象最深刻的部分。

答：

1. 《羅吉斯先生的社區》討論的是關於情緒，我覺情緒教育融入在節目裡是滿棒的一件事情。主持人羅吉斯先生非常沉穩，他咬字非常清楚，這個對於幼兒來講是很重要的，他使用的字句、咬字、速度，還有他很真誠對著電視機前面的孩子講話的態度，容易讓孩子專注跟深入了解這個節目要傳達的訊息，孩子會感受到這個人是一個很願意聽我講話的人，然後他也是聽得懂我在講什麼，而且他是一個會了解我的人。這樣的特質來看的話，由於年紀稍長，生命的歷練比較多，帶給孩子的厚度會比較多一些。
2. 《跟媽媽一起玩》帶給孩子多元性的內容，包含不同文化的元素，幾位年輕的姊姊、哥哥，就像鄰家的朋友，平實親切，各有所長。我覺得台灣的主持人都太靠外表吸引小孩，不是靠他自己個人的特質，都是弄一堆造型，太想要去抓住孩子暫時的注意力，到底可以帶給孩子什麼樣的東西，早已經排到很後面去了。
3. 《水果冰淇淋》我欣賞這個節目是，傳達一個概念是從頭到尾，例如在講人際互動，就是你想要跟人家玩，那你要怎麼樣去參與，節目有一致性和延續性的傳遞概念，對孩子而言，很容易吸收記住。主持人水果奶奶口齒表達清楚，講話的速度感覺是真的在跟孩子講話，這是節目很不錯的元素。故事內容很靠近孩子的生活，情境上的掌握是非常貼近孩子。
4. 《YOYO 點點名》就是一直在跳舞，然後有一小段是玩猜謎的遊戲，裡面有很多漂亮的姐姐、帥帥的哥哥，道具很多、場景很講究，但內容上就是唱唱跳跳。我覺得這是一個不用花大腦的節目，大概就是父母親在家裡放一點比較活潑輕快的音樂讓孩子動一動，只有這樣的效果。
5. 《MOMO 玩玩樂》是比較傾向在塑造偶像，節目的重點在那些大哥哥大姐姐們，而主體不是在小孩，跳那些很酷、看起來是不錯的舞蹈，不知道這樣的節目到底可以帶給孩子什麼，我覺得他們要更專業或更深入去研究，他們所面對的孩子的年齡層需要運動什麼，比如說有一些是大肌肉、有一些是小肌肉、平衡感或是手眼協調，那他們是不是要在針對這些去設計動作，協助孩子去練習達到目的，我覺得節目專業度要多加把勁，照理說兒童節目要有一些專家可以諮詢。
6. 《尤拈尤拈咕咕咕》主要目的是教客語，透過布偶講一個故事，中間穿插歌謠，其實透過講故事讓孩子學習是一個不錯的方式，但可惜的是故事的內涵不知要傳達給孩子什麼樣的概念，故事的內容沒有編好，看起來就是吸引力

不足。

7. 《哈婆婆故事屋》主持人口語表達不夠清楚，其中有一段跳 RAP，對學齡前的孩子，似乎太偏重樂趣、花俏，綜藝性高過於原本要傳達的東西，忽略掉用甚麼樣的手法，可以讓四歲的小孩聽得懂你要傳達的東西，應避免出現負向的小幽默，因為這是教育性的節目。
8. 《我的朋友皮丫努》透過故事劇情去傳達要表達的概念，用好幾個情境談一個主題，這是好的，就是不斷的重複過程會對小孩的學習比較深刻。用真的小朋友去演，觀看的孩子認同度會比較高，是不錯的學習方式，不過，演戲就是沒辦法太強求、太到位。
9. 《蝙蝠 Amigo》提供機會讓小孩參與表達，還有操作，我覺得這點還不錯。但感覺節目太平鋪直敘，感受不到樂趣，整個設計吸引力比較薄弱，整體呈現方式有點無聊。

問：九個節目都描述完畢，現在隨機抽三張，請分成兩類，說明這樣分類的原因？

答：《羅吉斯先生的社區》和《蝙蝠 Amigo》是一類，另外一類是《MOMO 玩玩樂》。《羅吉斯先生的社區》和《蝙蝠 Amigo》有教育意涵，有主要的主持人帶動節目，主持人（陳怡安）的口齒、與孩子的互動我覺得還不錯，夏克立（外國人）講話有點吃力、不順暢，有些地方辭不達意，擔心孩子聽不懂。《羅吉斯先生的社區》的羅吉斯先生會用唱歌的方式表達，透過音樂對孩子的吸引力，比單純用講的方式來的大，他會用具象化的東西，強化孩子抓住傳達的重點，主持功力很強；《MOMO 玩玩樂》有一群大哥哥大姐姐唱唱跳跳，基本上我覺得他們不算在主持，比較像是孩子的玩伴，如果是玩伴的話領導功能就下降了。

問：那麼兒童的表現如何、學習的過程呢？

答：《MOMO 玩玩樂》的孩子比較像是裝飾品，《蝙蝠 Amigo》的孩子有一些參與和表現，孩子的主體性是比較明顯。《羅吉斯先生的社區》學習到情緒的抒發，「寓教於樂」是教育性優質的元素。《蝙蝠 Amigo》學到比較知識性的東西。《MOMO 玩玩樂》有一個「心情木頭人」單元，但可能製作人員不了解孩子的發展，跟學齡前的孩子講心情的表情-期待，太艱深了，不太符合學齡前兒童的需要。

問：好，那在麻煩抽三張卡片，一樣分成兩類。

答：一類是《跟媽媽一起玩》、《YOYO 點點名》，另一類是《哈婆婆故事屋》。《跟媽媽一起玩》親子體操，學習到如何與爸爸互動，回應孩子的需要，《YOYO 點點名》透過音樂的方式讓孩子有機會動一動；《哈婆婆故事屋》有一個故事的主軸，傳達一些概念。

問：主持人，或節目風格呢？

答：《跟媽媽一起玩》的主持風格，可親性比較高，透過人偶傳達一些教育性的內涵，《YOYO 點點名》主持人就是唱唱跳跳，《哈婆婆故事屋》的主持人比較年輕飾演哈婆婆的調性不符合。《跟媽媽一起玩》和《YOYO 點點名》，的歡樂性比較高，《哈婆婆故事屋》比較靜態，不是走歡樂性。

問：剩下最後這三張卡片，《我的朋友皮丫努》、《ㄣ牯ㄣ牯咕咕咕》、《水果冰淇淋》，談談他們的特色，能帶給孩子學習到什麼？場景、色彩、音樂或其他有什麼要補充嗎？

答：《我的朋友皮丫努》、《水果冰淇淋》是一類，讓孩子學到社會能力；《ㄣ牯ㄣ牯咕咕咕》學習語言太過複雜，要學習語言應該要不斷重複或提醒，孩子要不斷練習，《水果冰淇淋》最特別是在節目後面把今天講的故事，做一個簡單的總結，對孩子來講，有一個複習的功能，可以幫孩子印象更深刻。《ㄣ牯ㄣ牯咕咕咕》和《水果冰淇淋》有偶劇。《水果冰淇淋》用偶的角色去扮演小孩，節目的色調活潑，場景精緻，節目色彩與偶的造型滿可愛的，能抓住孩子的注意力。《ㄣ牯ㄣ牯咕咕咕》偶粗糙、色彩比較暗淡。我覺得用偶的演出方式，孩子比較會去投射他們的情緒和想法。《我的朋友皮丫努》裡的小孩子是真人演出，孩子可以直接看見情緒、比較真實，有示範性，但真人演就是比較難演到位，另一特色是音樂創作，小孩唱的歌滿符合小孩的 style，勾起小朋友一起參與的動機。

附錄三：「學齡兒童節目」凱利方格法深度訪談大綱內容

受測者 F：(兒童輔導、教師評鑑老師) 教學經驗：27 年

訪談日期：2013.11.17

訪談人：唐台齡研究生

問：請老師把你挑出來的九張卡片，從不同的面向來描述每一個節目的特色為何？簡單回顧一下每個節目的優與不優的地方或印象最深刻的地方是什麼？

答：

1. 《快樂孩子王》將傳統的成人綜藝節目的軸線跟趣味直接套用在兒童節目上，現在台灣的小孩看成人節目比較多，看多了這類節目形態，其實是會膩的。我們期待兒童節目要能引起動機、引起小朋友的興趣以外，還要能擴展小朋友的視野，並且能夠達到一些簡單的教育功能。主持人是用老師問學生的方式在問現場孩子，就像老師不停的講課本，那學生其實也是沒反應的，現場的孩子會配合做，但他們其實不是太有興趣看的。
2. 《小主播看天下》利用兩個小朋友的角色來模仿成人主播的角色來報新聞，播報新聞很像在課堂上念課文、背劇本的感覺，幾乎沒有什麼趣味性，那麼不如看沈春華報新聞可能更專業一點。節目在運用大量新聞資料片，是沒經過後製、特別的處理的，只是把那個資料片播一遍，沒有其他人的觀點的呈現，無法讓孩子能夠有不同的比較，觀點不夠多元、不夠深入，沒有辦法達到寓教於樂的效果。
3. 《成語賽恩思》把語文跟自然領域成功的結合，有創意、跨領域學習、很好的統整，能夠提升視野、補充學校教育的不足。後製的背景、動畫、美術、視覺很吸引人，來提升小朋友的興趣，自然而然記住那個成語，又引伸帶著小朋友去做實驗，找到專業的人來做實驗，而不是隨便找一個專家用嘴巴說。然後專家再引導孩子的邏輯變成合理性的邏輯。其實透過這樣的 check 去建立皮亞傑所講的基模，去建立孩子認識世界的基模，這是一個比較成功的教育典範。而且最棒的發現節目的童趣，小朋友基本上喜歡的是 discover，喜歡參與。主持人是可以引起小朋友興趣，會讓孩子一直願意往下看，我覺得主持人最大的功能，就是一個 bridge，從這個地方中間有一座橋連到下一個東西，能夠引導孩子願意進入節目。有的主持人就是從頭到尾都只是在照本宣科，那孩子不會有興趣。這是個非常成功的典範學習，典範學習並不是我要給孩子一個典範，孩子就會趨近那個典範，中間要有鷹架，鷹架要搭得對，搭不對就失敗了。
4. 《Blue Peter》符合在地文化，符合英國 youth 這個階段的人，包含主持人、節目的內容、文本，都符合孩子的次文化，孩子會特別覺得有趣，不是大人直觀小孩應該喜歡看的東西。製作單位研究目標觀眾的次文化，包含對白設

計、表演方式、內容，裡面再加些輕鬆的實驗，讓他們自然而然理解、很容易讓他們吸收到一些 common sense，提供孩子在學校課程裡面所沒有的觀點跟視野，就是學校沒有教過的事。

5. 《別小看我》是一個新的節目型態，設定的議題是媒體識讀，提供多元性的觀點，符合少年的 style。節目先引起動機，然後提供一個主要人物（main character），主要的課程（course），最後做總結的觀點，就像講故事一樣，孩子從故事裡學到東西。結構是完整，節目的內容起承轉合，強調從媒體呈現的觀點去看到一些隱含的意圖。主持人沈春華對話自然、兒童的存在有畫龍點睛的效果，整個節目的設計是非常符合鷹架理論，讓孩子從無知去漸進的理解到節目想告訴他們的批判性觀點，完全符合鷹架理論，培養孩子批判性思考，兒童能夠輕鬆的看完一個很知性的節目，這是節目成功的地方。
6. 《古典魔力客》讓孩子透過故事、對美的欣賞，然後近用古典音樂，鷹架很成功，節目引人入勝，成功的把無趣的東西變得有趣，發揮創意。美術、後製，是最漂亮的呈現。主持人黃韻玲搭配立體動畫偶，她的內涵很豐富，對於音樂的 knowledge 跟 style，很成功的引導孩子願意去欣賞。節目提供很多資訊跟實驗或場景讓孩子去觀察、歸納，最後在總結時，做個簡單的摘要（summary），引導美感的觀點，很不容易，因為美感的陶冶很難。
7. 《下課花路米》是個完整的課程，有一個節目正常的軸線，讓孩子能夠自己去發現、探索、主動學習，貼近孩子生活經驗，提供各個不同的行腳觀點給孩子，節目願意下鄉去拍，提供孩子多元的視野，介紹的主題很完整，是很好的課後補充教材。
8. 《科學玩很大》介紹各種科學現象，而且越玩越大，引起孩子極大的好奇心，所以由近至遠、由淺至深，那個淺是你自己再去實驗，自己去歸納出結論。這個節目最大的優點就是留白，把後面都留給你了，不給任何的結論、答案、要求，連指示都不會，孩子自己想辦法，符合發現學習理論派點，透過表情、實驗讓你孩子思考，不多提醒。step by step，布魯納的螺旋式理論，漸進還要重複，螺旋是有重複的過程，並不是一件事情教過就不要再教了，而是要更深入。已有收視習慣的孩子接下來就會開始期待。
9. 《到我家放暑假》內容不趨向兒童，讓孩子去對話是節目所表達的觀點。

問：好！九個節目描述完畢，現在麻煩老師隨幾抽三張卡片，請你從裡面找出兩個相似的節目為一類，另一個不是，原因為何？

答：《成語賽恩思》從頭到尾都 focus 成語，把科學統整，做跨領域學習，由淺至深、由近至遠，先從你身邊熟悉的事情開始介紹，然後慢慢的了解到這個成語是什麼意思，孩子就自然而然記起來，節目拆成三個 section，每個 section 有不同的特色，優點是節目活潑化，缺點是一條鞭，就是一路 follow 主題下來；《下課花路米》、《到我家放暑假》這二個為一類，優點是提供多元的視野，缺點是沒有辦法對孩子是由近至遠的學習，因為近跟遠是相對概念，是

有對比性的，最好能有對照。

問：那為什麼你一直在強調由近至遠、由淺至深？這跟我們一般講的深入淺出或者是有沒有更貼切的理論輔助？

答：由近而遠，不管是布魯納或是杜威，大部分的教育學者通通認同的方法，其實為人父母者也懂，你不可能教一個小 baby 跑步，要先從走路開始，由簡至繁同樣的道理就是這樣。其實也是一個鷹架的概念，維高斯基講的鷹架就是說要從孩子的經驗開始出發，慢慢搭起，最後才能夠搭到你想要他學的高階的理念，理由是孩子的知識有限，所以你突然給他一個高階的 knowledge，孩子是沒有能力的，當他沒有能力就會放棄，所以為了避免他放棄，回到節目立場，避免他不收視了，所以節目必須要有這樣的鷹架，必須要回到布魯納講的由近至遠。

問：主持人有沒有什麼要特別比較？

答：《成語賽恩思》主持角色很吃重，原則上就是你剛剛講的深入淺出概念，譬如我講一個成語「入木三分」，從頭到尾抓住這個主軸，讓孩子不要走偏主持人扮演一個 bridge 的角色，必須把他「入木三分」深入淺出，用孩子聽得懂的語言去介紹；《下課花路米》、《到我家放暑假》這一類是屬於呈現大量的資料，讓孩子直接去體驗這個文化，不再幫孩子多歸納什麼，因為俯拾皆文化、俯拾皆知識，那孩子 catch 到什麼就是什麼。

問：接下來再抽三張卡片做分類比較。

答：《科學玩很大》跟《藍彼得》(Blue Peter) 一定是放一起，第一個理由是他們都是屬於科普探索類節目，科普的概念就是把成人發現的事實，透過結構的方式讓孩子理解。製作團隊經過很仔細的規劃，呈現一個現象，讓小朋友對這個現象感到好奇，引起兒童的興趣，然後再讓孩子漸漸的理解，或是主動去探索這現象；《小主播看天下》是資料的呈現，由小朋友來主導，但是節目背後操縱的影子太明顯，小朋友播報就像在背稿，沒有兒童觀點。久而久之，收視群當然就失去興趣。

問：好，再來就是最後三個卡片了，請分類。

答：《別小看我》、《古典魔力客》一類，《別小看我》是媒體識讀的節目，《古典魔力客》是古典音樂的節目，為什麼我把他們放在同一類？是因為他們都試圖讓孩子去接觸一個很艱深、純大人內涵的東西，但是這兩個都引導得滿成功，所以我覺得他們是同一類型的節目；《快樂孩子王》比較沒有設定主題，每個節目大概都會先介紹一個特殊才藝，接下來再針對特殊才藝或新的主題會有一些搶答，最後再介紹一些知識，這三個主題有點散，並沒有辦法讓孩子主動願意能學得到，也就是說沒有辦法透過節目學習，跟孩子是有距離的。那這兩類最大的差別是，《別小看我》跟《古典魔力客》把本來一樣很有距離的東西，拉到變成孩子生活層次的東西，所以這兩類的鷹架搭得非常

好。《快樂孩子王》顯然是沒搭鷹架，而不是鷹架搭得不好。

問：那麼節目風格、製作技巧方面呢？

答：基本上《別小看我》跟《古典魔力客》的後製都比較強，會注意到每個 section 是不是會吸引到孩童，都會穿插著表演，不會只是單純知識性的介紹；《快樂孩子王》是一個比較 cheap 的節目。

問：你認為《別小看我》跟《古典魔力客》哪個地方是表演？

答：譬如說節目裡面故事的情節，《別小看我》小朋友有時候「角色扮演」會模仿電影、電視的一些情節，《古典魔力客》主持人會「角色扮演」古典音樂家的故事。這二個節目用孩童的文化做表演，是趨近兒童，孩子看了會笑、會覺得有趣。《快樂孩子王》特殊才藝的表演，對孩子而言，是遙遠的，孩子看了會覺得那個表演跟我沒有關係，這是比較可惜的。



受測者 G：(二位兒童的母親) 工作經驗：25 年

訪談日期：2013. 10.18

訪談人：唐台齡研究生

問：請你把挑選出來的九張卡片的節目，簡單回顧每一個節目的特色、優點？請你站在家長的角度評論，這幾個節目適合孩子收看的原因，你可以從不同的面向來描述。

答：

1. 《第九堂課》是一個名人訪談的節目，主持人傅娟非常融入而且高度的投入，很有帶動的效果，在名人訪談最精采的就是站在巨人的肩膀上，這集是朱宗慶，談他挫折的過程、學習的歷程，對孩子來講是很好的啟發。
2. 《小主播看天下》讓兩個孩子當主播，其他的孩子當記者，這是很好練習，孩子來看會更有共鳴，不過，幕後有所謂的主導者，孩子是照本宣科。
3. 《地球的孩子》節目有四個主角，兩個是大陸，兩個是台灣，節目會帶著孩子看各地的生活狀況，培養他們關懷世界、國際觀，我覺得很有教育意義，而且裡面跟目標觀眾的年齡相仿，他們更有切身感。說故事是最能吸引孩子的，平鋪直敘跟孩子講一個人的故事，不會特別去定義什麼。
4. 《外婆家放寒假》講孩子外婆的故事，都是單純的說故事，讓孩子在看的過程中瞬間的去體會別人的生活、文化。節目會站在孩子的立場、呈現孩子的感想，很有立體感，不會像流水帳或平鋪直述。
5. 《別小看我》在講媒體素養，是由沈春華主持，有一點主導性，鼓勵孩子親身體驗，探索學習。
6. 《科學玩很大》講牛頓的慣性定律，不夠緊湊、太鬆散，看完會覺得有點浪費時間。
7. 《藍彼得》感覺不夠緊湊，譬如說坐雲霄飛車實驗的反應、測試吼叫的聲音，一直在實驗，一直在告訴你一件事情，會覺得不夠多元。
8. 《故宮奇航》了解自己的文化，主持人咬字音調不正確，會分散孩子對節目的注意力。
9. 《非常有藝思》黃子佼跟蔡燦得是非常稱職的主持人，活潑、身段跟表情都做足了，所以很引人入勝，呈現的熱情及共鳴，觀眾會被感動，吸引我的地方是主持人的表現以及演出方式，例如講到林布朗，主持人佼佼扮演這個角色，還原那個年代，感覺到攝影師很用心在營造那個畫面的美感，再來是實驗性，我覺得這樣的節目非常豐富，讓孩子很容易投入。

問：九個節目回顧完畢，現在你從九張卡片，抽出了三張卡片《別小看我》、《非常有藝思》、《外婆家放寒假》，請你挑選出兩個節目性質相似的，另一個不同的做分類，並說出原因為何？

答：《別小看我》、《非常有藝思》是一類，《外婆家放寒假》是一類。《別小看我》跟《非常有藝思》鼓勵孩子親身體驗、探索學習，並且引導目標觀眾積極參

與，陳述自己的觀點，呈現多元價值觀。以「角色扮演」反映事件與現象，帶領觀眾身歷其境，讓孩子覺得有趣，會吸引他們收看。二個節目的主持非常人親切，幽默，與孩子平等互動，像孩子的朋友。製作方面，棚內與外景都是真實呈現，畫面搭配動畫，輔助兒童深刻學習，配樂生動營造美感，是很成功的節目；《外婆家放寒假》沒有主持人，會站在孩子的角度，真實體驗自己母親的家鄉生活與文化，引導孩子勇敢追夢。

問：接下來再抽三張是《故宮奇航》、《藍彼得》(Blue Peter)、《小主播看天下》，請分成二類，說明有何特色？

答：《故宮奇航》、《藍彼得》是一類，《小主播看天下》一類。因為《故宮奇航》跟《藍彼得》都有固定主持人，探討自己國家的文化並且分享生活經驗，互動性強，增進跟孩子的對話，多角度的探討，具有教育意義；《小主播看天下》是小朋友主導，但是大人指使孩子，孩子只是照本宣科，沒有自己的觀點與看法，大量的成人新聞畫面與資訊，小記者面部表情僵硬、聲音表情做作，失去孩子的純真與活潑，無法吸引觀眾收看。

問：剩下最後三張卡片《第九堂課》、《科學玩很大》、《地球的孩子》，請說明分類的原因。

答：《科學玩很大》是一類，製作細膩，由淺入深，結構清楚，誇張的實驗具喜劇效果，表現手法新穎，製作難度很高，挑戰性大，很能吸引觀眾收看；《第九堂課》、《地球的孩子》製作較為粗糙，固定形式，沒有新鮮感。《地球的孩子》傳遞的訊息是以關懷全球孩子的生活議題為主，平鋪直敘地說故事，較乏味。《第九堂課》邀請名人說他自己的故事，也是平鋪直敘，只不過故事中談道自己不如意或失敗的時候，對孩子而言，是有啟發的，主持人咬字清晰，身段跟表情做足，太搶眼了，孩子能發揮的空間有限。

受測者 H：(小學老師) 教學經驗：22 年

訪談日期：2013. 08.09

訪談人：唐台齡研究生

問：請老師把挑選出來的九張卡片的節目，簡單回顧每一個節目的優、缺點？你可以從不同的面向來評論這九個節目。

答：

1. 《下課花路米》比較多樣性。以孩子的生活為出發點，就是孩子生活能夠貼近的東西，內容很有知識性，不是強硬的灌輸，是從生活中去體驗，這是我覺得非常好的地方。一個步驟一個步驟來，是有順序，最後會有一個統整，我發現我們孩子不會做總結，所以這個部分我非常喜歡。拍攝手法平實，沒有很特別、很花俏的東西。
2. 《別小看我》內容有趣，會去結合孩子生活的東西，具有教育性、知識性跟文化性，裡面有小朋友的觀點，引發孩子的學習，跟得上時代的潮流。滿優質的一個節目型態的表現，拍攝手法算也是活潑。
3. 《少年哈週刊》主持人有技巧的帶領，節奏明快，不會那麼單調，有一點綜藝節目的感覺，對人文的關懷，它有一些時代意義。
4. 《快樂孩子王》主持風格太像綜藝節目，誇張的表現太負面了，錯誤的引導，雖然有一些誇張好笑，很多的表現都太成人化，結構鬆散，沒有讓小朋友真正去內化成他自己潛在想要學習的課程。
5. 《第九堂課》以航海的船長為主，圍繞在他的生活，有現場提問，探討的問題沒有那麼深入，例如只會問：「你們想不想跟他一樣啊？」、「你有沒有這種夢想？」但是沒有帶到其他的部分，只是單一觀點，內容乏味灌輸式，只是敘述沒有引導，如果做一些深入的探討，會讓小孩子覺得比較新奇，裡面的兒童只是被動的角色，主持人算是還滿知名的。
6. 《藍彼得》(Blue Peter) 內容豐富，主題貼近孩子的生活，取材新穎，三位主持人各司其職，定位清楚。
7. 《古典魔力客》特定的音樂主題，比較小眾，主持人表現的很好，跟小朋友玩遊戲，互動性很強，把一個很冷門的議題，用很輕鬆的手法表現出來，我覺得這樣的節目是優的。
8. 《同學少年都不賤》很生活化，從兒童的觀點出發，有順著一定的脈絡在走，單元的接合不是太順暢，沒有一氣呵成的感覺，要留點空間給小孩去想像。
9. 《跟書去旅行》先有個暖場，介紹這本書，再去做討論，最後有一個總結，故事的主題是靜態，比較不容易展現。

問：現在請老師隨機抽出三張卡片，要分成兩類，你覺得哪兩個節目比較相似？並區分另一類不相似的節目，請說明原因

答：《下課花路米》、《藍彼得》是一類，《跟書去旅行》是一類。《下課花路米》跟《藍彼得》是多元主題，以引導方式呈現，貼近兒童的觀點，具有知識性、

文化性；《跟書去旅行》是單一主題，沒有什麼要讓孩子思考的地方，以灌輸方式，都是成人觀點，有教育性的內容。

問：接下來你抽出來的三張卡片是《第九堂課》、《快樂孩子王》、《古典魔力客》，請分成二類，說明有何特色，異同性如何？

答：《快樂孩子王》是一類，《古典魔力客》、《別小看我》是一類。《快樂孩子王》結構鬆散，主題不明確，主持人比較沒有站在小朋友的立場去對話，不太了解目標觀眾發展的需求，雖然營造氣氛很熱鬧，但主持人用輕浮的態度溝通，功力不夠，成熟度較低，僅局部互動，談話性內容比較沒有那麼深入，比較難發展教材；《古典魔力客》、《別小看我》結構完整，主題明確，主持人了解小朋友的心態與發展需求，用孩子了解的語言去對話，成熟度高，具專業性，孩子參與團體互動會發表自己的意見與看法並且尊重他人意見與分享經驗，具有教材的發展性，老師可以再利用，擷取裡面的菁華，作為補充教材。

問：剩下最後三張卡片《少年哈週刊》、《第九堂課》、《同學少年都不賤》請說明分類的原因，及其特色或優缺點。

答：《少年哈週刊》跟《同學少年都不賤》是一類，他們都是站在孩子的角度、興趣與需求製作，節目順暢，很能吸引小朋友收看，《少年哈週刊》傳遞人文關懷的信念，是利他，《同學少年都不賤》自我實踐，是利己；《第九堂課》是一類，談話性節目，變化性少，缺乏吸引度。

受測者 I：(兒少節目製作人) 電視實務經驗：24 年

訪談日期：2013. 11.01

訪談人：唐台齡研究生

問：請你把挑選出來的九張卡片的節目，簡單回顧每一個節目的優、缺點？你可以從不同的面向來描述。

答：

1. 《別小看我》是一個很有企圖的節目，講媒體素養，教小朋友一些思辨能力，主題跟方向是很特別、獨特，主持人是資深媒體人，拿過好幾座電視兒童節目金鐘獎，主持人是個陪襯的角色，很知道該怎麼跟孩子互動，很有質感。差不多有四十個小記者參與，他們不是演員，是真的被訓練成能夠採訪的小記者，他們一邊參與節目，一邊變成有思辨能力的小記者。主題非常多元，從幕後製作破解廣告的招數，或是節目、廣告、新聞之間是不是有模糊的地帶，讓小朋友自己可以從觀察裡下一些結論的。運用不同節目的文本來輔助觀眾知道節目討論的議題，有戲中戲的設計，是情境劇的結構，像在看戲一樣，不知不覺在輕鬆引題下，進入今天討論的主題。絕大部分都是從實際的體驗當中去找到答案，劇本寫的很幽默，小孩子表現很自然。
2. 《科學玩很大》這個節目標榜的是科學，感覺場面很大、製作費很高、有令人驚奇的實驗，讓你從一些生活的經驗裡頭回顧你所有的經驗，比較能吸引孩子的好奇心，想嘗試做做看，菜鳥魔術師在裡面不講話、用很多表情，吸引兒童會繼續看下去的設計，孩子會有認同感，節目乾淨俐落，沒有一大堆旁白，旁白是用男生女生一問一答的方式對話很有趣，在美感、節奏上處理得很好，沒有孩子的體驗，節目做了這麼多實驗後才下結論，永遠不會忘記。
3. 《藍彼得》(Blue Peter) 是英國一個老牌節目，引題很簡潔，場景很棒，有黑人、女人和白人主持人三個人，各司其職，節目用坐雲霄飛車測試情緒上的特質，示範一種實驗的精神，用一種很無厘頭的方式展現，用主觀鏡頭拍攝，觀眾和小朋友有身臨其境之感。寓教於樂，節目的 idea 很棒，但設計很難，具形式的美，主持人不會講一些大道理，我們的文化就是太喜歡教訓人。
4. 《小主播看天下》主播表現很僵硬，孩子穿得像尼姑，好像一個小木偶、小大人，所有講的話都像在朗誦，小孩講話的口吻很像大人，拖泥帶水，旁白字幕還有錯字，受訪對象都是大人，不是採訪其他小朋友的意見，比方說流浪狗是小朋友關心的議題，但呈現的形式很不受歡迎、社教感太重，然後分段很亂。場景令人倒胃口，收音品質不好，音樂配樂跟內容不搭，利用現成的影片重新包裝成兒童節目，沒有包裝成適合兒童收視，都是結論，沒有討論或兒童觀點的展現，兒童主播也很少展現兒童觀點，放了太多教訓、價值觀，啟發性低。
5. 《第九堂課》片名超不吸引人，參與的同學正襟危坐很像是乖學生，很無聊，只是活道具，主持人頗自然滿稱職的，但是節目的形式不會吸引小朋友收看，外景拍的也沒有特寫都是浮面的報導，找名人來上節目講他們的求學故

事，目的就是教訓人，很多時間都浪費在大人彼此客套上面，同學提問很假，就是硬套。優點是棚內的場景和陳設還算符合兒童節目的調性，就是便宜的談話節目。

6. 《烤箱讀書會》適合低、中年級的孩子收看，讀書會讓人以為是閱讀節目但沒想到是做點心。優點是 8 分鐘講故事，比較吸引人，主持人口齒清晰，小孩挺自然、詞背的很熟，大人小孩都稱職。缺點是做重複的動作很拖泥帶水、很無聊，就是一直重複，看了很久還是看不懂要傳達的訊息，導播的功力差，不講究攝影構圖，很愛拍人、不喜歡拍特寫，書的圖像都看不清楚，導播的鏡位沒有美感，甚至事後都沒補 inserts 特寫，總之這個節目有點被埋沒了。
7. 《下課花路米》深入報導台灣的人情風俗，凡人文、歷史、傳說、民俗等等的台灣社會科學，也涉獵自然科學，多元性的內容，很有美感、很有文化的節目，導演鏡頭的設計讓人了解旁白的意思，動畫的運用很吸引人，主持人與小朋友互動，真誠自然。
8. 《零下 40 度的思念》真的很流水帳，目標觀眾感覺不是兒童，都是工作、孝順、不斷地上車下車，無創新處，導演沒有太用兒童的角度拍攝，感覺比較像看大人的節目，哈爾濱很冷但是小孩沒有甚麼反應，很奇怪都是在採訪媽媽，媽媽一直說話好像她才是主角，都是大人的觀點，很沒有童趣。
9. 《成語賽恩思》科學和語文結合的設計是創意十足，成語是很好的語文學習，而且是不落俗套，設計兩隊大 PK，這種實境的做法還出雙機，真正把實驗做出來，非常吸引人，主持人一人飾演多角，很有趣，小朋友參與其中，還角色扮演，主持人與孩子互動很自然。一問一答的感覺很有趣，安排主持人分頭找答案再會合，不斷做實驗，很有科學實驗的精神。很欣賞這種形式。故事很有趣，喜歡聽故事的小朋友應該會一直看，音樂很有氣勢、立體的動畫很讚，講解都有配合插圖，非常精緻、嘆為觀止。能夠在遊戲中學習，這真的是很棒的節目。

問：現在九個節目都講完了，那我們來抽三張卡片做分類，並說出分類的原因。

答：現在我抽了《科學玩很大》、《成語賽恩思》和《第九堂課》，《科學玩很大》、《成語賽恩思》是一類，大成本的製作。《第九堂課》是一類，低成本製作。

問：難道大成本製作就是好節目嗎？所以必須要再細分，例如節目內涵、製作技術、兒童觀點等分類。

答：《第九堂課》主持人訪談名人，一個前輩、成功的人，孩子只是在旁邊當作道具，沒有兒童觀點，兒童擺在旁邊只是做道具，然後提問、採訪的人都是主持人，兒童只是坐在旁邊聆聽，沒有發表的機會；《科學玩很大》和《成語賽恩思》可以學到實驗、驗證、假設的科學精神，多變化、有很多很棒的道具，場景不斷的在改變，還滿有原創性的、很獨特。《科學玩很大》沒有小朋友，但用旁白來代替兒童觀點，兒童觀點不一定要有兒童出現，但你一

一定要知道兒童會對甚麼感興趣；《成語賽恩思》很多兒童觀眾，有兩位兒童的提問者，小朋友真實自然的講出他們的心聲。

問：接下來再請你抽三張卡片，描述他們的異同處或優、缺點，請分類。

答：現在抽出《小主播看天下》、《零下 40 度的思念》、《別小看我》，《小主播看天下》、《零下 40 度的思念》是一類，沒有辦法感動到人，觸及到小朋友是要讓他們產生同理心。《別小看我》是一類，是認識一個媒體現象，一個你跟媒體的關係，純戲劇的引題，帶入討論的話題，從頭到尾、一以貫之，是非常獨特的，小朋友從生活經驗、觀影經驗，說出自己看法，四個小記者代表四個不同的意見，所以在意見、觀點上是多元的。代表兒童的觀點或者是經驗，有幽默的台詞，孩子會認同；《小主播看天下》像個新聞雜誌的節目，沒有兒童觀點，《零下 40 度的思念》是一個真實過程的記錄，返鄉探親的過程，兒童觀點很單一，很大的篇幅都放在媽媽身上。《小主播看天下》、《零下 40 度的思念》節奏都很慢、不吸引人又拖泥帶水，《別小看我》聲光十足，節奏流暢，每一集的訊息都是歷久彌新。《小主播看天下》那些時事很容易過時。

問：最後三張卡片，請分類並說出原因。

答：《藍彼得》(Blue Peter)、《下課花路米》是一類，給中、高年級兒童收看《烤箱讀書會》是一類，是給中、低年級兒童收看，目標觀眾很明顯的不同。《下課花路米》和《藍彼得》都有三位主持人，主持人代替小朋友去體驗，涉獵的主題什麼都有、包羅萬象，題材是不設限，適合長長久久經營，可以跑到國內、外探索外面的世界，開拓孩子視野。《烤箱讀書會》主題很單一，面對的是閱讀、cook，我覺得主題容易枯竭，完全都是棚內搞定。

問：在學習功能、節目呈現的觀點、製作技術方面來分類呢？

答：《下課花路米》和《藍彼得》是做中學概念，主持人代替小朋友去體驗，體驗的東西很多元，主訴者是兒童的話，兒童觀點的感覺就會比較出來。二個節目都是外景拍攝，運用動畫做為示意，用色彩、聲音輔助，鏡頭剪的很流暢，拍攝時該有特寫鏡頭就有，「特寫鏡頭」就優質兒童節目來講，我覺得是一個很重要的指標；《烤箱讀書會》也有做中學，是比較單一的料理，呈現是主持人的觀點，遠鏡頭拍攝，以致於重點都沒有拍到，場景粗糙不精緻。總之，好的導演就是要讓孩子沒有看到的地方，讓孩子看到，「特寫鏡頭」可以讓孩子看清楚事情，孩子的經驗少，很多東西沒有看過，就要讓他們看清楚，不要甚麼東西都拍的不清楚、小小的、遠遠的，那有尊重兒童嗎？透過鏡頭語言，就是要滿足兒童的好奇心。

受測者 J：(資深藝文教師) 教學經驗：36 年

訪談日期：2013. 10.20

訪談人：唐台齡研究生

問：請老師把挑選出來的九張卡片，簡單回顧每一個節目的優、缺點？你可以從不同的面向來描述。

答：

1. 《古典魔力客》用主持人跟偶跟動畫連結起來說故事的方式很優，因為主持人黃韻玲是比較懂音樂的，本身音樂教育的理念還滿不錯，她的音調、語調都能夠讓觀眾很有接受度。她用音樂節奏的表現，非常感性，請專家解說、玩遊戲，很親和力、很自然。主持人引導孩子去思考問題、呈現他們的創意和想法，棚內用動畫偶來代替小朋友問問題，主持人跟外景小朋友的互動與回饋反思，是做得滿成功的。還有傑出的美術，動畫、場景，視覺上是比較優。
2. 《奧林 P 客》是以主持人去掌控全場，搶答的問題不夠開放性，都是比較封閉性、就是標準答案，只有回答 YES、NO 問題，小朋友變得非常弱，對孩子來講，他們好像變成道具，因為全部都是主持人在講、主持人回答。其實我覺得好的主持人，應該像一個配角，不斷的在刺激小朋友。我覺得這個節目最大問題是主持人不懂教育，因為他們本身不是學教育的，把他們原本做節目綜藝化的風格帶進節目裡，因為綜藝節目就是速食，要在最短的時間、最快的方式能夠得到答案，我覺得做這樣節目的效益性不是很高。
3. 《小主播看天下》以學習為主體的話，引領孩子看到了世界觀跟不同的文化的關係，有國內、國外的東西，例如流浪狗、童婚、小新娘等議題，整個呈現出來是小主播、小朋友，帶小朋友去訪問，然後去問問題，更容易理解，不是只有嘴巴講，因為我們需要眼見為憑嘛。用兒童觀點看事情，我想建議從台灣看世界，然後從世界來看台灣，你知道那個觀點就會多元。
4. 《第九堂課》其實這個節目是非常好的，因為請來都是名人例如朱宗慶，請這樣的名人都是很有故事性，他奮鬥的故事、他怎麼樣去成為一個音樂家，然後他的使命感在哪裡，對孩子是很有感受力，非常有啟發性。可是最大的問題在於，主持人傅娟連問問題、回答、反思什麼通通由她來，從頭至尾都是主持人的觀點、主持人的看法，小朋友只有乾坐在那邊，主持人應該是引導而非主導。在製作節目的時候，主持人要有一個概念，這節目的對象是誰？真正的意義在哪裡？《第九堂課》和《快樂孩子王》都是一樣的調性，只是換個主持人而已，我覺得一定要區隔，節目的類型要多元，內容要多元。
5. 《外婆家放寒假》嫁到台灣十年的新疆人，帶女兒回家鄉看外婆，感人的地方沒有過程，跟當地孩子的回饋分享太少，看不到重點，缺乏啟發性。
6. 《藍彼得》(Blue Peter) 超級棒的節目，完全是體驗學習，用科學實驗的方法，顧客調查不是隨便做個問卷調查，是真的親身體驗、用實驗、用刺激思考，用科學的方式教孩子，我要怎麼樣思索，思索可以用什麼樣的方法是有系統的，而且這個系統是真實的、有說服力的，也絕對是正確的。是一個研究精

神多麼重要。我們的教育都是灌輸，灌輸就是大人說什麼，我完全照單接收，我不會動腦筋，因為沒有啟發我。這個節目啟發學生不是用說的，而是給孩子的思考是有系統化、有規則的，引導他們研究的精神，這是我覺得最大的效益，看完了還是記憶深刻，到現在還很震撼，因為有內化。

7. 《跟書去旅行》用繪本說故事，主持人很強勢，都是主持人在主導小朋友，問的問題我覺得不是很具啟發性，有些是教條的方式，他們在訪問街童，都是以答案為前提的問題有點可惜，讓小朋友去介紹自己看過的好書，時間又太短，這個節目看完，印象不深刻。
8. 《科學玩很大》很棒，雖然短但很精緻，運用實驗引導思考，不是立即給答案，循序漸進有步驟，由近至遠、從小到大，重複的實驗裡面從少變到多，完全沒有說教，最重要的是用實驗引導孩子思考、發現問題、解決問題的能力，沒有多餘的旁白，吸引孩子專注的看，非常「寓教於樂」。
9. 《故宮奇航》配合動畫說故事的方式，學習者為主體，裡面都有互動、觀察、思考，要知道觀察、體驗、發表、反思，這些步驟很重要，其實整個節目有觀察、探討、實作、反思才會創新。很棒的是以孩子為主，小朋友不但參與其中，還有他們的心得，這已經很符合教育的意義了。

問：九個節目講完，請老師抽三張卡片做分類，並說明分類的原因。

答：《藍彼得》和《外婆家放寒假》是一類，他們相同就是體驗，《藍彼得》更是完全體驗學習，《古典魔力客》是用說故事的方式呈現，故事說的很有趣。

問：當我們在比較的時候，除了強調教育的意涵之外，還有節目內容的表現，他你覺得節目帶給小朋友的收穫是什麼？

答：《藍彼得》和《外婆家放寒假》這兩個是比較屬於眼見為憑，眼睛看的是真實的去運作，會有一些啟發性跟研究的精神，引導孩子去思考、去觀察。可以轉化到應用的，《外婆家放寒假》還沒有到那麼強，Blue Peter 我已經是做到轉化、應用。他們相同就是體驗，《古典魔力客》就是用傳授式，就是我們傳統的教授式教學。是去聽、去學習，倒比較是教學，古典音樂不是那麼容易了解，節目給孩子建立一點先備的能力。我們孩子音樂素養並不是很高，還需要接受這樣的教育與學習。如果我們今天素養很高的時候，我已經可以去分辨，再去做創作、轉化、應用。

問：主持人的表現如何？

答：我覺得這裡面的主持人最好就是《藍彼得》，主持人提供給學習者（小朋友）一個舞台，提供一些道具，完全沒有說教也沒有給答案，只是體驗，主持人只是穿梭串場，不會給學習者做一個控制。（古典魔力客）主持人主持的方式是比較用引導式的。甚至還會演搞笑就不會無聊，因為主持人不做作、親和力強，所以會吸引小朋友入戲。

問：在美學方面，無論是場景、道具、陳設，都可以做比較。

答：《藍彼得》完全實景，場景有室內、戶外、實驗場所等很多元。色彩、美學、攝影、剪接方面都是很到位，跟製作的團隊有關係，跨領域的團隊有不同的

觀點，節目精準完整；《外婆家放寒假》也是比較屬於實景，小朋友到東北那邊體驗當地小朋友的生活，可以看到大陸的東北的的人的互動、文化的差異；《古典魔力客》場景、運鏡、色彩、整體都算滿優的。

問：在兒童參與的部分呢？

答：參與的強度當然是《藍彼得，再來就是《外婆家放寒假》。《古典魔力客》只有少部分兒童的參與，是偶替代孩子的角色，如果兒童節目沒有兒童參與，那就會流於教和灌輸，

問：好，那現在請老師抽出三張，分別是《小主播看天下》、《科學玩很大》、《故宮奇航》，請說明分類的原因

答：《小主播看天下》、《科學玩很大》是一類，然後另外一類是《故宮奇航》。《小主播看天下》、《科學玩很大》都是以小朋友學習為主體的方式思考操作，《科學玩很大》科學的問題探討，啟發孩子對科學的興趣和探討問題，從發現問題、解決問題，孩子會轉化、應用，運用在日常生活；《小主播看天下》是新聞的探討，開闊孩子眼界、對文化的探討，就是看到不同國家的文化的差異性；《故宮奇航》是文化的探討、古物的了解，讓孩子觀察體驗，還有對美感的提升。

問：我們談到兒童學習為主體，在體驗學習、觀察學習、還有回饋反思，比較這三個節目的差異。

答：《小主播看天下》沒有回饋反思，只是做一個報導；《故宮奇航》有小朋友對故宮古老的文物的回饋反思；《科學玩很大》是探索學習，從體驗讓觀眾去說“哦 I got it!”那種感覺，沒有說教，發現問題、克服困難、解決問題、一道一道的去突破，有國際觀、無國界的議題；《故宮奇航》是文化的認識，比較偏重自己本土的文化。

問：從做中學、觀察中學習、思考中學習比較這三個節目。

答：《科學玩很大》做中學習、思考中學習，配合科學實驗操作戶外場景非常多元，很多角度不容易拍攝，很費心；《小主播看天下》引領孩子去思考一些事情；《故宮奇航》小朋友在互動時觀察、思考、反思回饋這個是正面。

問：接下來剩下這三個節目《第九堂課》、《奧林 P 客》、《跟書去旅行》，比較他們的差異性？

答：《第九堂課》、《奧林 P 客》是一類，都是主持人在主導，主持人都搶掉了所有，完全都是主持人在自問自答、跟訪問的人在互動，小朋友都是配角，像活道具。《跟書去旅行》有說故事、繪本，然後問問題，教條方式的問題，跟小朋友的互動很少。最後由小朋友去推薦一本書，也是草草結束，很可惜。

問：這些節目有什麼明確的教育目標嗎？

答：《第九堂課》效法名人生命故事，有一些啟發，但主持人無視於兒童的存在，沒聽到感動的地方，如果能夠把感動說出來，有內化統整是不是會更深刻。

附錄四：「學齡前兒童節目」德菲法專家學者群基本背景資料

領域	代號	專家/學術專長/工作領域
學前教育專家	A1	國立台北教育大學教育系副教授。學術專長：媒體識讀教育研究學者、教育科技與媒體、數位學習、媒體識讀教育研究
	A2	台北市立教育大學幼教系副教授。學術專長：兒童認知與學習、各國幼教與政策措施
	A3	台北市立教育大學幼教系副教授，兒童節目諮詢顧問，廣播電視金鐘獎評審。學術專長：幼兒語文發展與教學、幼教政策、媒體與兒童發展發展
	A4	慈濟大學兒童發展與家庭教育學系副教授，兒童節目諮詢顧問。學術專長：家政教育、兒童社會與情緒教學、嬰幼兒發展評估
	A5	國立台東大學幼教系助理教授。學術專長：多元讀寫素養、多元文化課程與教育研究、幼兒科學教育
	A6	國立新竹教育大學幼教系助理教授。學術專長：兒童文學、童年研究、圖像閱讀
	A7	國立政大幼兒教育研究所教授。學術專長：童年與幼教生態研究、幼師專業成長
	A8	經國管理學院幼兒保育系講師。學術專長：兒童發展
	A9	國立台北教育大學課程與教學傳播科技研究所教授。學術專長：教育傳播與科技
	A10	桃園療養院精神科醫師，國際兒童影展評審。學術專長：兒童青少年精神醫學、兒童發展
傳播學者	A11	國立政大廣電系講師，兒童節目諮詢顧問，廣播電視金鐘獎評審。學術專長：廣播電視節目製作、教育科技、數位學習
	A12	南台科技大學資訊傳播系助理教授。學術專長：多媒體實務規劃與設計、網路閱聽人與新素養
	A13	淡江大學資訊傳播系副教授。學術專長：研究方法、傳播心理
兒童節目製作核心人員	A14	台灣國際兒童影展策展人，紀錄片工作者
	A15	公視兒童少年節目製作人，青少年戲劇製作人。榮獲金鐘獎八座、國際兒童影展五座獎項等
	A16	公視學齡前兒童節目企劃編劇
	A17	公視兒童節目企劃編劇，電視劇編劇
	A18	公視兒童節目企劃編劇，藝文、實境節目編劇

	A19	紀錄片導演，金馬獎評審委員
	A20	學齡前兒童節目企劃編劇。專長：兒童節目研究
	A21	公視兒童節目導播。榮獲金鐘獎一座
	A22	學齡前兒童節目主持人，兒童節目製作人、主持人，如果兒童劇團團長，演員，導演。榮獲金鐘獎三座
幼兒園 老師	A23	三民托兒所老師
	A24	上誼文化實業股份有限公司副總經理
	A25	信誼基金會實驗托兒所所長
	A26	政大公幼老師
	A27	成長幼兒園園長，成長基金會執行長，學齡前兒童節目主持人、企劃
	A28	全國家長聯盟，高雄區幼兒園園長
幼兒 家長	A29	公視兒童節目製作人、企劃編劇，藝文、實境、青少年戲劇節目編劇
	A30	公視教育服務企劃，小導演大夢想工作方執行，影像創作營隊執行
	A31	三玉國小老師。專長：特殊教育
	A32	全國家長聯盟台中區家長
文教 團體 代表	A33	兒福聯盟執行長。專長：兒童福利政策與法規
	A34	台北教師會理事長，全國教師會諮商輔導處處長。專長：教師評鑑、諮商與輔導
	A35	全國家長聯盟副秘書長
兒童節 目政策 制定者	A36	國立清華大學通識中心暨科技法律研究所副教授，前NCC國家通訊傳播委員會委員，NCC「兒少通訊傳播權益政策白皮書」委員。學術專長：憲法、行政法、大眾傳播法等

附錄五：「學齡前兒童節目」優質指標第一回合問卷

各位專家先進 您好：

非常感謝您在百忙中願意提供您的專業與經驗，協助我們填答這份問卷。本研究主題為「建構台灣兒童電視節目優質指標之研究」，主要目的是希望藉此研究建構台灣兒童電視節目優質之指標，以供學界、教育界、傳播界，兒童節目研究和實務工作者，做為評估優質節目的基礎，未來則以此為基礎，發展其他類型兒童節目衡量優質的指標，方可能促使兒童節目整體品質提升。

本研究採用「凱利方格法」獲得初步指標之後，再以修正式德菲法進行，組成專家學者群後，向專家學者成員個別調查對本研究議題的意見；估計約需進行三次之問卷步驟，並依據專家學者成員對於前一份問卷之答覆擬訂下一份問卷內容，藉問卷過程整合各方意見以建立共識之指標，達到本研究主題之結論。本問卷純屬學術目的，且所有專家學者之意見表現於研究內容中，絕不做個別批露，請您放心作答。目前您所收到的是本研究的第一回合問卷，請您逐題填答本問卷內容，惠賜您對建構台灣兒童電視節目優質指標之高見。本問卷於填答完畢後，並請於五日內利用 E-MAIL 方式回覆，或通知研究者親往執收。研究者在整合所有專家學者成員的意見後，將儘速寄送第二回合問卷予您。若有任何問題，歡迎聯絡。再次謝謝您的熱心參與。

敬祝
平安 如意

國立政治大學傳播學院碩士在職專班
指導教授：關尚仁博士
研究生：唐台齡
聯絡電話：0917-273-903
E-MAIL：tailintang@gmail.com

「學齡前兒童節目」優質指標第一回合問卷

【填答人】女士/先生

【填答說明】

1. 本問卷研究主題—《建構台灣兒童電視節目優質指標之研究》中學齡前兒童節目指的是國人自製節目，不包含戲劇類與外購卡通。
2. 《建構台灣兒童電視節目優質指標之研究》中「學齡前兒童節目」建構之面向指標，分為「目標觀眾」、「學習功能」、「內容呈現」、「製作技術」等四大面項分別發展優質指標。

四大面向表：

面向	優質核心元素
目標觀眾	符合目標觀眾認知發展、兒童角色、具備兒童觀點
學習功能	學習目的、語言學習、教育目標
內容呈現	內容多元、主持人表現、演出角色
製作技術	呈現的設計與形式、音樂歌曲與律動

2. 請您依序閱讀各項指標與說明的敘述，並就您的專業與經驗進行判斷，評估表列所建構之指標對兒童節目的重要程度。
3. 指標評分採 1-7 分數等級，從 1 至 7 選項中圈選出您對該指標敘述內容之重要程度，分數給予 1(表示極不重要)、2(表示相當不重要)、3(表示不太重要)、4(表示有點重要)、5 (表示還算重要)、6(表示相當重要)、7(表示極重要)的分數，數字愈大重要程度愈高。

4.【填答範例】

指標範例參考如下：

指標範例	目標觀眾	7	6	5	4	3	2	1
			V					
說明：貼近孩子生活，與幼兒生活經驗連結，開拓孩子的眼界								

【第一個面向】目標觀眾

就您的專業與經驗判斷，在促進「目標觀眾」核心價值部分，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

目標觀眾—依據幼兒發展狀態與學習需求，製作適合幼兒興趣與能力發展的節目。學齡前兒童節目提供符合幼兒年齡層發展需求、兒童角色、具備兒童觀點。

【第一個面向】目標觀眾 指標及說明		極重要 ←→ 極不重要						
構面一：符合目標觀眾認知發展								
指標 01	貼近孩子的生活，從幼兒生活經驗出發	7	6	5	4	3	2	1
說明：以外景的方式拍攝，呈現幼兒真實生活，從幼兒生活經驗出發，和孩子討論、交換意見，而非成人人以主觀訴說的方式貫穿整個節目，和幼兒唱唱跳跳，只談歡樂或是很多美好。								
指標 02	呈現幼兒之間個別差異	7	6	5	4	3	2	1
說明：每位幼兒都是獨特的個體，強調每一個人都是不同，不能一視同仁，要讓孩子有機會認識自己，不同的個性會產生不同的學習。								
指標 03	尊重「差異性」，引導目標觀眾同理他人	7	6	5	4	3	2	1
說明：尊重「差異性」，引導目標觀眾從自我中心到同理他人，在與同儕的互動及協商中學習友愛、互助、和睦相處的道德和健康人格。								
指標 04	引導目標觀眾從「觀察中學習」，運用「感官」從探索中獲得學習樂趣	7	6	5	4	3	2	1
說明：運用五項感官（視覺、聽覺、觸覺、嗅覺、味覺）讓孩子自己觀察、主動學習，從探索中獲得學習樂趣。								
指標 05	引導目標觀眾從「遊戲中學習」，逐步嘗試新的行為，新經驗的拓寬，開啟孩子的眼界	7	6	5	4	3	2	1
說明：兒童天生喜歡遊戲和玩耍，從遊戲中嘗試新的行為，表現自己，了解他人有不同的的想法，新經驗的拓寬，可以開啟孩子的眼界。								
指標 06	從「做中學」經驗，激發孩子創造力	7	6	5	4	3	2	1
說明：讓幼兒參與體驗做中學活動，激發孩子創造力與問題解決的可能性。								
指標	大人循序漸進引導幼兒學習、思考，協助孩	7	6	5	4	3	2	1

07	子解決問題的能力							
說明：學習是循序漸進，大人提供適當的支持與引導(即鷹架)，協助幼兒解決問題的能力。								
構面二：兒童角色								
指標 08	小朋友演出自己，自然呈現，不要刻意著墨	7	6	5	4	3	2	1
說明：小朋友在節目中自然呈現，不刻意著墨扮演劇中角色，像小大人似的，裝扮老氣，聲音表情不自然，無法呈現孩子天真活潑一面。								
構面三：具備兒童觀點								
指標 09	節目提供多元觀點，增廣幼兒的學習視野	7	6	5	4	3	2	1
說明：兒童不會站在別人的觀點來看事情，也不會是相同的觀點來看事情，要提供多元觀點，增廣幼兒的學習視野。								
指標 10	在節目的產製過程中，應充分尊重幼兒的想法，讓幼兒參與表達	7	6	5	4	3	2	1
說明：在節目的產製過程中，應充分培養孩子形成自己的意見與想法，尊重幼兒的想法，孩子會問許多問題，讓幼兒在節目中參與表達，和主持人對話。								
指標 11	在節目中呈現孩子的主體性，鼓勵創意思考，給予幼兒自我挑戰空間	7	6	5	4	3	2	1
說明：在節目中呈現孩子的主體性，以幼兒為主的探索思考，給予幼兒自我挑戰機會，不管成功或失敗，都是呈現幼兒的努力的過程。								
除了上述指標外，在學齡前兒童節目優質指標—目標觀眾面向，您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供予我們。								

【第二個面向】

就您的專業與經驗判斷，在促進「學習功能」核心價值部分，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

學習功能—學習目的彰顯觀察學習、真實體驗，系統化學習、學習概念多元具有廣義的教育或教學目標。明確標顯節目的學習主旨、語言學習、從以學習領域為主的認知到廣義的情意、技能內涵。

【第二個面向】學習功能 指標及說明		極重要 ←→ 極不重要						
構面一：學習目的								
指標 12	引導目標觀眾系統化學習，促進孩子去思考、嘗試	7	6	5	4	3	2	1
說明：引導目標觀眾系統化學習，用多元的手法來呈現一個概念，設計開放性問題，孩子會去思考、嘗試，邊玩邊學中調整，會做得更好。								
指標 13	引導目標觀眾學習社會能力，促進幼兒人際溝通的能力	7	6	5	4	3	2	1
說明：在節目中探討「愛」、「關懷」、「分享」、「合作」等生活議題，強化幼兒人際溝通的能力，增進幼兒的想像力與社會化。								
指標 14	引導目標觀眾學習情緒能力，和孩子對話	7	6	5	4	3	2	1
說明：情緒議題很適合孩子，引導目標觀眾學習情緒能力，節目跟孩子談論生活裡很真實議題，如父母離婚、霸凌、災難事件等生活現象，幼兒學習情緒調節能力。								
指標 15	引導目標觀眾學習問題解決的能力，協同合作、共同完成，培養幼兒合群習性	7	6	5	4	3	2	1
說明：讓孩子和節目角色對話，提出解決問題的方法，問題解決不一定是自己獨力完成，也可以跟別人協同合作共同完成，培養幼兒合群習性。								
構面二：語言學習								
指標 16	主持人必須咬字清晰，說話速度緩慢，有助幼兒理解節目	7	6	5	4	3	2	1
說明：主持人必須咬字清晰，說話速度緩慢，要講幼兒聽得懂的語言，有助幼兒理解節目，如果主持人說話速度很快，用字遣詞深奧，孩子不會想收看的。								
指標 17	節目的製作應具備輔助幼兒語言學習，運用「重複性學習」於節目設計之中，鼓勵幼兒說話、模仿	7	6	5	4	3	2	1
說明：節目的製作應具備輔助幼兒語言學習，語文學習要不斷重複或提醒，鼓勵幼兒說話、模仿，運用不同方式重複，孩子才能不斷練習，學習才會深刻。重複練習不是重複念3次，這樣太單調無趣，無法達成學習效果。								
指標 18	節目使用幼兒能夠理解的語言，搭配精心設計的畫面，幼兒接受度高	7	6	5	4	3	2	1
說明：運用各種不同的MV或是拍攝手法，使用幼兒能夠理解的語言，搭配精心設計的畫面，幼兒接受度高。								
構面三：教育目標								

指標 19	節目具備廣義的教育或教學目標	7	6	5	4	3	2	1
說明：具有廣義的教育或教學目標。以學習領域為主（如認知、語文、社會、情緒、美感等），到情意內涵如教導人生以及技能內涵如聽、說、讀、寫，語言、溝通的基本能力。								
指標 20	以「情意」為教育目標的節目，能夠幫助孩子學習社會化的能力	7	6	5	4	3	2	1
說明：節目能有效、正向表達情緒，傳達孩子的感受，幫助孩子學習社會化的能力。								
指標 21	以「認知」為教育目標的節目，培養幼兒思考能力	7	6	5	4	3	2	1
說明：在認知技巧上，幫助幼兒資訊分類、關係理解、計算技能及空間意識，培養思考能力。								
指標 22	以「語文認知」為教育目標的節目，能夠鼓勵孩童理解語言及使用新的字彙	7	6	5	4	3	2	1
說明：利用重覆朗誦、動作，及聲音的模仿，要引起目標觀眾的興趣，能夠鼓勵孩童理解語言及使用新的字彙，達到學習的目的。								
指標 23	以「技能」為教育目標的節目，培養幼兒生活自理能力，肯定孩子的努力	7	6	5	4	3	2	1
說明：鼓勵孩子獨立完成一件事，如穿衣服、穿鞋，肯定孩子的努力。								
指標 24	以「情緒」為教育目標的節目，能夠培養幼兒處理情緒，及尊重自己和他人的能力	7	6	5	4	3	2	1
說明：幼兒「情緒教育」要從道德性和情感面切入，孩子會自我關懷，關心他人感受，培養幼兒尊重自己和他人的能力								
除了上述指標外，在兒童節目優質指標—學習功能面向，您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供予我們。								

【第三個面向】內容呈現

就您的專業與經驗判斷，在促進「內容呈現」核心價值部分，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

內容呈現—兒童節目必須多元，提供多元觀點，表達兒童自己的語言、文化與生

活經驗等。內容具原創性，傳遞正面的基本價值。主持人的表現，演出角色等。

【第三個面向】內容呈現 指標及說明		極重要 ←→ 極不重要						
構面一：內容多元								
指標 25	內容具引導性，呈現社群的互動	7	6	5	4	3	2	1
說明：幼兒對生活環境充滿好奇與探究的動力，呈現社群互動（社區縮影），引導孩子看到真實生活樣貌，引起好奇心，帶給幼兒新鮮感。而不是給孩子蓋一間溫室而已。								
指標 26	以兒童為主體進行的資訊傳遞，讓孩子享受學習的過程	7	6	5	4	3	2	1
說明：資訊的傳遞，以兒童為主體進行的「做中學」、「親身體驗」、「主動參與」、「解決問題的過程」、「生活和經驗的結合」，享受學習過程。								
指標 27	建構幼兒的文化認同，引導目標觀眾關懷與尊重多元文化	7	6	5	4	3	2	1
說明：面對多元文化的社會，培養幼兒面對、接納不同文化的態度，進而包容、關懷與尊重不同文化，塑造自我認同。								
指標 28	呈現多元價值觀，引導孩子學習利社會的行為	7	6	5	4	3	2	1
說明：多元社會呈現多元價值觀，引導孩子學習利社會的行為。								
指標 29	配合孩子的思考速度，節目風格細膩緩慢	7	6	5	4	3	2	1
說明：從孩子的發展來看，慢步調很適合幼兒，節目風格細膩緩慢，簡單的元素，配合孩子的思考速度，幼兒會專注觀看。								
指標 30	節目的架構能被幼兒預測，讓孩子喜歡收視	7	6	5	4	3	2	1
說明：節目平穩結構，孩子可預期，固定的模式，讓幼童可以預測接下來有什麼內容，讓孩子有興趣收看。								
指標 31	節目除了教育性，應具有娛樂性，讓幼兒有驚喜感	7	6	5	4	3	2	1
說明：節目應具有娛樂性，穿插一些變化，讓孩子驚喜，就有了些趣味性。亦即在穩定的結構裡做變化，是學前的孩子需要的。								
指標 32	主題清楚，具原創性	7	6	5	4	3	2	1
說明：主題與幼兒生活經驗結合，一以貫之，實踐創新構想，具原創性，而非複製								

其他節目類型。								
指標 33	以說故事形式呈現的節目，用正向意涵傳達故事內涵，啟發幼兒心智	7	6	5	4	3	2	1
說明：「聽故事」是孩子能投入節目的重要元素，故事情境貼近孩子，用正向意涵傳達故事概念，讓主題貫穿其中，從頭到尾，有一致性和延續性，可以啟發幼兒心智。								
指標 34	節目運用「總結」的複習功能，幫助幼兒學習	7	6	5	4	3	2	1
說明：總結對孩子來說有複習功能，幫助孩子學習深刻一點。								
指標 35	聘用幼教專家參與，以保障幼兒節目教育內涵的表現	7	6	5	4	3	2	1
說明：節目方向與內容諮詢相關領域幼教專家、傳播學者，以保障幼兒節目教育內涵的表現。								
構面二：主持人表現								
指標 36	主持人真誠、親切有耐心，像朋友一樣，讓孩子覺得被尊重	7	6	5	4	3	2	1
說明：主持人真誠、親切有耐心跟孩子互動，能了解孩子的心情，是誠心跟小朋友交朋友，孩子覺得被尊重。								
指標 37	主持人平易近人，對孩子做的每件事都很關注	7	6	5	4	3	2	1
說明：主持人平實自然，服裝輕便，說話輕柔，語調緩慢，有條理鋪陳，對孩子每件事都很關注，鼓勵孩子有好奇心和想像力，孩子感受到溫暖，具良好的示範性。而不是靠外表、年輕、活潑，塑造偶像形象弄一堆造型、有一群粉絲追的樣子，只是透過偶像化來吸引孩子，也許只能抓住孩子暫時注意力，而具知識、深度內涵的東西就容易忽略掉。								
指標 38	主持人尊重孩子、理解孩子	7	6	5	4	3	2	1
說明：主持人真誠、沈穩態度和孩子交換意見，分享經驗，尊重孩子、理解孩子								
指標 39	主持人年齡、職業多元，正面形象，像家人，帶給孩子親切感	7	6	5	4	3	2	1
說明：主持人年齡、職業多元，正面形象，像家人一樣，帶給孩子親切感，主持人因人生的歷練，帶給孩子感受性會很不一樣。								
指標 40	主持人不以上對下的態度對待幼兒，協助、支援幼兒完成任務	7	6	5	4	3	2	1
說明：主持人不以傳統方式以上對下的態度對待幼兒，給予孩子適時協助、的支持。								

指標 41	主持人咬字清晰，說話誠懇、速度慢、語言簡單，培養兒童聽與說的能力	7	6	5	4	3	2	1
說明：主持人講話慢條斯理，咬字清晰，刻意去把嘴型做出來，說話語氣溫和、速度慢、語文簡單，除了讓孩子聽懂他說的話，孩子也要學著說，培養兒童聽與說的能力。								
指標 42	主持人專心聆聽幼兒說話、給幼兒思考機會	7	6	5	4	3	2	1
說明：主持人認真地傾聽，給予孩子充足的思考機會、回答，引導他們發現生活中的樂趣。								
構面三：演出角色								
指標 43	角色多元不刻板，正面的角色楷模，可以激勵與啟發幼兒	7	6	5	4	3	2	1
說明：角色多元，每個角色、人物都有不同個性、情緒，正面的角色楷模，可以激勵與啟發幼兒，幫助他們了解節目中角色與他們自己相同與不同之處。提供幼兒遵循且模仿的對象。								
指標 44	偶製作精緻生動，色彩飽和，角色造貼近幼兒	7	6	5	4	3	2	1
說明：偶製作精緻生動，角色造型貼近幼兒，如手偶、人偶，講究細節變化，操偶靈活，孩子會覺得很有趣。								
指標 45	偶自然真實，言行有示範性，孩子會角色投射	7	6	5	4	3	2	1
說明：孩子跟偶是有情感的，偶有自然真實，孩子會投射他們的情緒和想法在偶的身上。								
除了上述指標外，在兒童節目優質指標－內容呈現面向，您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供與我們。								

【第四個面向】製作技術

就您的專業與經驗判斷，在促進「製作技術」核心價值部分，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

製作技術－視覺美感，色彩柔和，場景立體生動多元，攝影機平實、中性的拍攝，特寫鏡頭幫助孩子觀察事件。拍攝細節、注重構圖，幫助孩子認識世界。MV 創

作音樂多元，配樂輕柔、緩慢，活潑的節奏，帶動氣氛。創作兒歌，歌曲設計偏短簡單，孩子易朗朗上口，「律動」幫助幼兒學習觀察和預測動作。

【第四個面向】製作技術 指標及說明		極重要 ←→ 極不重要						
構面一：呈現的設計與技術								
指標 46	視覺美感，色彩柔和，清爽不混搭，拓展幼兒美學的素養	7	6	5	4	3	2	1
說明：美學概念出發，簡單的元素，色彩柔和、清爽不混搭，孩子會被視覺效果所吸引感到著迷，可以拓展幼兒美學的素養。								
指標 47	場景立體生動多元，道具、服裝精心製作，單純不花俏，具親近性	7	6	5	4	3	2	1
說明：打造立體生動的背景，精緻道具、服裝，如真實生活、單純不花俏，與場景相容，給孩子親近的感覺。								
指標 48	運用近距離拍攝，「特寫鏡頭」幫助孩子觀察重點	7	6	5	4	3	2	1
說明：節目用遠鏡頭拍攝，囫圇吞棗，孩子看不到重點。「特寫鏡頭」幫助孩子看到重點，清楚觀察事件。								
指標 49	攝影注重細節和構圖，幫助孩子認識世界	7	6	5	4	3	2	1
說明：攝影機平實、中性的拍攝，拍攝時注重細節和構圖，小孩透過攝影鏡頭看到更細膩的地方，幫助孩子對這個世界更多一點了解。如果鏡頭跳接太快，孩子反而看不清楚要表達的訊息。								
指標 50	能提供豐富的美感經驗，啟發幼兒的想像力	7	6	5	4	3	2	1
說明：運用新科技，提升製作技術，藉由創作美感，啟發幼兒的想像力。								
構面二：音樂歌曲與律動								
指標 51	節目裡的MV創作音樂多元，讓孩子享受音樂的節奏	7	6	5	4	3	2	1
說明：編排節目注意音樂質感與適當性，MV創作音樂多元，孩子享受音樂的節奏與韻律。								
指標 52	節目裡的配樂輕柔、緩慢，活潑的節奏帶動氣氛	7	6	5	4	3	2	1
說明：配樂輕柔、緩慢，孩子覺得舒服；活潑輕快的節奏，可以帶動氣氛，音樂要配的恰到好處，該有驚奇就有驚奇，觀眾的情緒隨之轉換是順暢的。								
指標	引導孩子想像空間的畫面，不作多餘配樂和	7	6	5	4	3	2	1

53	旁白，讓孩子主動觀察							
說明：襯底音樂填滿整個節目，孩子聽不清楚傳遞的訊息，有時沒有音樂，不加旁白，給孩子影像留白，讓孩子主動觀察。								
指標	節目中的創作兒歌，歌曲設計偏短簡單，孩子易朗朗上口	7	6	5	4	3	2	1
54								
說明：幼兒能夠接受樂曲的長度有限，歌曲設計偏短簡單，考慮幼兒程度，短版樂曲，節奏輕快、簡單不複雜、易朗朗上口。如果曲風很成熟、太長，充滿流行元素，非孩子生活經驗，孩子跟不上節拍，是不適合的。								
指標	以「律動」為主的節目，歌詞曲與動作簡單，適時重複提示，讓孩子模仿學習	7	6	5	4	3	2	1
55								
說明：「律動」用簡單的歌曲跟動作表達，孩子很容易抓到節拍，產生愉悅感，重複讓孩子可以模仿學習，促進幼兒平衡感或手眼協調。歌詞簡單提示，讓孩子學習觀察和預測動作，建立一種“我能做到”的自信。								
除了上述指標外，在兒童節目優質指標—製作技術面向，您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供與我們。								



附錄六：「學齡前兒童節目」優質指標第二回合問卷

各位專家先進 您好：

非常感謝您於之前所提供的寶貴意見，協助我們填答完成本研究「建構台灣兒童電視節目優質指標之研究」的第一回合問卷，更希望您能再次給予協助與支持，填答第二回合問卷，以利本研究的後續進行。

您與其他專家學者所表達之意見，經統計彙整後，已列入本次第二回合問卷中，本問卷各題項，均呈現您填答第一回合問卷，以及其他專家學者意見之統計分佈，以提供您於填答本次問卷之參考。此外，也在每一個面向的主題項後面，呈現第一回合專家學者對於問卷所提出的補充意見，主要的目的在於提供專家學者了解其他人之看法，並進行意見交流，以達成全體對本研究的共識。如果您對此份問卷之題項，有任何修改、補充意見之想法，非常歡迎您不吝指教。

本問卷填答完畢後，敬請於五日內利用 E-MAIL 方式回覆，或通知研究者親往執收。研究者在整合所有專家學者成員的意見後，將儘速寄送第三回合問卷予您。若有任何問題，歡迎聯絡，再次謝謝您的熱心參與。

敬祝
平安 如意

國立政治大學傳播學院碩士在職專班
指導教授：關尚仁博士
研究生：唐台齡
聯絡電話：0917-273-903
E-MAIL：tailintang@gmail.com

「學齡前兒童節目」優質指標第二回合問卷

【填答人】 女士/先生

【填答說明】

1. 本問卷研究主題—《建構台灣兒童電視節目優質指標之研究》中學齡前兒童節目指的是國人自製節目，不包含戲劇類與外購卡通。
2. 《建構台灣兒童電視節目優質指標之研究》中建構學齡前兒童節目之面向指標，分為「目標觀眾」、「學習功能」、「內容呈現」、「製作技術」、「製播效益」五大面向等分別發展優質指標如下。

五大面向表：

面向	優質核心元素
目標觀眾	符合目標觀眾認知發展、具備兒童觀點、兒童角色、
學習功能	教育目標、學習內涵
內容呈現	多元性、主持人表現、演出角色
製作技術	呈現的設計與技術、音樂歌曲與律動
製播效益	延伸價值

3. 請您依序閱讀各項指標與說明的敘述，並就您的專業與經驗進行判斷，評估表列所建構之指標對兒童節目的重要程度。「※」表示新增題項，「◎」表示該指標彙整第二回合學者、專家的意見後已加以修正。
4. 指標評分採 1-7 分數等級，從 1 至 7 選項中圈選出您對該指標敘述內容之重要程度，分數給予 1 (表示極不重要)、2(表示相當不重要)、3(表示不太重要)、4(表示有點重要)、5(表示還算重要)、6(表示相當重要)、7(表示極重要)的分數，數字愈大重要程度愈高。
5. 第二回合問卷統計及意見分布 1 欄中，「上次意見」代表您上一回合之填答意見、「平均數」代表上一回合學者專家意見的平均值。空白者為中度共識、修改之指標。

6. 已具高度共識之指標共計 20 項，不須再填答，部分已依第一回合意見整併。
7. 每一面向指標題項最後，另提列第一回合專家學者補充意見，由於涉及新增、整併、修正。亦請各位專家學者對於修正後指標予以重要程度評分。
8. 計發放 34 份第二回合問卷，第一回合問卷中有 2 位專家學者以文字意見為主，故僅計算 34 位之評分，計回收 36 份問卷。

9.【填答範例】

請於此勾選本次之意見評分		您前次勾選之意見評分	
【第一個面向】目標觀眾 指標及說明		極重要 ←→ 極不重要	第一回合問卷統計及意見分布
構面一：符合目標觀眾認知發展			
◎指標 01	以目標觀眾為主體規劃與設計節目的資訊內容與節目風格	7	6 5 4 3 2 1
		V	上次意見：6 平均數：5.68
說明：以目標觀眾為主體設計的節目風格，可以讓孩子享受過程並有效接收訊息。		1分0位	5分6位
		2分2位	6分12位
		3分2位	7分11位
		4分1位	共計34位
第一回合問卷所有專家學者對本指標意見之平均數及分佈			

【第一個面向】目標觀眾

就您的專業與經驗判斷，在促進「目標觀眾」核心面向，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

目標觀眾—依據目標觀眾發展狀態與學習需求，製作適合目標觀眾興趣與能力發展的節目。學齡前兒童節目提供符合目標觀眾年齡層適齡、適性發展需求。

【第一個面向】目標觀眾 指標及說明		極重要 ←→ 極不重要	第一回合問卷統計及意見分布
構面一：符合目標觀眾認知發展			
◎指標	以目標觀眾主體發展規劃與	7	6 5 4 3 2 1
			上次意見：6

01	設計節目的資訊內容與節目風格									平均數：5.68
說明：以目標觀眾為主體設計的節目風格，可以讓孩子享受過程並有效接收訊息。										
1分0位 5分6位										
2分2位 6分12位										
3分2位 7分11位										
4分1位 共計34位										
◎指標 02	貼近目標觀眾的真實生活，由其生活經驗出發	高度共識							上次意見：6	
平均數：6.24										
說明：以多元手法呈現目標觀眾的真實生活，和孩子討論、交換意見，而非只由成人以主觀訴說的方式貫穿整個節目。										
1分0位 5分5位										
2分0位 6分10位										
3分0位 7分17位										
4分2位 共計34位										
◎指標 03	引導目標觀眾從「觀察中學習」與「做中學」	高度共識							上次意見：6	
平均數：6.21										
說明：運用「觀察中學習」，讓孩子自己觀察、主動學習，引起體驗的興趣。五項感官（視覺、聽覺、觸覺、嗅覺、味覺）在運用和學習上各有不同的思考和需要。										
1分0位 5分6位										
2分0位 6分12位										
3分0位 7分15位										
4分1位 共計34位										
◎指標 04	引導目標觀眾從「遊戲中學習」	高度共識							上次意見：6	
平均數：5.94										
說明：兒童天生喜歡遊戲和玩耍，從遊戲中嘗試新的行為，拓寬新的經驗，開展孩子的眼界。										
1分0位 5分4位										
2分0位 6分18位										
3分1位 7分9位										
4分2位 共34位										
◎指標 05	鼓勵目標觀眾創意思考，給予自我挑戰的空間	高度共識							上次意見：	
平均數：5.91										
說明：以目標觀眾為主的探索思考，給予目標觀眾自我挑戰機會，不管目標觀眾做的成功或失敗，都是呈現目標觀眾的努力的過程。										
1分0位 5分8位										
2分0位 6分15位										
3分0位 7分9位										
4分2位 共34位										
構面二：具備兒童觀點										
◎指標 06	提供兒童角色的多元觀點，呈現人與人之間的個別差異	高度共識							上次意見：	
平均數：6.21										
說明：每位目標觀眾都是獨特的個體，強調每一個人都是不同，不能一視同仁，要讓孩子有機會認識自己，不同的個性、能力會產生不同的需求與學習。讓目標觀眾有機會站在別人的										
1分0位 5分7位										
2分0位 6分13位										
3分0位 7分14位										

角度來看事情，不但增加多元認同機會，也增廣目標觀眾的視野。							4分0位	共34位	
構面三：兒童角色									
◎指標 07	安排的兒童角色使其有機會參與表達，多元反映目標觀眾的想法、感受或觀點	7	6	5	4	3	2	1	上次意見： 平均數：6.03
說明：在節目的產製過程中，應允許兒童角色形成自己的意見與感受，反映目標觀眾的想法。如：節目中安排的兒童角色可以問許多問題，並在節目中參與表達，而非只是大人意見與想法套在孩子身上。							1分0位	5分3位	
							2分1位	6分16位	
							3分0位	7分12位	
							4分2位	共34位	
除了上述指標外，在學齡前兒童節目優質指標－目標觀眾面向，您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供予我們。									

【第二個面向】

就您的專業與經驗判斷，在促進「學習功能」核心面向，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

學習功能—學習目的彰顯觀察學習、真實體驗，系統化學習、學習概念多元具有廣義的教育或教學目標，明確節目的學習內涵。

【第二個面向】學習功能 指標及說明		極重要 ↔ 極不重要							第一回合問卷統計及意見分布	
構面一：教育目標										
◎指標 8	節目具備廣義的教育或學習目標	7	6	5	4	3	2	1	上次意見： 平均數：5.24	
說明：以發展學習任務為主（如認知、語文、社會、情緒、美感教育等），到學習內涵，如：教導人生，包括表達溝通、關懷合作、推理賞析、想像創造、生活自理的基本能力。							1分0位	5分15位		
							2分1位	6分8位		
							3分2位	7分5位		
							4分3位	共34位		
◎指標 9	聘用專家參與，以保障教育目標的達成與學習內涵的表現	高度共識							上次意見： 平均數：6.00	

說明：節目方向與內容諮詢相關領域幼教專家、傳播學者，以保障目標觀眾節目教育內涵的表現。		1分0位	5分3位
		2分0位	6分16位
		3分0位	7分11位
		4分4位	共34位
【第二個面向】學習功能 指標及說明		極重要↔ 極不重要	
		第一回合問卷統計及意見分布	
構面二：學習內涵			
◎指標 10	引導目標觀眾同理他人，並尊重「差異性」。	高度共識	
		上次意見： 平均數：6.26	
說明：尊重「差異性」，引導目標觀眾從自我中心到同理他人，在與同儕的互動及協商中學習友愛、互助、和睦相處的道德和健康人格。		1分0位	5分5位
		2分0位	6分12位
		3分0位	7分16位
		4分1位	共34位
◎指標 11	循序漸進引導目標觀眾系統化思考	高度共識	
		上次意見： 平均數：6.18	
說明：循序漸進，大人提供適當的支持與引導(即鷹架)，協助目標觀眾解決問題的能力。用多元的手法來系統化呈現一個概念，以開放性問題，引導孩子去思考、嘗試，邊玩邊學中調整，會做得更好。		1分0位	5分6位
		2分0位	6分13位
		3分0位	7分14位
		4分1位	共34位
◎指標 12	增進目標觀眾與人溝通及其自我表達能力	7	6
		5	4
		3	2
		1	
		上次意見： 平均數：5.32	
說明：運用各種不同MV或是拍攝手法，重複或提醒，鼓勵目標觀眾說話、模仿，孩子才能不斷練習，學習才會深刻。重複練習不是重複念，這樣太單調無趣，無法達成學習效果。		1分0位	5分13位
		2分0位	6分9位
		3分1位	7分5位
		4分6位	共34位
※指標 13	引導目標觀眾人格的養成和獨立自主性的建立	7	6
		5	4
		3	2
		1	
		新增指標	
說明：引導目標觀眾人格的養成和獨立自主性的建立，培養目標觀眾的健全的人格發展。			
◎指標 14	引導目標觀眾協同合作、共同完成任務	高度共識	
		上次意見： 平均數：6.12	
說明：讓孩子和節目對話，提出解決問題的方法，問題解決不一定是自己獨力完成，也可以跟別人協同合作共同完成，		1分0位	5分6位
		2分0位	6分15位

培養目標觀眾合群習性。	3分0位	7分12位
	4分1位	共34位
除了上述指標外，在兒童節目優質指標—學習功能面向，您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供予我們。		

【第三個面向】內容呈現

就您的專業與經驗判斷，在促進「內容呈現」核心面向，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

內容呈現—兒童節目必須多元具原創性，提供多元觀點，表達兒童自己的語言、文化與生活經驗等；內容適當性與角色表現，傳遞正面的基本價值。

【第三個面向】內容呈現 指標及說明		極重要 ←→ 極不重要	第一回合問卷統計 及意見分布							
構面一：多元性										
◎ 指標 15	呈現多元價值觀	高度共識		上次意見： 平均數：6.35						
說明：多元社會呈現多元價值觀，引導孩子學習尊重多元的態度。			1分0位	5分2位						
			2分0位	6分18位						
			3分0位	7分14位						
			4分0位	共34位						
※ 指標 16	節目容納在地文化的元素，建構目標觀眾的文化認同	7	6	5	4	3	2	1	新增指標	
說明：平衡兒童節目中的城鄉差異，力求內容的在地化（社區本位），自製目標觀眾節目須以主動的態度打造含有在地文化、民情、風土的脈絡與情境。										
◎ 指標 17	呈現社群的良性互動，引導目標觀眾關懷與尊重多元文化	高度共識		上次意見： 平均數：6.18						
說明：目標觀眾對生活環境充滿好奇與探究的動力，呈現社			1分0位	5分8位						

群良性互動（社區縮影），引導孩子看到真實生活樣貌，引起好奇心，帶給目標觀眾新鮮感。面對多元文化的社會，培養目標觀眾面對、接納不同文化的態度，進而包容、關懷與尊重不同文化，塑造自我認同。		2分0位	6分12位
		3分0位	7分14位
		4分0位	共34位
◎ 指標 18	主題明確且節目設計具原創性	高度共識	
		上次意見： 平均數： 6.29	
說明：主題有明確的學習目的，非複製其他節目類型。		1分0位	5分2位
		2分0位	6分16位
		3分1位	7分15位
		4分0位	共34位
◎ 指標 19	用正向意涵傳達學習內容，啟發目標觀眾心智	高度共識	
		上次意見： 平均數： 6.15	
說明：幼兒內在都有善的種子，用正向意涵傳達故事概念，讓主題貫穿其中，從頭到尾，有一致性和延續性，可以得到目標觀眾群的共鳴，也開啓目標觀眾的朝善心智。		1分0位	5分3位
		2分0位	6分14位
		3分0位	7分14位
		4分3位	共34位
◎ 指標 20	固定的節目架構能讓目標觀眾可預測，讓孩子喜歡收看	7	6
		5	4
		3	2
		1	
		上次意見： 平均數： 5.12	
說明：節目平穩固定結構，孩子可預期固定的模式，讓幼童可以預測接下來有什麼內容，讓孩子有期待收看。		1分1位	5分13位
		2分0位	6分9位
		3分2位	7分4位
		4分5位	共34位
◎ 指標 21	節目除了教育性，應具有娛樂性，讓目標觀眾有驚喜感	7	6
		5	4
		3	2
		1	
		上次意見： 平均數： 5.94	
說明：節目應具有娛樂性，穿插一些變化，讓孩子驚喜，就有了些趣味性。亦即在穩定的結構裡做變化，是學前的孩子需要的。		1分0位	5分7位
		2分1位	6分14位
		3分0位	7分11位
		4分1位	共34位
◎ 指標 22	節目運用「總結」的複習功能，引導目標觀眾學習深刻	7	6
		5	4
		3	2
		1	
		上次意見： 平均數： 5.44	
說明：總結對孩子來說有複習功能，幫助孩子學習深刻一點。		1分1位	5分3位
		2分2位	6分13位
		3分3位	7分10位
		4分2位	共34位
構面二：主持人表現			

◎ 指標 23	主持人咬字清晰，說話速度合宜，專心聆聽目標觀眾說話	7	6	5	4	3	2	1	上次意見： 平均數：5.82
說明：主持人必須咬字清晰，說話速度合宜，認真傾聽目標觀眾說話，給予孩子充足的思考機會、回答，培養兒童聽與說的能力，引導他們發現生活中的樂趣。		1分0位		5分7位		2分0位		6分13位	
		3分1位		7分10位		4分3位		共34位	
◎ 指標 24	主持人真誠、親切有耐心，不以上對下的態度對待目標觀眾	高度共識							上次意見： 平均數：6.21
說明：主持人真誠、親切有耐心跟孩子互動，平易近人，尊重孩子、理解孩子，是誠心跟小朋友交朋友，孩子覺得被尊重。以真誠、沈穩態度和孩子交換意見，分享經驗，尊重孩子、理解孩子，鼓勵孩子有好奇心和想像力，孩子感受到溫暖，具良好的示範性。主持人不以傳統方式以上對下的態度對待目標觀眾，給予孩子適時協助的支持。而不是靠外表，塑造偶像化來吸引孩子。		1分0位		5分4位		2分0位		6分15位	
		3分1位		7分14位		4分0位		共34位	
◎ 指標 25	主持人身分創新，維持正面形象，帶給孩子溫暖的感受	7	6	5	4	3	2	1	上次意見： 平均數：5.06
說明：主持人年齡、職業可突破現有框架，維持正面形象，帶給孩子溫暖感受。如跨世代的主持人，因人生的歷練不同可帶給孩子不同的感受。		1分0位		5分9位		2分1位		6分9位	
		3分4位		7分5位		4分6位		共34位	
構面三：演出角色									
◎ 指標 26	節目中主要兒童角色表現自然呈現。	7	6	5	4	3	2	1	上次意見： 平均數：5.56
說明：兒童角色在節目中為目標觀眾年齡層之小朋友，自然呈現，不要正經八百主持節目，像小大人似的，裝扮老氣，聲音表情不自然，無法呈現孩子天真活潑一面。		1分0位		5分11位		2分0位		6分7位	
		3分2位		7分10位		4分4位		共34位	
◎ 指標 27	角色多元不刻板，並提供正面的角色楷模	高度共識							上次意見： 平均數：6.12
說明：角色多元，每個角色、人物都有不同個性、情緒，應適當提供正面行為示範，避免過多負面示範。正面的角色楷模，可以激勵與啟發目標觀眾，幫助他們了解節目中角色與他們自		1分0位		5分7位		2分0位		6分13位	
		3分0位		7分13位					

己相同與不同之處。角色設計應考慮目標觀眾可認同且模仿的對象。							4分1位	共34位	
◎指標 28	賦予非真人角色（如偶、動畫）設計應如同真人一樣是有個性、情感，自然真實、精緻生動	7	6	5	4	3	2	1	上次意見： 平均數：5.85
說明：孩子跟孩子會覺得非真人角色如同真人一般有趣，會投射他們的情緒和想法在偶的身上。							1分0位	5分6位	
							2分1位	6分15位	
							3分1位	7分10位	
							4分1位	共34位	
除了上述指標外，在兒童節目優質指標—內容呈現面向，您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供與我們。									

【第四個面向】製作技術

就您的專業與經驗判斷，在促進「製作技術」核心面向，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

製作技術—呈現設計與技術，包括視覺美感，色彩柔和，場景立體生動多元，攝影機平實、中性的拍攝，特寫鏡頭幫助孩子觀察事件；拍攝細節、注重構圖，幫助孩子認識世界。音樂歌曲與律動以 MV 創作音樂多元，創作兒歌，歌曲設計考慮目標觀眾接受能力；創新多元手法，運用新科技，輔助節目達到學習效果。

【第四個面向】製作技術 指標及說明		極重要 ← → 極不重要	第一回合問卷統計及意見分布	
構面一：呈現設計與技術				
◎ 指標 29	視覺美感，色彩柔和，清爽不混搭	高度共識	上次意見： 平均數：6.09	
說明：美學概念出發，簡單的元素，色彩柔和、清爽不混搭，孩子會被視覺效果所吸引感到著迷，可以拓展目標觀眾美學的素養。			1分0位	5分8位
			2分0位	6分12位
			3分0位	7分13位
			4分1位	共34位
◎ 指標	場景立體生動多元，道具、	高度共識	上次意見：	

30	服裝精心製作，畫面單純不花俏		平均數：5.79						
說明：立體生動的背景，精緻道具、服裝，如真實生活、畫面單純不花俏，與場景相容，給孩子視覺上穩定有重點的感覺。			1分0位	5分9位					
			2分0位	6分16位					
			3分1位	7分7位					
			4分1位	共34位					
◎ 指標 31	能提供豐富的美感經驗，啟發目標觀眾的想像力	高度共識	上次意見： 平均數：6.15						
說明：藉由創作美感，提供豐富的美感經驗，啟發目標觀眾的想像力與創造力。			1分0位	5分4位					
			2分0位	6分15位					
			3分0位	7分13位					
			4分2位	共34位					
◎ 指標 32	運用「特寫鏡頭」近距離拍攝，注重構圖和細節，引導孩子觀察重點	高度共識	上次意見： 平均數：6.09						
說明：「特寫鏡頭」幫助孩子看到重點，清楚觀察事件的細節與重點。攝影機平實、中性的拍攝，拍攝時注重細節和構圖，小孩透過攝影鏡頭看到更細膩的地方，幫助孩子對這個世界更多一點了解。如果鏡頭跳接太快，孩子反而看不清楚要表達的訊息。			1分0位	5分6位					
			2分0位	6分16位					
			3分0位	7分11位					
			4分1位	共34位					
※ 指標 33	運用新科技，增加節目生動性，輔助節目達到學習效果	7	6	5	4	3	2	1	新增指標
說明：運用新科技，如：高速攝影、縮時攝影等攝影特殊器材，搭配多角度拍攝，畫面表達的精準度，讓孩子印象深刻。或透過動畫的表現、具有想像力的特效，流暢的剪接，輔助節目達到效果。更能引起目標觀眾收看的興趣與專注度。									
構面二：音樂歌曲與律動									
◎ 指標 34	MV 創作音樂多元	高度共識	上次意見： 平均數：6.00						
說明：編排節目注意音樂質感與適當性，善用影像和聲音、色彩和音效等符號，少用語言傳遞訊息。			1分0位	5分7位					
			2分0位	6分14位					
			3分0位	7分11位					
			4分2位	共34位					
◎ 指標 35	創作兒歌，歌曲設計關注目標觀眾生活經驗與學習能力	7	6	5	4	3	2	1	上次意見： 平均數：5.82

說明：目標觀眾能夠接受樂曲的長度有限，歌曲設計考慮目標觀眾程度，短版樂曲，節奏輕快、簡單不複雜、易朗朗上口。如果曲風很成熟、太長，孩子跟不上節拍，是不適合的。		1分0位		5分5位					
		2分0位		6分10位					
		3分2位		7分13位					
		4分4位		共34位					
◎ 指標 36	呈現之「律動」單元，參照有關幼兒身體動作的發展與學習原則，引導目標觀眾模仿學習	7	6	5	4	3	2	1	上次意見： 平均數：5.91
說明：「律動」單元參照幼兒園教保課綱內有關身體動作的發展與學習原則，用簡單的歌曲跟動作表達，孩子很容易抓到節拍，產生愉悅感，重複讓孩子可以模仿學習，促進目標觀眾平衡感或手眼協調。歌詞簡單提示，讓孩子學習觀察和預測動作，建立一種“我能做到”的自信。		1分0位		5分6位					
		2分0位		6分10位					
		3分0位		7分13位					
		4分5位		共34位					
◎ 指標 37	給予目標觀眾影像留白，呈現想像的空間	7	6	5	4	3	2	1	上次意見： 平均數：5.53
說明：襯底音樂填滿整個節目，孩子不易聚焦傳遞的訊息，因題材有時沒有音樂，不加旁白，給孩子影像留白，讓孩子主動觀察。		1分0位		5分5位					
		2分1位		6分16位					
		3分1位		7分6位					
		4分5位		共34位					
除了上述指標外，在兒童節目優質指標—製作技術面向，您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供與我們。									

【第五個面向】製播效益

就您的專業與經驗判斷，在促進「製播效益」核心面向，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

製作技術—願景經營，包括長期經營的節目，要有穩定的資金和人力，以提升節目的水準，目標觀眾收視率反應節目受到目標觀眾喜愛的程度、收視質的表現，反應目標觀眾對節目品質的滿意度；延伸價值，發展視聽商品或教育產品，作為學校輔助教材，成為學校教學資源。

構面一：延伸價值

※ 指標 38	節目延伸行銷與教育推廣 價值	7	6	5	4	3	2	1	新增指標	
		說明：播出不同類型節目，延伸節目行銷與教育推廣價值，發展視聽商品或教育產品，作為學校輔助教材，成為學校教學資源。								
									2分位	6分位
									3分位	7分位
									4分位	共計位
除了上述指標外，在兒童節目優質指標－製作技術面向，您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供與我們。										



附錄七：「學齡前兒童電視節目」優質指標第三回合問卷

各位專家先進 您好：

非常感謝您於之前所提供的寶貴意見，協助我們填答完成本研究「建構台灣兒童電視節目優質指標之研究」的第二回合問卷，更希望您能再次給予協助與支持，填答第三回合問卷，以利本研究的後續進行。

您與其他專家學者所表達之意見，經統計彙整後，已列入本次第三回合問卷中，本問卷各題項，均呈現您填答第二回合問卷，以及其他專家學者意見之統計分佈，以提供您於填答本次問卷之參考。此外，也在每一個面向的主題項後面，呈現第二回合專家學者對於問卷所提出的補充意見，主要的目的在於提供專家學者了解其他人之看法，並進行意見交流，以達成全體對本研究的共識。如果您對此份問卷之題項，有任何修改、補充意見之想法，非常歡迎您不吝指教。田達方式請參考下圖填答說明。

本問卷填答完畢後，敬請於五日內利用 E-MAIL 方式回覆，或通知研究者親往執收。若有任何問題，歡迎聯絡，再次謝謝您的熱心參與。

敬祝
平安 如意

國立政治大學傳播學院碩士在職專班
研究生：唐台齡
指導教授：關尚仁博士
聯絡電話：0917-273-903
E-MAIL：tailintang@gmail.com

「學齡前兒童節目」優質指標第三回合問卷

【填答人】女士/先生

【填答說明】

1. 本問卷研究主題—《建構台灣兒童電視節目優質指標之研究》中學齡前兒童節目指的是國人自製節目，不包含戲劇類與外購卡通。
2. 《建構台灣兒童電視節目優質指標之研究》中建構學齡前兒童節目之面向指標，分為「目標觀眾」、「學習功能」、「內容呈現」、「製作技術」四大面向等分別發展優質指標。由於「目標觀眾」、「學習功能」二大面向已獲致專家學者群的高度共識，本次問卷不再填列。

四大面向表：

面向	優質核心元素
目標觀眾	符合目標觀眾認知發展、兒童角色、具備兒童觀點
學習功能	教育目標、學習內涵
內容呈現	多元性、主持人表現、演出角色
製作技術	呈現的設計與技術、音樂歌曲與律動

3. 請您依序閱讀各項指標與說明的敘述，並就您的專業與經驗進行判斷評估表列所建構指標對建構台灣兒童電視節目優質指標之重要程度。「※」表示新增題項，「◎」表示該指標彙整第二回合學者、專家的意見後加以修正。
4. 指標評分採 1-7 分數等級，從 1 至 7 選項中圈選出您對該指標敘述內容之重要程度，分數給予 1（表示極不重要）、2（表示相當不重要）、3（表示不太重要）、4（表示有點重要）、5（表示還算重要）、6（表示相當重要）、（表示極重要）的分數，數字愈大重要程度愈高。
5. 第二回合問卷統計及意見分布 1 欄中，「上次意見」代表您上一回合之填答意見、「平均數」代表上一回合學者專家意見的平均值。空白者為中度共識、修改之指標。

6. 計發放 36 份第二回合問卷，然因 3 位專家學者因事務繁忙，無法繼續參與研究。計回收 33 份問卷。
7. 每一面向指標題向最後，另提列第二回合專家學者補充意見，由於涉及整併（如第 4、22、29、31）修正。亦請各位專家學者對於修正後指標予以重要程度評分。
8. 第一回合與第二回合問卷已具高度共識之指標共計 28 項，不須再填答。
9. **【填答範例】**

請於此勾選本次之意見評分		您前次勾選之意見評分							
【第一個面向】目標觀眾 指標及說明		極重要↔↔↔極不重 要		第二回合問卷統 計及意見分布					
構面一：符合目標觀眾認知發展									
◎指標 01	以目標觀眾為主體，發展、 規劃與設計節目的資訊內容 與節目風格	7	6	5 V	4	3	2	1	上次意見：6 平均數：5.68
說明：以目標觀眾為主體設計的節目風格，可以讓孩子享受 過程並有效接收訊息。		1分0位		5分6位		}			
		2分2位		6分12位					
		3分2位		7分11位					
		4分1位		共33位					
第二回合問卷所有專家學者對本指標意見之平均數及分佈									

【第一個面向】目標觀眾

就您的專業與經驗判斷，在促進「目標觀眾」核心面向，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

目標觀眾—依據目標觀眾發展狀態與學習需求，製作適合目標觀眾興趣與能力發展的節目。學齡前兒童節目提供符合目標觀眾年齡層適齡、適性發展需求。

【第一個面向】目標觀眾 指標及說明	極重要↔↔↔極不重 要	第一回合問卷統 計及意見分布
-----------------------------	----------------	-------------------

構面一：符合目標觀眾認知發展			
◎指標 01	以目標觀眾為主體，發展、 規劃與設計節目的資訊內容 與節目風格	高度共識	上次意見： ----- 平均數： 6.00
說明：以目標觀眾為主體設計的節目風格，可以讓孩子享受過程並有效接收訊息。			1分0位 5分6位 ----- 2分2位 6分12位 ----- 3分2位 7分11位 ----- 4分1位 共33位
◎指標 02	內容貼近目標觀眾的真實生 活，由其生活經驗出發	高度共識	上次意見： ----- 平均數： 6.24
說明：以多元手法呈現目標觀眾的真實生活，和孩子討論、交換意見，而非只由成人以主觀訴說的方式貫穿整個節目			1分0位 5分5位 ----- 2分0位 6分10位 ----- 3分0位 7分17位 ----- 4分2位 共33位
◎指標 03	引導目標觀眾從「觀察中學 習」或「做中學」或「遊戲 中學習」	高度共識	上次意見： ----- 平均數： 6.21
說明：運用「觀察中學習」，讓孩子自己觀察、主動學習，引起體驗的興趣，從探索中獲得學習樂趣。從「做中學」經驗，激發孩子創造力。從「遊戲中」嘗試新的行為，拓寬新的經驗，開展孩子的眼界。上述在運用和學習上各有不同的功能和需要。			1分0位 5分6位 ----- 2分0位 6分12位 ----- 3分0位 7分15位 ----- 4分1位 共33位
◎指標 05	鼓勵目標觀眾創意思考，給 予自我挑戰的空間	高度共識	上次意見： ----- 平均數： 5.91
說明：以目標觀眾為主體的探索思考，給予目標觀眾自我挑戰機會，不管目標觀眾做的成功或失敗，都是呈現目標觀眾的努力的過程。			1分0位 5分4位 ----- 2分0位 6分18位 ----- 3分1位 7分9位 ----- 4分2位 共33位
構面二：兒童角色			
◎指標 06	提供兒童角色的多元觀點， 呈現人與人之間的個別差 異	高度共識	上次意見： ----- 平均數： 6.21
說明：每位小孩都是獨特的個體，強調每一個人的差異，不能一視同仁，要讓孩子有機會認識自己，不同的個性、能力會產生不同的需求與學習。讓目標觀眾有機會站在別人的角度來看事情，不但增加多元認同機會，也增廣目標觀眾的視野。			1分0位 5分7位 ----- 2分0位 6分13位 ----- 3分0位 7分14位 ----- 4分0位 共33位
構面三：具備兒童觀點			

◎指標 07	重視兒童角色的自我陳述與表達，多元反映目標觀眾的想法、感受或觀點	高度共識	上次意見： ----- 平均數：6.00	
說明：在節目的產製過程中，應允許兒童角色形成自己的意見與感受，反映目標觀眾的想法。例如節目中安排的兒童角色可以問許多問題，並在節目中參與表達，而非用大人意見與想法套在孩子身上。			1分0位	5分3位
			2分1位	6分16位
			3分0位	7分12位
			4分2位	共33位
除了上述指標外，在學齡前兒童節目優質指標－目標觀眾面向，您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供予我們。				

【第二個面向】

就您的專業與經驗判斷，在促進「學習功能」核心面向，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

學習功能—學習目的彰顯觀察學習、真實體驗，系統化學習、學習概念多元具有廣義的教育或教學目標，明確節目的學習內涵。

【第二個面向】學習功能 指標及說明		極重要↔↔↔極不重要	第一回合問卷統計 及意見分布	
構面一：教育目標				
◎ 指標 08	節目具備廣義的教育或學習目標	高度共識	上次意見： ----- 平均數：5.52	
說明：以發展學習任務為主（如認知、語文、數學、社會、情緒、美感教育等），到學習內涵，例如：教導人生，包括表達溝通、關懷合作、推理賞析、想像創造、生活自理的基本能力。			1分0位	5分15位
			2分1位	6分8位
			3分2位	7分5位
			4分3位	共33位
◎ 指標 9	聘用專家參與，以保障教育目標的達成與學習內涵的表現	高度共識	上次意見： ----- 平均數：6.00	
說明：節目方向與內容諮詢相關領域幼教專家、傳播學者，以保障目標觀眾節目教育內涵的表現。			1分0位	5分3位
			2分0位	6分16位
			3分0位	7分11位
			4分4位	共33位

【第二個面向】學習功能 指標及說明		極重要 ↔ 極不重要	第一回合問卷統計 及意見分布	
構面二：學習內涵				
◎ 指標 10	引導目標觀眾同理他人，並尊重「差異性」。	高度共識	上次意見： 平均數： 6.26	
說明：尊重「差異性」，引導目標觀眾從自我中心到同理他人，在與同儕的互動及協商中學習友愛、互助、和睦相處的道德和健康人格。			1分0位	5分5位
			2分0位	6分12位
			3分0位	7分16位
			4分1位	共33位
◎ 指標 11	循序漸進引導目標觀眾系統化思考	高度共識	上次意見： 平均數： 6.18	
說明：循序漸進，大人提供適當的支持與引導(即鷹架)，協助目標觀眾解決問題的能力。用多元的手法來系統化呈現一個概念，以開放性問題，引導孩子去思考、嘗試，邊玩邊學中調整，會做得更好。			1分0位	5分6位
			2分0位	6分13位
			3分0位	7分14位
			4分1位	共33位
◎ 指標 12	增進目標觀眾與人溝通及自我表達的能力	高度共識	上次意見： 平均數： 5.73	
說明：運用各種不同 MV 或是拍攝手法，重複或提醒，鼓勵目標觀眾說話、模仿，孩子才能不斷練習，學習才會深刻。			1分0位	5分13位
			2分0位	6分9位
			3分1位	7分5位
			4分6位	共33位
※ 指標 13	引導目標觀眾人格的養成和獨立自主性的建立	高度共識	上次意見： 平均數： 5.94	
說明：引導目標觀眾人格的養成和獨立自主性的建立，培養目標觀眾的健全的人格發展。				
◎ 指標 14	引導目標觀眾協同合作、共同完成任務	高度共識	上次意見： 平均數： 6.12	
說明：讓孩子和節目對話，提出解決問題的方法，問題解決不一定是自己獨力完成，也可以跟別人協同合作共同完成，培養目標觀眾合群習性。			1分0位	5分6位
			2分0位	6分15位
			3分0位	7分12位
			4分1位	共33位
除了上述指標外，在兒童節目優質指標－學習功能面向，您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供予我們。				

--	--

【第三個面向】內容呈現

就您的專業與經驗判斷，在促進「內容呈現」核心面向，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

內容呈現—兒童節目必須多元具原創性，提供多元觀點，表達兒童自己的語言、文化與生活經驗等；內容適當性與角色表現，傳遞正面的基本價值。

【第三個面向】內容呈現 指標及說明		極重要 ← → 極不重要					第二回合問卷統計及意見分布		
構面一：多元性									
※指標 15	呈現多元價值觀	高度共識					上次意見： 平均數： 6.35		
說明：多元社會呈現多元價值觀，引導孩子學習尊重多元的態度。		1分 0位		5分 6位					
		2分 0位		6分 15位					
		3分 0位		7分 12位					
		4分 1位		共 33位					
◎指標 16	節目容納在地文化的元素， 建構目標觀眾的文化認同	7	6	5	4	3	2	1	上次意見： 平均數：
說明：說明：平衡兒童節目中的城鄉差異，力求內容的在地化（社區本位），自製目標觀眾節目須以主動的態度打造含有在地文化、民情、風土的脈絡與情境。		1分 位		5分 位					
		2分 位		6分 位					
		3分 位		7分 位					
		4分 位		共 33位					
指標 17	呈現社群的良性互動，引導 目標觀眾關懷與尊重多元文 化	高度共識					上次意見： 平均數： 6.12		
說明：目標觀眾對生活環境充滿好奇與探究的動力，呈現社群良性互動（社區縮影），引導孩子看到真實生活樣貌，引起好奇心，帶給目標觀眾新鮮感。面對多元文化的社會，培養目標觀眾面對、接納不同文化的態度，進而包容、關懷與尊重不同文化，塑造自我認同。		1分 位		5分 位					
		2分 位		6分 位					
		3分 位		7分 位					
		4分 位		共計 位					
指標	主題明確且節目設計具原創	高度共識					上次意見：		

18	性		平均數：6.18	
說明：主題有明確的學習目的，非複製其他節目類型。			1分位	5分位
			2分位	6分位
			3分位	7分位
			4分位	共計位
指標 19	用正向意涵傳達學習內容， 啟迪目標觀眾的心智	高度共識	上次意見：	
			平均數：6.15	
說明：幼兒內在都有善的種子，用正向意涵傳達故事概念，讓主題貫穿其中，從頭到尾，有一致性和延續性，可以得到目標觀眾群的共鳴，也開啓目標觀眾的朝善心智。			1分位	5分位
			2分位	6分位
			3分位	7分位
			4分位	共計位
◎指標 20	固定的節目架構能讓目標觀 眾可預測，養成收視習慣	7 6 5 4 3 2 1	上次意見：	
			平均數：	
說明：節目平穩固定結構，孩子可預期固定的模式，讓幼童可以預測接下來有什麼內容，讓孩子有期待收看。			1分位	5分位
			2分位	6分位
			3分位	7分位
			4分位	共計位
◎指標 21	節目除了教育性，應具有生活 美感與幽默感	高度共識	上次意見：	
			平均數：5.97	
說明：節目應具有娛樂性，穿插一些變化，讓孩子驚喜，就有了些趣味性。亦即在穩定的結構裡做變化，是學前的孩子需要的。			1分位	5分位
			2分位	6分位
			3分位	7分位
			4分位	共計位
構面二：主持人表現				
◎指標 23	主持人咬字清晰，說話速度 合宜，專心聆聽目標觀眾說 話	高度共識	上次意見：	
			平均數：5.91	
說明：主持人必須咬字清晰，說話速度合宜，認真傾聽目標觀眾說話，給予孩子充足的思考機會、回答，培養兒童聽與說的能力，引導他們發現生活中的樂趣。			1分位	5分位
			2分位	6分位
			3分位	7分位
			4分位	共計位
◎指標 24	主持人真誠、親切有耐心， 不以上對下的態度對待目標 觀眾	高度共識	上次意見：	
			平均數：6.21	
說明：主持人真誠、親切有耐心跟孩子互動，平易近人，尊重			1分位	5分位

孩子、理解孩子，是誠心跟小朋友交朋友，孩子覺得被尊重。以真誠、沈穩態度和孩子交換意見，分享經驗，尊重孩子、理解孩子，鼓勵孩子有好奇心和想像力，孩子感受到溫暖，具良好的示範性。主持人不以傳統方式以上對下的態度對待目標觀眾，給予孩子適時協助的支持。而不是靠外表，塑造偶像化來吸引孩子。		2分位	6分位						
		3分位	7分位						
		4分位	共計位						
◎指標 25	主持人身分創新，維持正面形象，帶給孩子溫暖的感受	7	6	5	4	3	2	1	上次意見： 平均數：
說明：主持人年齡、職業可突破現有框架，維持正面形象，帶給孩子溫暖感受。如跨世代的主持人，因人生的歷練不同可帶給孩子不同的感受。		1分位	5分位						
		2分位	6分位						
		3分位	7分位						
		4分位	共計位						
構面二：演出角色									
◎指標 26	節目中主要兒童角色，為目標觀眾年齡層相仿之小朋友，表現自然	7	6	5	4	3	2	1	上次意見： 平均數：
說明：兒童角色在節目中自然呈現，不要正經八百主持節目，像小大人似的，裝扮老氣，聲音表情不自然，無法呈現孩子天真活潑一面。		1分位	5分位						
		2分位	6分位						
		3分位	7分位						
		4分位	共計位						
◎指標 27	角色多元不刻板，並提供正面的角色楷模	高度共識							上次意見： 平均數：6.12
說明：角色多元，每個角色、人物都有不同個性、情緒，應適當提供正面行為示範，避免過多負面示範。正面的角色楷模，可以激勵與啟發目標觀眾，幫助他們了解節目中角色與他們自己相同與不同之處。角色設計應考慮目標觀眾可認同且模仿的對象。		1分位	5分位						
		2分位	6分位						
		3分位	7分位						
		4分位	共計位						
◎指標 28	賦予非真人角色(如偶、動畫)如同真人一樣有性，自然真實、精緻生動	高度共識							上次意見： 平均數：6.06
說明：孩子跟孩子會覺得非真人角色如同真人一般有趣，會投射他們的情緒和想法在偶的身上。		1分位	5分位						
		2分位	6分位						
		3分位	7分位						

	4分位	共計位
除了上述指標外，在兒童節目優質指標－內容呈現面向，您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供與我們。		

【第四個面向】製作技術

就您的專業與經驗判斷，在促進「製作技術」核心面向，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

製作技術－呈現設計與技術，包括視覺美感，色彩柔和，場景立體生動多元，攝影機平實、中性的拍攝，特寫鏡頭幫助孩子觀察事件；拍攝細節、注重構圖，幫助孩子認識世界。音樂歌曲與律動以 MV 創作音樂多元，創作兒歌，歌曲設計考慮目標觀眾接受能力；創新多元手法，運用新科技，輔助節目達到學習效果。

【第四個面向】製作技術 指標及說明		極重要 ← → 極不重要	第二回合問卷統計及意見分布	
構面一：呈現的設計與技術				
◎指標 30	場景、道具、服裝、動畫等節目的美術設計能提供目標觀眾豐富的美感經驗，啟發想像力。	高度共識	上次意見： 平均數：5.79	
說明：立體生動的背景，精緻道具、服裝造型，如真實生活、畫面單純不花俏，與場景相容，以及畫龍點睛的動畫輔助，給孩子視覺上穩定有重點的感覺。藉由創作美感，提供豐富的美感經驗，啟發目標觀眾的想像力與創造力。			1分位	5分位
			2分位	6分位
			3分位	7分位
			4分位	共計位
指標 32	運用「特寫鏡頭」引導目標觀眾觀察事物的重點；拍攝時配合孩子的眼睛高度，融入幼兒的世界	高度共識	上次意見： 平均數：6.09	
說明：「特寫鏡頭」幫助孩子清楚觀察事件的細節與重點。攝影機平實、中性的拍攝，拍攝時注重細節和構圖，小孩透過攝影鏡頭看到更細膩的地方，幫助孩子對這個世界更多一點了解。如果鏡頭跳接太快，孩子反而看不清楚要表達的訊息。			1分位	5分位
			2分位	6分位
			3分位	7分位
			4分位	共計位

※指標 33	運用新科技，增加節目生動性，輔助節目達到學習效果	7	6	5	4	3	2	1	上次意見： 平均數：
說明：運用新科技，如：高速攝影、縮時攝影等攝影特殊器材，搭配多角度拍攝，畫面表達的精準度，讓孩子印象深刻。或透過創意的動畫、具有想像力的特效，流暢的剪接，輔助節目達到效果。更能引起目標觀眾收看的興趣與專注度。									1分位 5分位 2分位 6分位 3分位 7分位 4分位 共計位
指標 34	MV 創作音樂多元	高度共識							上次意見： 平均數：6.00
說明：編排節目注意音樂質感與適當性，MV 創作音樂多元，讓孩子享受音樂的節奏與韻律。									1分位 5分位 2分位 6分位 3分位 7分位 4分位 共計位
構面二：音樂歌曲與律動									
◎指標 35	音樂或兒歌創作，歌曲設計關注目標觀眾生活經驗與學習能力	7	6	5	4	3	2	1	上次意見： 平均數：
說明：目標觀眾能夠接受樂曲的長度有限，歌曲設計考慮目標觀眾程度，短版樂曲，節奏輕快、簡單不複雜、易朗朗上口。如果曲風很成熟、太長，孩子跟不上節拍，是不適合的。									1分位 5分位 2分位 6分位 3分位 7分位 4分位 共計位
◎指標 36	呈現之「律動」單元，參照有關幼兒身體動作的發展與學習原則，引導目標觀眾模仿學習	高度共識							上次意見： 平均數：5.94
說明：「律動」用簡單的歌曲跟動作表達，孩子很容易抓到節拍，產生愉悅感，重複讓孩子可以模仿學習，促進目標觀眾平衡感或手眼協調。歌詞簡單提示，讓孩子學習觀察和預測動作，建立一種“我能做到”的自信。									1分位 5分位 2分位 6分位 3分位 7分位 4分位 共計位
指標 37	給目標觀眾影像留白，呈現想像的空間	高度共識							上次意見： 平均數：5.79
說明：襯底音樂填滿整個節目，孩子不易聚焦傳遞的訊息，因題材有時沒有音樂，不加旁白，給孩子影像留白，讓孩子主動									1分位 5分位 2分位 6分位

觀察。									3分位	7分位
									4分位	共計位
除了上述指標外，在兒童節目優質指標－製作技術面向，您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供與我們。										
※ 指標 38	節目延伸行銷與教育推廣價值	7	6	5	4	3	2	1	上次意見：	
									平均數：5.36	
說明：播出不同類型節目，延伸節目行銷與教育推廣價值，發展視聽商品或教育產品，作為學校輔助教材，成為學校教學資源。									1分位	5分位
									2分位	6分位
									3分位	7分位
									4分位	共計位
除了上述指標外，在兒童節目優質指標－製作技術面向，您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供與我們。										

附錄八之一：「學齡前兒童節目」第一回合問卷專家意見彙總表

建議專家學者	建議（補充）事項
A6	<p>能夠多一些外景實際的拍攝，而不是都在攝影棚內。目前台灣的幼兒兒童節目多在攝影棚中拍攝，且以唱歌律動、偶劇為主。節目都是以大哥哥、大姐姐為主角、主體，以主觀訴說的方式貫穿整個節目，少有是以兒童為主的探索思考的節目。</p>
A5	<p>【第二個面向】學習功能：其實不是所有的兒童節目都應該是教育性節目。是否可以有純粹讓孩子感到開心、有趣的節目呢？例如讓孩子覺得幽默、充滿幻想（wonder）？指標 14：本指標是雙管，學習情緒能力是解決問題的能力之一，非全貌。</p> <p>【第三個面向】內容呈現：擔心過度規定主持人或偶的形象，是否會限制多元的藝術呈現？多元的藝術呈現，可以讓幼兒接觸多種視覺風格，例如繪本中的藝術呈現、角色造型就十分多元。</p> <p>【第四個面向】製作技術：擔心這樣的指標會是限制幼兒節目的形式，一定要是某樣的風格。或許有些研究支持這樣能幫助幼兒理解，但並不表示所有的幼兒都喜歡一樣風格的東西，也不表示未來不會有新的發現、新的手法也能讓幼兒喜歡或有益學習，是否應該是更開放而非限制的指標？</p>
A10	<p>【第一個面向】指標 04：所謂的真實體驗對觀眾而言，也還只是畫面和聲音，也許更確實的是引起想要體驗的興趣。</p> <p>指標 11、指標 12：太抽象，兒童有時需要大人引導，要引導怎樣的新經驗很重要。</p> <p>【第二個面向】指標 17、指標 18：缺乏提供美學、音樂，乃至於培養藝術文化素養的指標，這其實是兒童節目較能提供的元素。</p> <p>【第四個面向】製作技術：製作節目要達到的目的很重要，應該不是所有優質的節目都一定要有兒歌或律動的元素。若是多元、畫面的精準與新經驗的拓寬也頗重要。</p>
A15	<p>【第三個面向】建議指標 27，增加自制幼兒節目應有本國文化的元素。指標 39，建議演出角色避免負面示範。</p>
A16	<p>【第一個面向】電視節目應該強調視覺和聽覺的效果吧，至於其他的感官要透過節目讓幼兒連想與想像是比較難的，因為經驗值有限。前述的指標項目，感覺比較像幼兒園的教學目標，對於節目製作來說，有些難以分項達成，畢竟，幼兒階段的學習力又因為不同年齡細分很多項目，要以同一個標準來檢驗節目，可能會有點偏頗，畢竟，不同類型節目也有不同對象，很難同一而論。</p> <p>【第三個面向】內容呈現：不同的節目類型會塑造出不同的主持人，</p>

	<p>不論是真人或是布偶，都有型塑的目的，只要是孩子會愛上的，都算是成功的偶像，就算只是愛上外型，那也是一種成功的形塑，或許大人覺得只有外表好看是膚淺的，但是欣賞美的是物也是一種美學的養成，何嘗不是好事？至於說話速度、語氣等，還是要回歸到節目類型的本質。</p> <p>【第四個面向】製作技術：音樂在幼兒節目來說的確是很重要的一環，那是一種可以令人產生興奮或放鬆的時刻，但是，隨著現在媒體的多樣化，孩子接觸的聲音也非常多元，流行音樂更是充滿生活中，幼兒耳濡目染之下，多少都會學習父母親喜歡的音樂，所以他們已經可以接觸許多的古典樂、流行樂，即使歌詞不懂，依然可以朗朗上口，雖然唱不完全，但不代表不能接受或是不適合接受，畢竟，他們就是生活在「流行」的當下。</p>
A27	<p>建議新增指標：鼓勵節目長遠經營，內容可以與時俱進。因為節目長期經營，讓節目有充裕時間改進缺點，內容也可以跟著時代與時俱進，陪伴孩子成長。若是經營短暫，孩子還來不及認識節目，節目就下檔了。建議新增指標：運用節目作為學校教學資源之表現。</p>
A20	<p>【第一個面向】指標的陳述內容似乎從幼教領域挪用，將幼教現場的教育目標應用於電視幼教節目而作為衡量優質與否的指標，是否合適？尚待反思。</p> <p>【第二個面向】是否因此把所謂「優質」幼兒節目侷限於教育，尤其是教學濃厚的節目？這較偏向評量教材型影視產品，例如「巧連智」是否夠優質，讓孩子學得夠多，至於在電視上普及播出給所有幼兒觀賞的影視節目，這些來自幼教領域的指標過於「沈重」。</p>
A27	<p>多數指標敘述正向，勢必「極為重要」，然而更亟待面對的是「可否達成」、「如何能達成」的問題。</p>
A18	<p>【第二個面向】我覺得人格的養成和獨立自主性的建立比知識性的東西重要。</p>
A35	<p>【第一個面向】電視節目的學習方式應考量對學齡前孩子各項身心發展的生理及心理的影響，尤其父母的陪同和引導是形塑孩童學習價值的重要依據。</p> <p>【第二個面向】旨揭是學齡前的兒童節目，因是幼兒，因此孩子的各項身心發展及機能均尚未健全，並不宜有太多時間關注在電視上。尤其各項認知和價值觀的建立都剛好在非常重要的階段，也不宜接收太多有過度社會化的主觀見解。家長應鼓勵並陪同孩子應在日常生活實際人際互動上有更多的探索和學習。</p>

附錄八之二：「學齡前兒童節目」第二回合問卷專家意見彙總表

建議專家學者	建議（補充）事項
A7	建議刪除指標 22：若是從知識或文化建構論的觀點出發，總結複習的觀念似乎不適用在強調多元學習主體的設計架構內。 指標 36 建議改為：呈現之「律動」單元，參照幼兒園教保課綱內有關身體動作的發展與學習原則，引導目標觀眾模仿學習。
A13	個人並不認為製播效益對幼兒有意義，這恐怕是組織用來合理化自己，或是管理者自己評估績效的方式，與幼兒教育無關。孩子是誠實的，好節目就是好節目。
A17	指標 33：我贊同多元手法和動畫表現的重要性，但對於高速攝影、縮時攝影、特效...等在幼兒節目上的運用，就幼兒的視覺發展和認知理解來說，個人並不認為妥切，但以實務工作者的角色仍贊同運用一點點是可以增加節目生動性。
A19	指標 41：至於要做成商品，我個人覺得它是必須重新設計，例如迪士尼他也做英語教學或生活教育，但都是重新製作新的內容，而非將直接播出的兒童節目轉做教學。

附錄八之三：「學齡前兒童節目」第三回合問卷專家意見彙總表

建議專家學者	建議（補充）事項
A17	構面一「多元性」讓我猶豫很久，我很肯定多元文化的重要性，然而，就兒童節目而言，我認為能夠於在地文化的基礎上融合普世價值，會比基於社區本位而力求在地文化的呈現重要，尤其本論文是探討幼兒節目，讓幼兒建立健全的心理與人格素質（即普世價值的層面）是兒童節目從業人員重要的責任。至於在地文化的元素，可從場景、服飾、角色造型等美術視覺設計部分呈現，並不一定要在內容上強調。

附錄九：「學齡兒童節目」德菲法專家學者群基本背景資料

領域	代號	專家/學術專長/工作領域
兒童教育專家	A1	國立台北教育大學教育系副教授。學術專長：媒體識讀教育研究學者，教育科技與媒體、數位學習、媒體識讀教育研究
	A2	慈濟大學兒童發展與家庭教育學系副教授，兒童節目諮詢顧問。學術專長：家政教育、兒童社會與情緒教學、嬰幼兒發展評估
	A3	國立台北教育大學課程與教學傳播科技研究所教授。學術專長：教育傳播與科技
	A4	桃園療養院精神科醫師，國際兒童影展評審。學術專長：兒童青少年精神醫學、兒童發展
傳播學者	A5	南台科技大學資訊傳播系助理教授。學術專長：多媒體實務規劃與設計、網路閱聽人與新素養
	A6	國立政大廣電系講師，兒童節目諮詢顧問，廣播電視金鐘獎評審。學術專長：廣播電視節目製作、教育科技、數位學習
	A7	世新大學新聞系助理教授。學術專長：節目行銷企劃、閱聽人研究、收視率研究、廣電傳播資料庫解讀
	A8	世新大學教務長。學術專長：健康傳播與行銷、創意行銷、策略與企劃、訊息設計、兒童與媒介、漫畫傳播、流行文化
	A9	世新大學廣電系主任。學術專長：媒介暴力與色情、驚悚媒介研究、媒介心理學、電視與兒童、傳播科技、傳播與文化、統計分析
	A10	淡江大學資訊傳播系副教授。學術專長：研究方法、傳播心理
	A11	台灣藝術大學傳播學院院長，影視製片編導，紀錄片作者，廣播節目主持人。學術專長：影視創作、數位傳播與文化研究、紀錄片、傳媒管理、音樂劇研究
兒童節目製作核心人員	A12	公視兒童少年節目製作人，青少年戲劇製作人。榮獲金鐘獎八座、國際兒童影展五座獎項等
	A13	公視兒童節目企編、製作人。榮獲金鐘獎七座獎項等
	A14	公視兒童節目製作人。榮獲金鐘獎七座、國際兒童影展四座獎項等
	A15	公視兒童節目企編、製作人，榮獲金鐘獎六座

	A16	學齡前兒童節目企劃編劇，專長：兒童電視節目研究
	A17	兒童節目編劇兼執行製作
	A18	公視兒童節目導播，榮獲金鐘獎一座
	A19	兒童節目主持人，榮獲金鐘獎三座
小學 老師	A20	康寧國小老師。專長：媒體視讀
	A21	成福國小老師。專長：資訊融入、生態教學、兒童攝影創作、紀錄片製作
	A22	三玉國小老師。專長：特殊教育
	A23	敦化國小老師。專長：動畫影像創作
	A24	資深藝文老師，小典藏雜誌、國語日報專欄作家。專長：創意教學、視覺藝術、創造性戲劇表演
兒童 家長	A25	家長。專長：編輯、採訪、配音
	A26	公視企劃
	A27	新聞記者，親子教育專家，作家，媽媽 PLAY 及陳安儀多元作文創辦人。專長：寫作教學
文教 團體 代表	A28	兒福聯盟執行長。專長：兒童福利政策與法規
	A29	台北教師會理事長，全國教師會諮商輔導處處長。專長：教師評鑑、諮商與輔導
	A30	成長文教基金會執行長，國立台灣師範大學人類發展與家庭學系講師，鞋子兒童實驗劇團負責人，臺北市親子成長協會理事長。專長：兒童節目設計、繪本與故事劇場
	A31	全國家長聯盟副秘書長
官方 兒童節 目政策 制定者	A32	國立清華大學通識中心暨科技法律研究所副教授/前 NCC 國家通訊傳播委員會委員，NCC「兒少通訊傳播權益政策白皮書」委員。學術專長：憲法、行政法、大眾傳播法等
	A33	NCC 國家通訊傳播委員會傳播內容處處長
	A34	NCC 國家通訊傳播委員會傳播內容處科長

附錄十：「學齡兒童節目」優質指標第一回合問卷

各位專家先進 您好：

非常感謝您在百忙中願意協助我們填答這份問卷。本研究主題為「建構台灣兒童電視節目優質指標之研究」，主要目的是希望藉此研究建構台灣兒童電視節目優質之指標，以供學界、教育界、傳播界、兒童節目實務工作者，做為評估優質節目的基礎，未來則以此為基礎，發展其他類型兒童節目評量優質的指標，方可能促使兒童節目整體品質提升。

本研究採用「凱利方格法」，由研究者提供國內外的九個兒童節目影帶，邀請利害關係人（學者專家、兒童節目製作人員、父母、教師、文教團體代表等）觀片，以質性訪談抽粹優與不優的二極構念，獲得優質指標的初擬，再以「修正式德菲法」進行三回合問卷調查，向專家學者成員個別問卷調查對本研究議題的意見評分，並給予寶貴的建議，估計約需進行二至三次之問卷步驟，並依據專家學者成員對於前一份問卷之答覆擬訂下一份問卷內容，藉由問卷過程整合各方意見以建立達成一致性之指標，達到本研究主題之結論。

本問卷純屬學術目的，且所有專家學者之意見表現於研究內容中，絕不做個別批露，請您放心作答。目前您所收到的是本研究的第一回合問卷，請您逐題填答本問卷內容，惠賜您寶貴之高見。本問卷於填答完畢後，並請於五日內利用 E-MAIL 方式回覆，或通知研究者親往執收。研究者在整合所有專家學者成員的意見後，將儘速寄送第二回合問卷予您。若有任何問題，歡迎聯絡，再次謝謝您。

敬祝

平安 如意

國立政治大學傳播學院碩士在職專班

指導教授：關尚仁博士

研究生：唐台齡

聯絡電話：0917-273-903

E-MAIL：tailintang@gmail.com

「學齡兒童節目」優質指標第一回合問卷

【填答人】 男士/女士

【填答說明】

1. 本問卷研究主題—《建構台灣兒童電視節目優質指標之研究》中學齡兒童節目指的是國人自製節目，不包含戲劇類與外購卡通。
2. 《建構台灣兒童電視節目優質指標之研究》中建構學齡兒童節目之面向指標，分為「目標觀眾」、「學習功能」、「內容呈現」、「製作技術」四大面向等分別發展優質指標如下。

四大面向表：

面向	優質核心元素
目標觀眾	符合目標觀眾認知發展、具備兒童觀點、兒童角色
學習功能	教育目標、學習內涵
內容呈現	多元性、表現形式、主持人表現、演出角色
製作技術	呈現的設計與技術

3. 請您依序閱讀 30 項的各項指標與說明的敘述，並就您的專業與經驗進行判斷，評估表列所建構之指標對兒童節目的重要程度。
4. 指標評分採 1-7 分數等級，從 1 至 7 選項中圈選出您對該指標敘述內容之重要程度，分數給予 1 (表示極不重要)、2(表示相當不重要)、3(表示不太重要)、4(表示有點重要)、5 (表示還算重要)、6(表示相當重要)、7(表示極重要)的分數，數字愈大重要程度愈高。
5. 請您給予指標與說明的相關意見，若要修改、新增均可。

6. 【填答範例】

指標填寫範例參考如下：

指標範例	目標觀眾	7	6	5	4	3	2	1
			V					

說明：孩子喜歡探索、參與，提供怎朋友在學校沒有教過的事情，襯托孩子有興趣的議題，較能引起他們的興趣和好奇心。

【第一個面向】目標觀眾

就您的專業與經驗判斷，在促進「目標觀眾」核心面向部分，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

目標觀眾—依據兒童發展狀態與學習需求，製作適合兒童口味和興趣的節目；引導目標觀眾「做中學」或「思考中學」或「探索中學習」；提供目標觀眾多元觀點和文化刺激，發展其思辨能力。

【第一個面向】目標觀眾

【第一個面向】目標觀眾 指標及說明		極重要 ←→ 極不重要						
構面一：符合目標觀眾認知發展								
指標 01	針對目標觀眾的特性和興趣，規劃、設計節目的資訊與內容	7	6	5	4	3	2	1
說明：孩子喜歡探索、參與，提供小朋友在學校沒有教過的事情或議題，較能引起他們的興趣與好奇心。								
指標 02	節目的內容和語言貼近目標觀眾的生活、經驗與文化	7	6	5	4	3	2	1
說明：從目標觀眾生活背景出發，呈現兒童族群互動、溝通與對話，分享孩子共同的經驗與文化。								
指標 03	引導目標觀眾「做中學」或「思考中學」或「探索中學習」	7	6	5	4	3	2	1
說明：運用「做中學」給予目標觀眾自我挑戰的空間或「思考中學習」鼓勵孩子思考、比較、對照，運用各種策略解決問題或「探索中學習」經由自己的探索體驗習。								
構面二：具備兒童觀點								
指標 04	引導目標觀眾成為節目的主體，呈現兒童的觀點和創意	7	6	5	4	3	2	1
說明：呈現兒童是主動學習者，透過討論和體驗，鼓勵目標觀眾陳述自己的觀點和創意的想法，主動學習。								
指標 05	提供目標觀眾多元觀點和文化刺激，發展其思辨能力	7	6	5	4	3	2	1

說明：趨近孩子自身以外族群的文化，提供多元觀點，讓孩子在相同的觀點中找到認同感，不同的觀點中可以做比較，發展思辨的能力。

構面三：兒童角色

指標	引導小朋友於節目中自然真實地呈現自己	7	6	5	4	3	2	1
06								

說明：從兒童的經驗出發，生活中去體驗，引導小朋友發想參與，自然真實地呈現，能引起目標觀眾的共鳴。

除了上述指標外，在學齡前兒童節目優質指標－**目標觀眾**面向，您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供予我們。

【第二個面向】

就您的專業與經驗判斷，在促進「**學習功能**」面向部分，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

學習功能－「寓教於樂」引導目標觀眾快樂地學習；跨領域學習的設計，統整相關知識和經驗，引導目標觀眾主動學習，循序漸進地鋪陳資訊，引導目標觀眾歸納分類或結論；運用科學的驗證精神，引導目標觀眾思考並發現問題、解決問題。

【第二個面向】學習功能		極重要 ←→ 極不重要						
指標及說明								
構面一：教育目標								
指標	節目具備教育或學習目標以及「分享與合作」、「尊重與關懷」等普世價值	7	6	5	4	3	2	1
07								
說明：符合目標觀眾認知與學習的需求，以發展學習領域為主（如語文、閱讀、社會、藝術、人文、數學、科普、運動等），到學習內涵，如：學習人生「分享與合作」、「解決問題的過程」、「表達與溝通」、「尊重與關懷」、「欣賞與表現」、「文化學習與國際了解」等。								
指標	「寓教於樂」引導目標觀眾快樂地學習	7	6	5	4	3	2	1
08								
說明：節目在娛樂效果下隱含教化功能，帶給目標觀眾愉悅感，能使其快樂地學習。								
指標	聘用跨領域的專業團隊，以協助節目的教育	7	6	5	4	3	2	1

09	目標之達成與學習內涵的表現							
說明：跨領域的團隊如兒童電視人、學者專家顧問、創意人、研究人員等有不同的觀點進來，策劃具教育目標的各集主題。								
構面二：學習內涵								
指標 10	跨領域學習的設計，統整相關知識和經驗， 引導目標觀眾觸類旁通	7	6	5	4	3	2	1
說明：跨領域結合的設計，將相關的知識及學習經驗組織一起統合並延伸，引導目標觀眾能夠自己去發現、探索、主動學習。								
指標 11	循序漸進地鋪陳資訊，引導目標觀眾歸納分 類或結論	7	6	5	4	3	2	1
說明：有順序、步驟、漸進式還要重複、更深入的學習。引導目標觀眾觀察後下結論。								
指標 12	引導目標觀眾發現人與人之間的個別差 異，拓展他們的視野，省思人我關係	7	6	5	4	3	2	1
說明：引導目標觀眾發現人與人之間的個別差異，不同的生活經驗，拓展目標觀眾的視野與省思以及他我關係。								
指標 13	運用科學的驗證精神，引導目標觀眾思考並 發現問題、解決問題	7	6	5	4	3	2	1
說明：運用科學實驗的驗證精神，引導目標觀眾主動觀察，進而去思考，發現問題、解決問題、克服困難。								
指標 14	建立目標觀眾群性發展，肯定自己的價值	7	6	5	4	3	2	1
說明：引導目標觀眾參與團體多方面發展，如依附情感、情緒、對自我的認識、道德行為、朋輩同儕關係等，在雙向互動過程中，能夠在意念和行為上，作出正確的選擇，肯定自己的價值。								
指標 15	藉由故事中的人際關係，增進對人性的理 解，建立正面的價值觀和積極的人生態度	7	6	5	4	3	2	1
說明：引導目標觀眾建立正面的價值觀，和積極的人生態度，關懷與接納他人，滿足對人性的關注和理解。								
除了上述指標外，在兒童節目優質指標－學習功能面向，您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供予我們。								

【第三個面向】內容呈現

就您的專業與經驗判斷，在促進「內容呈現」面向部分，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

內容呈現—兒童節目必須多元，內容和風格具有想像力、原創性和獨特性；節目設計能讓目標觀眾憑藉自己的力量完成任務或夢想等；主持人像是配角，扮演搭橋樑的角色，從旁協助目標觀眾完成任務。

【第三個面向】內容呈現 指標及說明		極重要 ←→ 極不重要						
構面一：多元性								
指標 16	呈現世界的多樣性和多元的價值觀	7	6	5	4	3	2	1
說明：多元社會呈現多樣性世界和多元的價值觀，世界不同的資訊交流，鼓勵目標觀眾思考，反思背後意義。								
指標 17	內容和風格具有想像力、原創性和獨特性	7	6	5	4	3	2	1
說明：內容和風格是否有想像力、原創性和新意，結合目標觀眾生活經驗，符合時代潮流，展現新穎獨特的創意。								
指標 18	節目主題能從多角度協助目標觀眾關注社會議題、或探索在地文化並建立國際觀	7	6	5	4	3	2	1
說明：透過多角度的探討，引導目標觀眾探索在地生活與文化，連結社會關注議題，幫助孩子認識世界，建立國際觀。								
指標 19	內容設計融入兒童的次文化，展現目標觀眾年齡層特有的喜好	7	6	5	4	3	2	1
說明：提供多樣形式、主題的內容，節目的設計呈現目標觀眾年齡層特有的喜好，符合孩子的次文化，展現孩子自我價值感。								
構面二：表現形式								
指標 20	節目的設計能讓目標觀眾憑藉自己的力量完成任務或夢想	7	6	5	4	3	2	1
說明：引導目標觀眾從生活中發現、學習，探索自己的興趣、需求、價值觀、能力，呈現如圓夢計劃之設計等。								
指標 21	鼓勵目標觀眾從實際的體驗中找答案	7	6	5	4	3	2	1
說明：從多角度觀察事物，鼓勵目標觀眾從實際的體驗中去找答案，由他們建構的學習意義，是深刻而久遠的。								
指標	鼓勵兒童利用媒介來溝通，提供目標觀眾	7	6	5	4	3	2	1

22	「近用媒體」的能力							
說明：釋放媒體權力給兒童，鼓勵兒童利用媒介來溝通意見，讓目標觀眾勇於表達自己的主張，尊重他人不同的意見與想法，且思辨自我的價值觀，培養批判思考的能力。								
構面三：主持人表現								
指標 23	主持人活潑、親切自然，與孩子平等互動， 尊重孩子的感受	7	6	5	4	3	2	1
說明：主持人親和力強，有技巧的帶領孩子互動，引導目標觀眾思考專注、採開放性問題，用目標觀眾的語言與其互動對話。								
指標 24	主持人能扮演搭橋樑的角色，從旁協助目標觀眾完成任務	7	6	5	4	3	2	1
說明：主持人像是配角，扮演一個 bridge 橋樑的角色，從孩子的經驗出發，慢慢搭起，橋搭橋方式，引領目標觀眾嘗試、思考，提供舞台讓他們發揮。								
指標 25	主持人幽默風趣，具專業背景，能勝任資訊的傳達且有說服力	7	6	5	4	3	2	1
說明：主持人因為個人魅力、敬業態度、專業判斷，以及對工作專注、投入的程度，獲目標觀眾信賴，能夠在意念和行為上，幫助目標觀眾近用、欣賞、學習。								
構面四：演出角色								
指標26	運用「角色扮演」引導目標觀眾對角色楷模認同	7	6	5	4	3	2	1
說明：呈現的角色特質，多元不刻板，引導目標觀眾對角色楷模的認同。								
除了上述指標外，在兒童節目優質指標－內容呈現面向，您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供與我們。								

【第四個面向】製作技術

就您的專業與經驗判斷，在促進「製作技術」面向部分，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

製作技術—視覺美感，美學概念出發，色彩與光影的調和，營造的美感，能提升目標觀眾的鑑賞力；場景和道具可以提供目標觀眾身歷其境之感受，精心設計的配樂，拍攝手法多元，達到耳目一新的驚艷效果。

【第四個面向】製作技術 指標及說明	極重要 ←→ 極不重要
-----------------------------	-------------

構面一：呈現的設計與技術								
指標 27	傑出的美術與音樂風格，提升目標觀眾的鑑賞力，觸動其心靈	7	6	5	4	3	2	1
說明：美學概念出發，如繪圖風格或是平面繪畫、立體動畫等，再加上色彩與光影的調和，營造的美感，能提升目標觀眾的鑑賞力；精心設計的配樂，能觸動目標觀眾心靈。								
指標 28	精緻的場景和道具因應情境改變而變化，能提供目標觀眾身歷其境之感受	7	6	5	4	3	2	1
說明：節目應該要讓目標觀眾眼見為憑，場景和道具因應情境改變而變化，提供身歷其境之表現。								
指標 29	運用「主觀鏡頭」follow 孩子的觀點，運用「特寫鏡頭」引導孩子的聚焦重點	7	6	5	4	3	2	1
說明：鏡頭的設計，如「主觀鏡頭」跟隨孩子第一人稱的觀點，「特寫鏡頭」讓目標觀眾清楚觀察事情的重點，引發目標觀眾的感受與理解。								
指標 30	拍攝手法多元，運用攝影新科技讓畫面細膩地呈現，達到令人驚艷的效果	7	6	5	4	3	2	1
說明：運用新科技，如高速攝影下慢動作之美或縮時攝影，不同角度拍攝，輔助節目細膩的呈現，達到耳目一新的驚艷效果。								
除了上述指標外，在兒童節目優質指標－製作技術面向，您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供與我們。								

附錄十一：「學齡兒童節目」優質指標第二回合問卷

各位專家先進 您好：

非常感謝您於之前所提供的寶貴意見，協助研究者填答完成本研究「建構台灣兒童電視節目優質指標之研究」的第一回合問卷，更希望您能再次給予協助與支持，填答第二回合問卷，以利本研究的後續進行。

您與其他專家學者所表達之意見，經統計彙整後，已列入本次第二回合問卷中，本問卷各題項，均呈現您填答第一回合問卷，以及其他專家學者意見之統計分佈，以提供您於填答本次問卷之參考。次外，也在每一個面向的主題項後面，呈現第一回合專家學者對於問卷所提出的補充意見，主要的目的在於提供專家學者了解其他人之看法，並進行意見交流，以達成全體對本研究的共識。如果您對此份問卷之題項，有任何修改、補充意見之想法，非常歡迎您不吝指教。

本問卷填答完畢後，敬請於五日內利用 E-MAIL 方式回覆，或通知研究者親往執收。研究者在整合所有專家學者成員的意見後，將儘速寄送第三回合問卷予您。若有任何問題，歡迎聯絡，再次謝謝您的熱心參與。

敬祝

平安 如意

國立政治大學傳播學院碩士在職專班

指導教授：關尚仁博士

研究生：唐台齡

聯絡電話：0917-273-903

E-MAIL：tailintang@gmail.com

「學齡兒童節目」優質指標第二回合問卷

【填答人】 老師 /女士

【填答說明】

1. 本問卷研究主題—《建構台灣兒童電視節目優質指標之研究》中學齡兒童節目指的是國人自製節目，不包含戲劇類與外購卡通。
2. 《建構台灣兒童電視節目優質指標之研究》中建構學齡兒童節目之面向指標，分為「目標觀眾」、「學習功能」、「內容呈現」、「製作技術」四大面項分別發展優質指標。

四大面向表：

面向	優質核心元素
目標觀眾	符合目標觀眾認知發展、具備兒童觀點、兒童角色
學習功能	教育目標、學習內涵
內容呈現	多元性、表現形式、主持人表現、演出角色
製作技術	呈現的設計與形式

3. 請您依序閱讀各項指標與說明的敘述，並就您的專業與經驗進行判斷，評估表列所建構之指標對兒童節目的重要程度。
4. 「※」表示新增題項，「◎」表示該指標彙整第一回合學者、專家的意見後已加以修正。
5. 指標評分採 1-7 分數等級，從 1 至 7 選項中圈選出您對該指標敘述內容之重要程度，分數給予 1 (表示極不重要)、2(表示相當不重要)、3(表示不太重要)、4(表示有點重要)、5 (表示還算重要)、6(表示相當重要)、7(表示極重要)的分數，數字愈大重要程度愈高。
6. 第一回合問卷統計及意見分布 1 欄中，「上次意見」代表您上一回合之填答意見、「平均數」代表上一回合學者專家意見的平均值。空白者為新增指標。
7. 計發放 34 份第二回合問卷。
8. 每一面向指標題向最後，另提列第一回合專家學者補充意見。如第四面向新

增第 31 項，因與優質概念不符，而予以刪除。

9. 並將未達成共識指標第 22、24、26 共計 3 項，中度共識指標第 4、10、11、12 共計 4 項，經專家意見修改後，請各位專家學者對於該 8 項，再予以重要程度評分，並給予指標與相關意見。
10. 第一回合問卷已具高度共識之指標共計 23 項，標示於填答欄，不須再填答。
11. **【填答範例】**

		請於此勾選本次之意見評分					您前次勾選之意見評分								
【第一個面向】目標觀眾 指標及說明							極重要 ↔ 極不重要					第一回合問卷統計及意見分布			
構面一：符合目標觀眾認知發展															
指標	針對目標觀眾的特性和興趣，規劃、設計節目的資訊與內容						7	6	5	4	3	2	1	上次意見：6 平均數：5.68	
01															
說明：孩子喜歡探索、參與、發想，創作，提供小朋友在學校沒有教過的事情或議題，較能引起他們的興趣與好奇心。							1分 0位		5分 6位						
							2分 2位		6分 12位						
							3分 2位		7分 11位						
							4分 1位		共 34位						
												第一回合問卷所有專家學者對本指標意見之平均數及分佈			

【第一個面向】目標觀眾

就您的專業與經驗判斷，在促進「目標觀眾」核心面向部分，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

目標觀眾—依據兒童發展狀態與學習需求，製作適合兒童口味和興趣的節目；引導目標觀眾「做中學」或「思考中學」或「探索中學習」；提供目標觀眾多元觀點和文化刺激，發展其思辨能力。

【第一個面向】目標觀眾 指標及說明		極重要 ↔ 極不重要					第一回合問卷統計及意見分布	
構面一：符合目標觀眾認知發展								

指標 01	針對目標觀眾的特性和興趣， 規劃、設計節目的資訊與內容	高度共識	上次意見：7 平均數：6.35						
◎ 說明：孩子喜歡探索、參與、發想，創作，提供小朋友在學校沒有教過的事情或議題，較能引起他們的興趣與好奇心。			1分0位	5分2位					
			2分0位	6分15位					
			3分0位	7分16位					
			4分1位	共34位					
指標 02	節目的內容和語言貼近目標觀 眾的生活、經驗與文化	高度共識	上次意見：6 平均數：6.12						
說明：從目標觀眾生活背景出發，呈現兒童族群互動、溝通與對話，分享孩子共同的經驗與文化。			1分0位	5分7位					
			2分0位	6分13位					
			3分0位	7分13位					
			4分1位	共34位					
指標 03	引導目標觀眾「做中學」或「思 考中學」或「探索中學習」	高度共識	上次意見：6 平均數：6.26						
說明：運用「做中學」給予目標觀眾自我挑戰的空間，或運用「思考中學習」鼓勵孩子思考、比較、對照，用各種策略解決問題，或運用「探索中學習」經由自己的探索體驗學習。讓目標觀眾獲得智能、精神、道德、社會適應各方面的成長。			1分0位	5分5位					
			2分0位	6分12位					
			3分0位	7分16位					
			4分1位	共34位					
構面二：具備兒童觀點									
◎指 標 04	引導目標觀眾成為節目的主 體，以兒童觀點出發，呈現兒 童的創意和想法	7	6	5	4	3	2	1	上次意見：6 平均數：5.76
說明：呈現兒童是主動學習者，透過討論和體驗，鼓勵目標觀眾陳述自己的觀點和創意的想法，引起目標觀眾的共鳴。			1分0位	5分16位					
			2分0位	6分7位					
			3分0位	7分10位					
			4分1位	共34位					
指標 05	提供目標觀眾多元觀點和文化 刺激，發展其思辨能力	高度共識	上次意見：6 平均數：6.50						
說明：趨近孩子自身以外族群的文化，鼓勵孩子了解與欣賞其他文化；提供多元觀點，讓孩子在相同的觀點中找到認同感，不同的觀點中可以做比較，發展思辨的能力。			1分0位	5分3位					
			2分0位	6分8位					
			3分0位	7分22位					
			4分1位	共34位					
構面三：兒童角色									
指標 06	引導小朋友於節目中自然真實 地呈現自己	高度共識	上次意見：6 平均數：6.12						

說明：從兒童的經驗出發，生活中去體驗，引導小朋友發想參與，自然真實地呈現，能引起目標觀眾的認同。	1分0位	5分6位
	2分0位	6分15位
	3分0位	7分12位
	4分1位	共34位
除了上述指標外，在學齡前兒童節目優質指標－目標觀眾面向，您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供予我們。		

【第二個面向】

就您的專業與經驗判斷，在促進「學習功能」面向部分，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

學習功能－「寓教於樂」讓目標觀眾快樂地學習；跨領域學習的設計，統整相關知識和經驗，引導目標觀眾探索學習，循序漸進地鋪陳資訊，目標觀眾學會歸納分類或結論；運用科學的驗證精神，引導目標觀眾思考並發現問題、解決問題。

【第二個面向】學習功能 指標及說明		極重要 ←→ 極不重要	第一回合問卷統計及意見分布
構面一：教育目標			
指標 07	節目具備教育或學習目標以及「分享與合作」、「尊重與關懷」等普世價值	高度共識	上次意見：6 ----- 平均數：6.32
說明：符合目標觀眾認知與學習的需求，以發展學習領域為主（如語文、閱讀、社會、藝術、人文、數學、科學、運動等），到學習內涵，如：學習人生「分享與合作」、「解決問題的過程」、「表達與溝通」、「尊重與關懷」、「欣賞與表現」等，激發兒童身心與社會潛能的發展。		1分0位	5分5位
		2分0位	6分13位
		3分0位	7分16位
		4分0位	共34位
指標 08	「寓教於樂」引導目標觀眾快樂地學習	高度共識	上次意見：7 ----- 平均數：6.21
說明：節目在娛樂效果下隱含教化功能，帶給目標觀眾愉悅感，能使其快樂地學習。		1分0位	5分3位
		2分0位	6分16位
		3分1位	7分13位

			4分0位	共34位					
指標 09	聘用跨領域的專業團隊，以協助節目的教育目標之達成與學習內涵的表現	高度共識			上次意見：6 平均數：6.12				
說明：跨領域的團隊如兒童電視人、學者專家顧問、創意人、研究人員等有不同的觀點進來，策劃具教育目標的各集主題。		1分0位		5分2位					
		2分0位		6分17位					
		3分0位		7分12位					
		4分3位		共34位					
構面二：學習內涵									
指標 10	跨領域學習的設計，統整相關知識和經驗，引導目標觀眾觸類旁通	7	6	5	4	3	2	1	上次意見：6 平均數：6.03
◎說明：跨領域結合的設計，將相關的知識及學習經驗組織一起統合並延伸，以傳達多元、多角度觀察事物，引導目標觀眾能夠自己去發現、探索學習。若是呈現單一的概念，又沒有邏輯性，較無法啟發目標觀眾的認知。		1分0位		5分10位					
		2分0位		6分13位					
		3分0位		7分11位					
		4分0位		共34位					
◎指 標 11	循序漸進地鋪陳資訊，引導目標觀眾有順序、步驟、深入、漸進地學習，享受學習的過程	7	6	5	4	3	2	1	上次意見：7 平均數：5.88
◎說明：過量的訊息，反而會使學習效果適得其反，目標觀眾失去興趣。有順序、步驟、漸進式還要重複、更深入的學習，引導目標觀眾觀察、歸納、分類後下結論。		1分0位		5分5位					
		2分0位		6分16位					
		3分0位		7分9位					
		4分4位		共34位					
指標 12	引導目標觀眾尊重人與人之間的個別差異，開拓他們的視野，省思人我關係	7	6	5	4	3	2	1	上次意見：6 平均數：5.97
◎說明：引導目標觀眾尊重人與人之間的個別差異與不同的生活經驗，拓展目標觀眾的視野，同時省思人我之間的關係。		1分0位		5分9位					
		2分0位		6分14位					
		3分0位		7分10位					
		4分1位		共34位					
指標 13	運用科學的驗證精神，引導目標觀眾思考並發現問題、解決問題	高度共識			上次意見：6 平均數：6.15				
說明：運用科學實驗的驗證精神，引導目標觀眾主動觀察，		1分0位		5分4位					

進而去思考，發現問題、解決問題、克服困難。		2分0位	6分15位
		3分0位	7分13位
		4分2位	共34位
指標 14	建立目標觀眾的群性發展， 肯定自己的價值	高度共識	
		上次意見：7	
		平均數：5.88	
說明：引導目標觀眾參與團體多方面發展，如依附情感、情緒、對自我的認識、道德行為、朋輩同儕關係等，在雙向互動過程中，能夠在意念和行為上，作出正確的選擇，肯定自己的價值。		1分0位	5分5位
		2分0位	6分18位
		3分0位	7分7位
		4分3位	共34位
指標 15	藉由故事中的人際關係，增 進對人性的理解，建立正面 的價值觀和積極的人生態度	高度共識	
		上次意見：6	
		平均數：6.29	
說明：傳遞具正面價值的內容，引導目標觀眾建立正向的價值觀和積極的人生態度，關懷與接納他人，滿足對人性的關注和理解。		1分0位	5分4位
		2分0位	6分13位
		3分0位	7分16位
		4分1位	共34位
除了上述指標外，在兒童節目優質指標— 學習功能 面向， 您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供予我們。			

【第三個面向】內容呈現

就您的專業與經驗判斷，在促進「內容呈現」面向部分，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

內容呈現—兒童節目必須多元，內容和風格具有想像力、原創性和獨特性；節目設計能讓目標觀眾憑藉自己的力量完成任務或夢想等；主持人像是配角，扮演搭橋樑的角色，從旁協助目標觀眾完成任務。

【第三個面向】內容呈現		極重要 ←→ 極不重要	第一回合問卷統計及意見分布
指標及說明			
構面一：多元性			
指標	呈現世界的多樣性和多元	高度共識	上次意見：6

16	的價值觀		平均數：6.41
◎說明：多元社會呈現多樣性的世界和多元的價值觀，鼓勵目標觀眾思考，反思背後的意義。			1分0位 5分0位
			2分0位 6分20位
			3分0位 7分14位
			4分0位 共34位
指標 17	內容和風格具有想像力、原創性和獨特性	高度共識	上次意見：7 平均數：6.44
◎說明：內容和風格是否有想像力、原創性和新意是節目能夠脫穎而出的優點，結合目標觀眾生活經驗，符合時代潮流，展現節目製作人員新穎獨到的創意。			1分0位 5分4位
			2分0位 6分11位
			3分0位 7分19位
			4分0位 共34位
指標 18	節目主題能從多角度協助目標觀眾關注社會議題，或探索在地文化並建立國際觀	高度共識	上次意見：7 平均數：6.41
說明：透過多角度的探討，引導目標觀眾探索在地生活與文化，連結社會關注議題，幫助孩子認識世界，建立國際觀。			1分0位 5分2位
			2分0位 6分16位
			3分0位 7分16位
			4分0位 共34位
指標 19	內容設計融入兒童的次文化，展現目標觀眾年齡層特有的喜好	高度共識	上次意見：6 平均數：5.70
說明：提供多樣形式、主題的內容，節目的設計呈現目標觀眾年齡層特有的喜好，符合孩子的次文化，展現孩子自我價值感。			1分0位 5分7位
			2分0位 6分16位
			3分1位 7分6位
			4分3位 共34位
構面二：表現形式			
指標 20	節目的設計能讓目標觀眾憑藉自己的力量完成任務或夢想	高度共識	上次意見：7 平均數：5.59
說明：引導目標觀眾從生活中發現、學習，探索自己的興趣、需求、價值觀、能力，呈現如圓夢計劃之設計等。			1分0位 5分11位
			2分0位 6分13位
			3分1位 7分6位
			4分3位 共34位
指標 21	鼓勵目標觀眾從實際的體驗中找答案	高度共識	上次意見：7 平均數：5.88

說明：從多角度觀察事物，鼓勵目標觀眾從實際的體驗中去找答案，由他們建構的學習意義，是深刻而久遠的。		1分0位							5分8位	
		2分0位							6分16位	
		3分0位							7分8位	
		4分2位							共34位	
指標 22	鼓勵兒童近用媒體，為自己發聲，尊重他人意見	7	6	5	4	3	2	1	上次意見：7 平均數：5.45	
說明：釋放媒體權力給兒童，培育兒童利用媒介來溝通意見，讓目標觀眾勇於表達自己的主張，尊重他人不同的意見與想法，形成自我的價值觀，培養批判思考的能力。		1分0位							5分11位	
		2分0位							6分12位	
		3分2位							7分5位	
		4分3位							共34位	
構面三：主持人表現										
◎指標 23	主持人親切自然又活潑，與孩子平等互動，尊重孩子的感受	高度共識							上次意見：7 平均數：6.38	
說明：主持人親和力強，有技巧的帶領孩子互動，引導目標觀眾思考專注、採開放性問題，用目標觀眾的語言與其互動對話。		1分0位							5分5位	
		2分0位							6分11位	
		3分0位							7分18位	
		4分0位							共34位	
指標 24	主持人能扮演搭橋樑的角色，從旁協助目標觀眾完成任務	7	6	5	4	3	2	1	上次意見：7 平均數：5.82	
說明：主持人非主導性的角色，反而像是配角，扮演一個橋樑的角色（鷹架功能），從孩子的經驗出發，慢慢搭起，橋搭橋方式，引領目標觀眾嘗試、思考，提供舞台讓他們發揮。		1分0位							5分7位	
		2分0位							6分10位	
		3分1位							7分12位	
		4分4位							共34位	
指標 25	主持人幽默風趣，具專業背景，能勝任資訊的傳達且有說服力	高度共識							上次意見：7 平均數：6.26	
說明：主持人因為個人魅力、敬業態度、專業判斷，以及對工作專注、投入的程度，獲目標觀眾信賴，能夠在意念和行為上，幫助目標觀眾近用、欣賞、學習。		1分0位							5分3位	
		2分0位							6分16位	
		3分0位							7分14位	
		4分1位							共34位	
構面四：演出角色										
◎指標 26	運用不同角色引導目標觀眾對角色楷模產生認同	7	6	5	4	3	2	1	上次意見：6 平均數：5.79	

說明：呈現不同角色的特質，多元不刻板，引導目標觀眾對角色楷模的認同。	1分0位	5分4位
	2分0位	6分17位
	3分1位	7分8位
	4分4位	共34位
除了上述指標外，在兒童節目優質指標－內容呈現面向，您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供與我們。		

【第四個面向】製作技術

就您的專業與經驗判斷，在促進「製作技術」面向部分，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

製作技術－視覺美感，美學概念出發，色彩與光影的調和，營造的美感，能提升目標觀眾的鑑賞力；場景和道具可以提供目標觀眾身歷其境之感受，精心設計的配樂，拍攝手法多元，達到耳目一新的驚艷效果。

【第四個面向】製作技術 指標及說明		極重要 ← → 極不重要	
構面一：呈現的設計與技術			
指標 27	傑出的美術與音樂風格，提升目標觀眾的鑑賞力，觸動其心靈	高度共識	上次意見：7 ----- 平均數：6.33
說明：美學概念出發，如繪圖風格或是平面繪畫、立體動畫等，再加上色彩與光影的調和，營造的美感，能提升目標觀眾的鑑賞力；精心設計的配樂，能觸動目標觀眾心靈。			1分0位 5分2位 2分0位 6分12位 3分0位 7分17位 4分2位 共34位
指標 28	精緻的場景和道具因應情境改變而變化，能提供目標觀眾身歷其境之感受	高度共識	上次意見：6 ----- 平均數：5.82
說明：節目應該要讓目標觀眾眼見為憑，場景和道具因應情境改變而變化，提供身歷其境之表現。			1分0位 5分6位 2分0位 6分17位 3分1位 7分7位 4分2位 共34位

◎指標 29	運用「主觀鏡頭」呈現孩子的觀點，運用「特寫鏡頭」引導孩子聚焦重點	7	6	5	4	3	2	1	上次意見：7 平均數：5.76
說明：鏡頭的設計，如「主觀鏡頭」跟隨孩子第一人稱的觀點，呈現孩子的觀點；「特寫鏡頭」讓目標觀眾清楚觀察事情的重點，引發目標觀眾的感受與理解。而不是用長鏡頭拍攝或只拍說話的人的畫面，無法看清節目要表達的訊息。									
1分0位									
5分6位									
2分0位									
6分16位									
3分1位									
7分7位									
4分3位									
共34位									
指標 30	拍攝手法多元，運用攝影新科技讓畫面細膩地呈現，達到令人驚艷的效果	高度共識							上次意見：7 平均數：5.79
說明：運用新科技，如高速攝影下慢動作之美或縮時攝影，不同角度拍攝，輔助節目細膩的呈現，達到耳目一新的驚艷效果。									
1分0位									
5分7位									
2分0位									
6分17位									
3分0位									
7分6位									
4分3位									
共34位									



附錄十二：「學齡兒童節目」優質指標第三回合問卷

各位專家先進 您好：

非常感謝您於之前所提供的寶貴意見，協助研究者填答完成本研究「建構台灣兒童電視節目優質指標之研究」的第三回合問卷，更希望您能再次給予協助與支持，填答第三回合問卷，以利本研究的後續進行。

您與其他專家學者所表達之意見，經統計彙整後，已列入本次第三回合問卷中，本問卷各題項，均呈現您填答第二回合問卷，以及其他專家學者意見之統計分佈，以提供您於填答本次問卷之參考。次外，也在每一個面向的主題項後面，呈現第一回合專家學者對於問卷所提出的補充意見，主要的目的在於提供專家學者了解其他人之看法，並進行意見交流，以達成全體對本研究的共識。如果您對此份問卷之題項，有任何修改、補充意見之想法，非常歡迎您不吝指教。

本問卷填答完畢後，敬請於五日內利用 E-MAIL 方式回覆，或通知研究者親往執收。研究者在整合所有專家學者成員的意見後，將彙整分析達成一致性的共識指標。若有任何問題，歡迎聯絡，再次謝謝您的熱心參與。

敬祝

平安 如意

國立政治大學傳播學院碩士在職專班

指導教授：關尚仁博士

研究生：唐台齡

聯絡電話：0917-273-903

E-MAIL：tailintang@gmail.com

「學齡兒童節目」優質指標第三回合問卷

【填答人】 先生/女士

【填答說明】

1. 本問卷研究主題—《建構台灣兒童電視節目優質指標之研究》中學齡兒童節目指的是國人自製節目，不包含戲劇類節目與外購卡通。
2. 《建構台灣兒童電視節目優質指標之研究》中建構學齡兒童節目之面向指標，分為「目標觀眾」、「學習功能」、「內容呈現」、「製作技術」四大面項分別發展優質指標。

四大面向表：

面向	優質核心元素
目標觀眾	符合目標觀眾認知發展、具備兒童觀點、兒童角色
學習功能	教育目標、學習內涵
內容呈現	多元性、表現形式、主持人表現、角色表現
製作技術	呈現的設計與形式

3. 請您依序閱讀各項指標與說明的敘述，並就您的專業與經驗進行判斷，評估表列所建構之指標對兒童節目的重要程度。
4. 「※」表示新增題項，「◎」表示該指標彙整第一回合學者、專家的意見後已加以修正。
5. 指標評分採 1-7 分數等級，從 1 至 7 選項中圈選出您對該指標敘述內容之重要程度，分數給予 1 (表示極不重要)、2(表示相當不重要)、3(表示不太重要)、4(表示有點重要)、5 (表示還算重要)、6(表示相當重要)、7(表示極重要)的分數，數字愈大重要程度愈高。
6. 第一回合問卷統計及意見分布 1 欄中，「上次意見」代表您上一回合之填答意見、「平均數」代表上一回合學者專家意見的平均值。
7. 計發放 34 份第三回合問卷。
8. 每一面向指標題向最後，另提列第二回合專家學者補充意見。
9. 第二回合問卷經統計，共計 31 項高度共識指標。除第一回合已達「高度共識」

者 24 個指標外，新增「高度共識」有 7 個指標。

10. 研究者再參酌專家學者意見（詳如表 4-1-8），刪除指標 31(新)。
11. 專家 A16 認為：指標 20、22，有專家認為是針對特定的節目主題，較不是兒童節目的優質指標，較不適合用來鑒別一個兒童節目是否優質，至於第 20、22 指標認定不應屬於鑒別為優質兒童節目指標的建議，因研究者的論文研究本來即非以單一指標決定節目之評價，就我的觀察那些指標也都有鑒別度。
12. 請各位專家學者針對第 20、22 二項指標發表看法，雖然都是高度共識指標，將採開放題讓各位表示意見，請再次予以評分。
13. 第一與第二回合問卷，已具高度共識之指標共計 30 項，標示於填答欄，不須再填答。
14. **【填答範例】**

		請於此勾選本次之意見評分							您前次勾選之意見評分	
【第一個面向】目標觀眾 指標及說明			極重要 ← ↔ 極不重要					第一回合問卷統計及意見分布		
構面一：符合目標觀眾認知發展										
指標	針對目標觀眾的特性和興趣，規劃與設計節目的資訊與內容	7	6	5	4	3	2	1	上次意見：6 平均數：5.68	
說明：孩子喜歡探索、參與、發想，創作，節目應減少說教，鼓勵創意與發揮想像力的空間，提供小朋友在學校沒有教過的事情或議題，較能引起他們的興趣與好奇心。								1分 0位	5分 6位	
								2分 2位	6分 12位	
								3分 2位	7分 11位	
								4分 1位	共 34位	
第一回合問卷所有專家學者對本指標意見之平均數及分佈										

【第一個面向】目標觀眾

就您的專業與經驗判斷，在促進「目標觀眾」核心面向部分，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

目標觀眾—依據兒童發展狀態與學習需求，製作適合兒童口味和興趣的節目；引導目標觀眾「做中學」或「思考中學」或「探索中學習」；提供目標觀眾多元觀點和文化刺激，發展其思辨能力。

【第一個面向】目標觀眾 指標及說明		極重要◀▶極不重要	第一、二回合問卷 統計及意見分布	
構面一：符合目標觀眾認知發展				
指標 01	針對目標觀眾的特性和興趣， 規劃、設計節目的資訊與內容	高度共識	上次意見：◀Q1▶ 平均數：6.35 (第一回合)	
◎ 說明：孩子喜歡探索、參與、發想，創作，節目應減少說教，鼓勵創意與發揮想像力的空間，提供小朋友在學校沒有教過的事情或議題，較能引起他們的興趣與好奇心。			1分0位	5分2位
			2分0位	6分15位
			3分0位	7分16位
			4分1位	共34位
指標 02	節目的內容和語言貼近目標觀 眾的生活、經驗與文化	高度共識	上次意見：◀Q2▶ 平均數：6.12 (第一回合)	
說明：從目標觀眾生活背景出發，呈現兒童族群互動、溝通與對話，分享孩子共同的經驗與文化。			1分0位	5分7位
			2分0位	6分13位
			3分0位	7分13位
			4分1位	共34位
指標 03	引導目標觀眾「做中學」或「思 考中學」或「探索中學習」	高度共識	上次意見：◀Q3▶ 平均數：6.26 (第一回合)	
說明：運用「做中學」給予目標觀眾自我挑戰的空間，或運用「思考中學習」鼓勵孩子思考、比較、對照，用各種策略解決問題，或運用「探索中學習」經由自己的探索體驗學習。讓目標觀眾獲得智能、精神、道德、社會適應各方面的成長。			1分0位	5分5位
			2分0位	6分12位
			3分0位	7分16位
			4分1位	共34位
構面二：具備兒童觀點				
◎指 標 04	引導目標觀眾成為節目的主體 ，以兒童觀點出發，呈現兒童 的創意和想法	高度共識	上次意見：◀Q4▶ 平均數：5.91 (第二回合)	
說明：主持人能親近兒童觀點。節目能呈現兒童為主體，透過討論和體驗，鼓勵兒童陳述自己的觀點和創意的想法，較能引起目標觀眾共鳴。			1分0位	5分10位
			2分0位	6分16位
			3分0位	7分7位

			4分0位	共34位
指標 05	提供目標觀眾多元觀點和文化刺激，發展其思辨能力	高度共識	上次意見：《Q5》	
			平均數：6.50 (第一回合)	
說明：趨近孩子自身以外族群的文化，鼓勵孩子了解與欣賞其他文化；提供多元觀點，讓孩子在相同的觀點中找到認同感，不同的觀點中可以做比較，發展思辨的能力。			1分0位	5分3位
			2分0位	6分8位
			3分0位	7分22位
			4分1位	共34位
構面三：兒童角色				
指標 06	引導小朋友於節目中自然真實地呈現自己	高度共識	上次意見：《Q6》	
			平均數：6.12 (第一回合)	
說明：從兒童的經驗出發，生活中去體驗，引導小朋友發想參與，自然真實地呈現，能引起目標觀眾的認同。			1分0位	5分6位
			2分0位	6分15位
			3分0位	7分12位
			4分1位	共34位
除了上述指標外，在學齡前兒童節目優質指標—目標觀眾面向，您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供予我們。				

【第二個面向】

就您的專業與經驗判斷，在促進「學習功能」面向部分，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

學習功能—「寓教於樂」讓目標觀眾快樂地學習；跨領域學習的設計，統整相關知識和經驗，引導目標觀眾探索學習，循序漸進地鋪陳資訊，目標觀眾學會歸納分類或結論；運用科學的驗證精神，引導目標觀眾思考並發現問題、解決問題。

【第二個面向】學習功能		極重要←→極不重要	第一、二回合問卷統計及意見分布
指標及說明			
構面一：教育目標			
指標	節目具備教育或學習目標以	高度共識	上次意見：《Q7》

07	及「分享與合作」、「尊重與關懷」等普世價值		平均數：6.32 (第一回合)
說明：符合目標觀眾認知與學習的需求，以發展學習領域為主之節目內容設計，例如，語文、閱讀、社會、藝術、人文、數學、科學、新聞、運動)等教育目標，到學習內涵，如：學習人生「分享與合作」、「解決問題的過程」、「表達與溝通」、「尊重與關懷」、「欣賞與表現」等，可以激發兒童身心與社會潛能的發展。	1分0位	5分5位	
	2分0位	6分13位	
	3分0位	7分16位	
	4分0位	共34位	
指標 08	「寓教於樂」引導目標觀眾快樂地學習	高度共識	上次意見：«Q8» 平均數：6.21 (第一回合)
說明：節目在娛樂效果下隱含教化功能，帶給目標觀眾愉悅感，能使其快樂地學習。	1分0位	5分3位	
	2分0位	6分16位	
	3分1位	7分13位	
	4分0位	共34位	
指標 09	聘用跨領域的專業團隊，以協助節目的教育目標之達成與學習內涵的表現	高度共識	上次意見：«Q9» 平均數：6.12 (第一回合)
說明：跨領域的團隊如兒童電視人、學者專家顧問、創意人、研究人員等有不同的觀點進來，策劃具教育目標的各集主題。	1分0位	5分2位	
	2分0位	6分17位	
	3分0位	7分12位	
	4分3位	共34位	
構面二：學習內涵			
指標 10	跨領域學習的設計，統整相關知識和經驗，引導目標觀眾觸類旁通	高度共識	上次意見：«Q10» 平均數：6.00 (第二回合)
◎說明：跨領域結合的設計，將相關的知識及學習經驗組織一起統合並延伸，以傳達多元、多角度觀察事物，引導目標觀眾能夠自己去發現、探索學習。若是呈現單一的概念，又沒有邏輯性，較無法啟發目標觀眾的認知。	1分0位	5分8位	
	2分0位	6分18位	
	3分0位	7分8位	
	4分0位	共34位	
◎指 標 11	循序漸進地鋪陳資訊，引導目標觀眾有順序、步驟、深入、漸進地學習，享受學習的過程	高度共識	上次意見：«Q11» 平均數：5.88 (第二回合)
◎說明：過量的訊息，反而會使學習效果適得其反，目標觀眾失去興趣。循序漸進地鋪陳資訊，有順序、步驟、漸進式	1分0位	5分6位	
	2分0位	6分23位	

還要重複、更深入的學習，引導目標觀眾觀察、歸納、分類後下結論。		3分0位	7分4位
		4分1位	共34位
指標 12	引導目標觀眾尊重人與人之間的個別差異，開拓他們的視野，省思人我關係	高度共識	
		上次意見：《Q12》	
		平均數：6.12	
		(第二回合)	
◎說明：引導目標觀眾尊重人與人之間的個別差異與不同的生活經驗，拓展目標觀眾的視野，同時省思人我之間的關係。		1分0位	5分3位
		2分0位	6分24位
		3分0位	7分7位
		4分0位	共34位
指標 13	運用科學的驗證精神，引導目標觀眾思考並發現問題、解決問題	高度共識	
		上次意見：《Q13》	
		平均數：6.15	
		(第一回合)	
說明：運用科學實驗的驗證精神，引導目標觀眾主動觀察，進而去思考，發現問題、解決問題、克服困難。		1分0位	5分4位
		2分0位	6分15位
		3分0位	7分13位
		4分2位	共34位
指標 14	建立目標觀眾的群性發展，肯定自己的價值	高度共識	
		上次意見：《Q14》	
		平均數：5.88	
		(第一回合)	
說明：引導目標觀眾參與團體多方面發展，如依附情感、情緒、對自我的認識、道德行為、朋輩同儕關係等，在雙向互動過程中，能夠在意念和行為上，作出正確的選擇，肯定自己的價值。		1分0位	5分5位
		2分0位	6分18位
		3分0位	7分7位
		4分3位	共34位
指標 15	藉由故事中的人際關係，增進對人性的理解，建立正面的價值觀和積極的人生態度	高度共識	
		上次意見：《Q15》	
		平均數：6.29	
		(第一回合)	
說明：傳遞具正面價值的內容，引導目標觀眾建立正向的價值觀和積極的人生態度，關懷與接納他人，滿足對人性的關注和理解。		1分0位	5分4位
		2分0位	6分13位
		3分0位	7分16位
		4分1位	共34位
除了上述指標外，在兒童節目優質指標－學習功能面向，您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供予我們。			

【第三個面向】內容呈現

就您的專業與經驗判斷，在促進「內容呈現」面向部分，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

內容呈現—兒童節目必須多元，內容和風格具有想像力、原創性和獨特性；節目設計能讓目標觀眾憑藉自己的力量完成任務或夢想等；主持人像是配角，扮演搭橋樑的角色，從旁協助目標觀眾完成任務。

【第三個面向】內容呈現 指標及說明		極重要 ←→ 極不重要	第一、二回合問卷統計及意見分布	
構面一：多元性				
指標 16	呈現世界的多樣性和多元的價值觀	高度共識	上次意見：《Q16》 平均數：6.41 (第一回合)	
◎說明：多元社會呈現多樣性的世界和多元的價值觀，鼓勵目標觀眾思考，反思背後的意義。			1分0位	5分0位
			2分0位	6分20位
			3分0位	7分14位
			4分0位	共34位
指標 17	內容和風格具有想像力、原創性和獨特性	高度共識	上次意見：《Q17》 平均數：6.44 (第一回合)	
◎說明：內容和風格是否有想像力、原創性和新意是節目能夠脫穎而出的優點，結合目標觀眾生活經驗，符合時代潮流，展現節目製作人員新穎獨到的創意。			1分0位	5分4位
			2分0位	6分11位
			3分0位	7分19位
			4分0位	共34位
指標 18	節目主題能從多角度協助目標觀眾關注社會議題，或探索在地文化並建立國際觀	高度共識	上次意見：《Q18》 平均數：6.41 (第一回合)	
說明：透過多角度的探討，引導目標觀眾探索在地生活與文化，連結社會關注議題，幫助孩子認識世界，建立國際觀。			1分0位	5分2位
			2分0位	6分16位
			3分0位	7分16位
			4分0位	共34位
指標 19	內容設計融入兒童的次文化，展現目標觀眾年齡層	高度共識	上次意見：《Q19》 平均數：5.70	

	特有的喜好		(第一回合)					
說明：提供多樣形式、主題的內容，節目的設計呈現目標觀眾年齡層特有的喜好，符合孩子的次文化，展現孩子自我價值感。			1分0位	5分7位				
			2分0位	6分16位				
			3分1位	7分6位				
			4分3位	共34位				
構面二：表現形式								
指標 20	節目的設計能讓目標觀眾憑藉自己的力量完成任務或夢想	高度共識						上次意見：《Q20》 平均數：5.59 (第一回合)
		7	6	5	4	3	2	
說明：引導目標觀眾從生活中發現、學習，探索自己的興趣、需求、價值觀、能力，呈現如圓夢計劃之設計等。			1分0位	5分11位				
			2分0位	6分13位				
			3分1位	7分6位				
			4分3位	共34位				
專家(A16)認為：這是針對特定的節目主題，較不是兒童節目的優質指標。 專家(A29)認為：論文研究本來即非以單一指標決定節目之評價，就我的觀察那些指標也都有鑑別度，所以個人覺得都參考就好，倒是無需特意再修正。 ☆ 指標20，雖然是高度共識的指標，將採開放題讓各位專家表示意見，請再次予以評分。								
指標 21	鼓勵目標觀眾親自體驗或觀察他人的替代性經驗，從實際的體驗中找答案	高度共識						上次意見：《Q21》 平均數：5.88 (第一回合)
		7	6	5	4	3	2	
說明：從多角度觀察事物，鼓勵目標觀眾親歷或觀察他人的替代性經驗，從實際的體驗中去找答案，這樣的學習是深刻而久遠的。			1分0位	5分8位				
			2分0位	6分16位				
			3分0位	7分8位				
			4分2位	共34位				
指標 22	鼓勵兒童近用媒體，為自己發聲，尊重他人意見	高度共識						上次意見：《Q22》 平均數：5.64 (第二回合)
		7	6	5	4	3	2	
說明：培育兒童利用媒介來溝通意見，讓目標觀眾勇於表達自己的主張，尊重他人不同的意見與想法，形成自我的價值觀，亦能培養批判思考的能力。			1分0位	5分11位				
			2分0位	6分17位				
			3分0位	7分3位				
			4分2位	共34位				
專家(A16)認為：兒童媒體近用權非常重要，此項指標較不適合用來鑒別一個兒童節目是否優質，這是針對特定的節目主題，較不是兒童節目的優質指標。								

專家 (A29) 認為：論文研究本來即非以單一指標決定節目之評價，就我的觀察那些指標也都有鑑別度，所以個人覺得都參考就好，倒是無需特意再修正。

☆ 指標 22，雖然是高度共識的指標，將採開放題讓各位專家表示意見，請再次予以評分。

構面三：主持人表現			
◎指標 23	主持人親切自然，與孩子平等互動，尊重孩子的感受，讓目標觀眾有個親近的、典範的、朋友般的學習對象	高度共識	上次意見：《Q23》 平均數：6.38 (第一回合)
說明：主持人親和力強，有技巧的帶領孩子互動，用目標觀眾的語言與其溝通對話，尊重孩子的感受，讓目標觀眾有個親近的、典範的、朋友般的學習對象。			1分0位 5分5位 2分0位 6分11位 3分0位 7分18位 4分0位 共34位
指標 24	主持人能扮演搭橋樑的角色，從旁協助目標觀眾完成任務	高度共識	上次意見：《Q24》 平均數：5.97 (第二回合)
說明：主持人雖是主角卻是非主導性的角色，而是設計情境與活動者，扮演一個橋樑的角色（鷹架功能），從孩子的經驗出發，慢慢搭起，橋搭橋方式，引領目標觀眾嘗試、思考，提供舞台讓他們發揮。			1分0位 5分7位 2分0位 6分18位 3分0位 7分8位 4分1位 共34位
指標 25	主持人幽默風趣，具專業背景，能勝任資訊的傳達且有說服力	高度共識	上次意見：《Q25》 平均數：6.26 (第一回合)
說明：主持人因為個人魅力、敬業態度、專業判斷，以及對工作專注、投入的程度，獲目標觀眾信賴，能夠在意念和行為上，幫助目標觀眾近用、欣賞、學習。			1分0位 5分3位 2分0位 6分16位 3分0位 7分14位 4分1位 共34位
構面四：演出角色			
◎指標 26	運用不同角色引導目標觀眾對角色楷模產生認同	高度共識	上次意見：《Q26》 平均數：5.74 (第二回合)
說明：呈現不同角色的特質，多元不刻板，引導目標觀眾對角色楷模的認同。			1分0位 5分7位 2分1位 6分21位 3分0位 7分4位 4分1位 共34位

除了上述指標外，在兒童節目優質指標－內容呈現面向，您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供與我們。

【第四個面向】製作技術

就您的專業與經驗判斷，在促進「製作技術」面向部分，請評估表列所建構之指標對建構台灣優質兒童電視節目之重要程度。

製作技術－視覺美感，美學概念出發，色彩與光影的調和，營造的美感，能提升目標觀眾的鑑賞力；場景和道具可以提供目標觀眾身歷其境之感受，精心設計的配樂，拍攝手法多元，達到耳目一新的驚艷效果。

【第四個面向】製作技術 指標及說明		極重要 ←→ 極不重要	第一、二回合問卷 統計及意見分布	
構面一：呈現的設計與技術				
指標 27	傑出的美術與音樂風格，提升目標觀眾的鑑賞力，觸動其心靈	高度共識	上次意見：《Q27》 ----- 平均數：6.33 (第一回合)	
說明：美學概念出發，如繪圖風格或是平面繪畫、立體動畫等，再加上色彩與光影的調和，營造的美感，能提升目標觀眾的鑑賞力；精心設計的配樂，能觸動目標觀眾心靈。			1分0位	5分2位
			2分0位	6分12位
			3分0位	7分17位
			4分2位	共34位
指標 28	精緻的場景和道具因應情境改變而變化，能提供目標觀眾身歷其境之感受	高度共識	上次意見：《Q28》 ----- 平均數：5.82 (第一回合)	
說明：節目應該要讓目標觀眾眼見為憑，場景和道具因應情境改變而變化，提供身歷其境之表現。			1分0位	5分6位
			2分0位	6分17位
			3分1位	7分7位
			4分2位	共34位
◎指標 29	運用「主觀鏡頭」呈現孩子的觀點，運用「特寫鏡頭」引導孩子聚焦重點	高度共識	上次意見：《Q29》 ----- 平均數：5.74 (第二回合)	
說明：鏡頭的設計，如「主觀鏡頭」跟隨孩子第一人稱的觀			1分0位	5分11位

點，呈現孩子的觀點；「特寫鏡頭」讓目標觀眾清楚觀察事情的重點，引發目標觀眾的感受與理解。而不是用長鏡頭拍攝或只拍說話的人的畫面，無法看清節目要表達的訊息。		2分0位	6分15位
		3分0位	7分6位
		4分2位	共34位
指標 30	拍攝手法多元，運用攝影新科技讓畫面細膩地呈現，達到令人驚艷的效果	高度共識	上次意見：《Q30》 平均數：5.79 (第一回合)
說明：運用新科技，如高速攝影下慢動作之美或縮時攝影，不同角度拍攝，輔助節目細膩的呈現，達到耳目一新的驚艷效果。		1分0位	5分7位
		2分0位	6分17位
		3分0位	7分6位
		4分3位	共34位
除了上述指標外，在兒童節目優質指標—製作技術面向，您有修正建議或其他建議指標嗎？歡迎您盡量提供與我們。			



附錄十三之一：「學齡兒童節目」第一回合問卷專家意見彙總表

建議專家學者	建議（補充）事項
A4	【第三個面向】指標 21，鼓勵目標觀眾從實際的體驗中找答案，建議改為循序漸進引導目標觀眾尋找答案。
A8	【第五個面向】兒少節目比例與內容品質是一個國家進步的重要指標。在目前設計的題組中，似乎未涵蓋以上的觀點與檢核性；建議是否融合進最後一個面向的相關指標。
A16	<p>【第一個面向】指標 06 說明：對於實拍或部分棚拍節目，如果能引導小孩發想參與當然很好，但實務上這其實很難，需要願意付出時間讓孩子熟悉作業狀況。而且這個陳述限制了兒童節目往戲劇取向發展，事實上，台灣也對兒童戲劇節目的經驗一向貧乏。</p> <p>【第二個面向】指標 07 說明：認同普世價值的學習內涵，但認為讓兒童節目符應課綱標準和領域，是兒童節目發展與創意的侷限。指標 10 說明：若是教學，我認同次陳述中呈現的學科統整和主題教學很重要，但是將教學理論套用在電視兒童節目，我認為是一種侷限。指標 14 說明：認同自我肯定，但「群性發展」會讓我聯想到鼓勵從眾較不認同其重要性。教孩子自我了解、肯動、關懷與接納他人、懂得生活、享受生活，知識的學習上，兒童在學校、補習班已經花太多時間，兒童節目不必一直強調知識的獲得。</p> <p>【第三個面向】指標 18 說明：三個取向都很重要，但一個節目中如何同時做得到？這題像是為「下課花路米」量身打造，只有夠長期經營又有相對較優資源的節目才可能有的集數在地、有的集數出國拍攝建立國際觀。指標 20 說明：這樣的描述是針對特定的節目主題。指標 21：如果是教學，我認為很重要，但對電視這種視聽媒體而言，具有的是「替代性學習或體驗」的角色，由孩子建構學習意義，除非互動電視的發展一日千里，完全改變觀眾在「觀看行為」中的意義吧！指標 22 說明：作為媒體應扮演的角色，提供近用媒體的機會，甚至培訓是很重要的，但作為「優質兒童節目指標」，較不適合用來鑒別一個兒童節目是否優質。指標 24 說明：對觀眾而言，主持人就是主角，重要的是主持人如何稱職扮演主角角色，讓兒童有個親近的、典範的、朋友般的對象。指標 32 說明：我認為很重要，但這應屬於影響節目能否優質的「外部因素」，並非評量一個節目是否優質的重要指標，有穩定的資金和人力配置，就能推估某節目一定是優質節目嗎？</p>
A18	【第一個面向】內容取材的適齡適性度應更朝向以兒童觀點出發，許多題材的切入點容易以大人角度或落入慣性思考模式，建議可再多著墨這一部分，會使節目設計更加適切得宜。

	<p>【第二個面向】一次主題最好提供目標對象學習某些特定項目的資訊及重點，分散的概念或者太過大量的訊息反而會使學習效果適得其反，失去興趣。</p>
A23	<p>【第一個面向】指標 3 說明：知識超載的時代，抽象思考的提早導致兒童動手探索主動思考能力的退化，此目標非常重要但礙於媒體跟觀眾的虛擬距離如何確立觀眾的實際操作是一大考驗。指標 4：說明：主動學習跟主導學習有所差別，我們在鼓勵主動學習的同時，如何避免兒童未成熟的心智與未完整的思量導致偏頗的空虛信心。</p> <p>【第三個面向】指標 22：媒體權力連大人都無法控制，何況兒童，近用媒體未若善用媒體。</p>
A24	<p>【第三個面向】指標 20 說明：完成任務的程度？如日本節目讓 3-5 歲小朋友單獨一人去完成任務則是非常好的節目。</p>
A27	<p>【第一個面向】減少目標明顯的說教或道德意識影響 給予多元的創意力。</p> <p>【第三個面向】無需刻意矮化或偽裝兒童聲音或裝扮，場景或是穿著，應該貼近生活或是自然而然。</p>

附錄十三之二：「學齡兒童節目」第二回合問卷專家意見彙總表

建議專家學者	建議（補充）事項
A16	<p>【第三個面向】指標 22，兒童媒體近用權非常重要，但我以為「優質兒童節目指標」是一個判斷兒童節目品質的普同指標，而非針對特定的節目議題。就「普同標準」而言，它的重要性並不高。</p>
A24	<p>【第三個面向】指標 22 說明：學齡兒童運用近用媒體，需要具備其先備能力。</p> <p>【第四個面向】指標 35 說明：學齡前兒童此時操作電腦不利健康，並非必要。</p>
A30	<p>【第二個面向】指標 12 說明：若是呈現單一的概念很分散又沒有邏輯性，較無法啟發目標觀眾的認知。</p>

附錄十三之三：「學齡兒童節目」第三回合問卷專家意見彙總表

建議專家學者	建議（補充）事項
A16	【第三個面向】指標 20：對於非普遍適用於鑑別學齡兒童節目優質度的指標，個人傾向給予中等／中性重要。
A22	【第三個面向】指標 20：每一個好的兒童節目，均應有此目標
A23	【第三個面向】指標20：個人認同專家A16的看法，因為探索任務型態的節目只是眾多節目類型中的一種，所以個人認為此類型節目是必需性的存在而非絕對，以優質兒童節目的全面性考量認為其重要性介於4-5之間。指標22：站在教育的立場我們培養孩子勇於表達自我，更要訓練孩子真心傾聽，同理尊重，如此才能真正達到訊息的傳遞與思想的溝通。一個以人為本的教育理念：每一個獨立個體的聲音都需要被傾聽、被包容、被理解，被尊重，但不一定會被完成。
A29	【第三個面向】指標20：論文研究本來即非以單一指標決定節目之評價，就我的觀察那些指標也都有鑑別度，倒是無需特意再修正。指標22說明：就我的觀察那些指標也都有鑑別度，所以個人覺得都參考就好，倒是無需特意再修正。

