

偶像劇中愛情與性別角色的 再現與迷思： 以台灣偶像劇的男女主角互動為例

李素月、陳延昇*

摘要

本研究以內容分析法分析台灣偶像劇的性別刻板印象與愛情圖像，研究發現男女主角的形象塑造與性別再現皆呈現傳統刻板印象與父權社會意識，在外表與社會經濟地位上呈現男強女弱與男尊女卑的意象。在性格上，男主角的負面性格隨著劇情而逐漸淡化，呈現出野獸變王子的意象。女主角則在傳統女性所需的陰柔特質上逐漸強化，例如溫順隨和、誠信仁慈，與內向沈靜。在愛情迷思方面，最常見的有天注定、真愛可以克服一切，與真愛使人完整。

關鍵詞：性別角色、刻板印象、偶像劇、愛情迷思

* 李素月為 Department of Journalism, College of Letters and Science, University of Wisconsin Oshkosh 助理教授；陳延昇為交通大學傳播研究所助理教授。通訊作者為李素月，Email: lees@uwosh.edu。

投稿日期：2014/07/20；通過日期：2014/12/25

中華傳播學刊·第二十八期·2015.12·157-196
DOI: 10.6195/cjcr.2015.28.05



壹、研究背景與問題

兒童福利聯盟文教基金會（2012.12.18）曾針對一千四百位國小高年級、國中生的愛情觀與愛情行為進行調查，發現有 77% 受訪者觀看過偶像劇，而且其中有三成的青少年觀眾因此想談戀愛。相較之下，沒有觀看過偶像劇的青少年，僅有一成五表示想談戀愛。年輕觀眾容易被偶像劇中浪漫的愛情故事與為對方無條件的付出的情結深深吸引，並模仿經典台詞和男女主角之間的一舉一動。該調查報告認為不少青少年把偶像劇視為戀愛教科書，進而仿效電視建構的愛情價值觀與應對方式，包括對分手的戲劇化處理或過早建立兩性親密關係。這些訊息值得傳播研究學者關心，我們固然不必視偶像劇為洪水猛獸，青少年的愛情觀也可能更有其他影響因素，但傳播研究確實關注和探討：偶像戲劇中究竟在觀眾面前呈現了怎樣的愛情敘事和愛情價值觀點？

探討此問題，可以先從台灣偶像劇發展的時空背景加以檢視。以影視產業角度，偶像劇其實是近年來台灣自製戲劇節目的成功案例。自從 2001 年《流星花園》以改編日本同名的少女漫畫為劇情主軸，並以俊男美女的年輕偶像為主角，成功引起台灣自製戲劇節目的一波熱潮。此後被稱為偶像劇的同類型戲劇節目，不僅在國內造成風潮，也成功的外銷到國外市場，提高台灣在亞洲流行文化舞台的能見度與影響力（吳怡國、姜易慧，2010）。根據對台灣戲劇節目的跨國輸出調查，台製偶像劇在 2000 ~ 2006 年的輸出率達 100%（劉啟宇，2006），尤其深受大陸及東南亞國家的歡迎。楊勝欽、涂聖忠與林忠明（2010）的研究指出，台灣偶像劇成功地遞補韓劇在亞洲市場銷售上的滑落。就台灣影視環境來看，偶像劇已成為電視台爭取年輕觀眾的最主要籌碼，也直接影響電視台對廣告主的吸引力。進一步在整合行銷與偶像崇拜的消費架構下，偶像劇所帶來的經濟商機遠超過單純的廣告收入，因為觀眾消費的不僅是電視文本，也是附著於文本中的消費文化、符號意涵與偶像崇拜（王幸麗，2009；李丁讚、陳兆勇，1998；林瑞端，2000；郭家平，2007；Vu & Lee, 2013）。偶像劇中所呈現的拍攝場景與所形塑的偶像也能帶動在地的消費與觀光，例如，以《流星花園》走紅的 F4 男子偶像團體，在 2007 年的國際歌友會，觀光局及預算至少為台灣帶來一億元的觀光收入（馮昭，

2007.10.27)。時至今日，偶像劇已成為台灣自製戲劇中的重要一環，從早期取經於日韓的漫畫小說為劇本，到現階段許多劇本亦為本地產製。更是電視台的主要播出電視節目之一，近年來每年約有 20 部偶像劇播出（吳怡國、姜易慧，2010）。至此，可以見到偶像劇的強大經濟影響力。那麼，文化影響力如何呢？

就理論層面而言，戲劇雖多為虛構的故事，閱聽人卻能從觀看中得到各種不同的滿足、愉悅與認同（Babrow, 1987；Blumenthal, 1997）。著名的涵化理論研究（Gerbner, 1998；Potter, 1991；Shrum, Burroughs, & Rindfleish, 2005）也早提出電視文本可以藉由不斷的、相同的、與重複的訊息，影響閱聽人對外在世界的認知（cognition）、信念（belief）、與價值觀（value）。同樣的，社會學習理論（Bandura, 2001）說明媒體是閱聽人的學習媒介，閱聽人藉由媒體訊息學習與了解社會的普同價值、常規與行為。在《流星花園》之後，不少研究者也開始關注台灣本土偶像劇，但主要是以單一或少數的特定偶像劇進行文本研究（例如：何玉娟，2012.07.25；吳孟芯、曾意倫與蘇冠心，2012；林欽婕，2011；趙庭輝 2005a，2005b，2005c；劉啟宇，2006；蔡蕙年，2011）。這些研究雖然整理出部分出現特定偶像劇愛情敘事的元素，但對於檢視偶像劇整體趨勢的愛情敘事和象徵意涵較缺乏完整、全面的觀察分析，令後續研究者有見樹不見林之憾。

我們因此認為以內容分析研究法來對偶像劇進行系統性的量化分析有其必要性。尤其以最近五年的偶像劇為研究對象，更有助承續過往研究並觀察可能的新趨勢發展。

過去典型的偶像劇敘事架構是在追求唯美與浪漫，男女主角都有出色外表，而真愛可以克服所有的困難與兩人差異，以快樂結局作為結束讓時間凍結在兩人相愛的時刻。但近年來偶像劇在隨時代的轉換下，加入了許多不同以往的純愛故事（例如，《犀利人妻》和《敗犬女王》）。我們好奇，偶像劇的愛情敘事、男女主角形象是否持續了典型的灰姑娘故事模版？還是愛情故事有了新的一章？

根據上述研究意識，本研究對近五年在台灣無線電視頻道（包括無視電視台與有線電視頻道的合播）播出 18 部偶像劇進行內容分析，主要目的在於分析偶像劇中的愛情敘事結構與男女主角性別形象的形塑與呈現。

貳、文獻探討

一、偶像劇的起源、發展與研究

學者們一般多認為台灣偶像劇源起日劇的趨勢劇（trendy drama），不同於傳統連續劇高達百集以上，偶像劇的劇情緊湊，集數多在 13 ~ 15 集，並以時下年輕人崇拜的青春偶像為主角，以純愛為出發點，交織著所面臨的愛情、工作、同儕與家庭的問題，引起觀眾的共鳴與投射於劇中的角色，更在唯美浪漫的愛情架構下，帶給觀眾對愛情與生活的憧憬與期待（吳怡國、姜易慧，2010；郭魯萍，2003）。因此偶像劇的賣點是建築在觀眾對浪漫愛情的嚮往，尤其是年輕的女性觀眾。有偶像劇之母之稱的《流星花園》製作人柴智屏即強調，一部成功的偶像劇在於「相信愛情」，所有參與的工作人必須在相信愛情的信念下才能製作出一部感動觀眾、得到共鳴的偶像劇（新浪網全球新聞，2013.04.13）。劉俊傑導演指出偶像劇的愛情公式在於所編織的唯美愛情故事雖偏離現實但卻不會脫離太遠，故事主角各個俱備特殊的背景，並且有信物象徵彼此永恆的真愛誓約（高啓祥，2003）。產業面的觀點強調愛情是賣點，學術研究又如何呢？

目前台灣對於偶像劇的研究可分為三大面向，一是偶像劇的效果研究，二是偶像劇的文本研究，三則就產製與行銷的觀點看偶像劇的流行、製作與廣告效益。首先在效果研究方面可依其理論架構分為兩種取向，一是以政治經濟或文化消費架構下，檢視偶像劇對觀眾在文化認同與消費行為的影響，這個面向的研究源起於學者對收視日劇與日本文化的認同關心，例如王幸麗（2009）指出在文化接近性的幫助下，透過嚴謹的製作和精緻的影像結構、內容與場景，日劇傳達高品質與高度時尚流行的日本社會，進一步形成台灣觀眾對日本文化與商品的認同。在本土偶像劇崛起後，學者逐漸將重心轉至台灣的偶像劇研究，例如曹蜀宜（2005）的研究發現台灣青少年對偶像劇的收視程度和涉入程度都相當高，並且購買偶像劇相關產品與收視程度呈正相關。第二個面向則是使用與滿足或接收分析的的架構下，探討觀眾的收視經驗，例如翁鈴雅（2008）以深度訪談的方式瞭解閱聽人對偶像劇文本的詮釋與互動，整理出偶像劇對閱聽人俱有陪伴、宣洩、逃離、同理、學習和認同等療癒功能。

接著，在文本研究方面則是以質化研究為多，以單一偶像劇為個案探討文本的所建構的社會、性別、與文化意涵，例如趙庭輝（2005a）解析《薰衣草》所建構的愛情神話、階級意識、性別角色與青少年次文化。最後在產製與行銷面向，則多以個案為研究主體，探討其行銷策略、成功的因素，或置入行銷的運用，例如高淑珍與劉玟君（2013）以《我可能不會愛你》的 Facebook 社群粉絲頁為例，探討社群媒體的體驗行銷策略在其觀眾的觀賞經驗與滿意度的影響。

二、電視戲劇文本與性別角色再現

目前國內對偶像劇的性別角色的研究多以質化研究為主，對個別文本進行性別的刻板印象與意識進行文本分析。例如，洪淑姿、林祐如（2004）探討偶像劇《薔薇之戀》文本所呈現的性別與情慾流動。或如，關於台灣偶像劇濫觴的《流星花園》，相關研究認為富裕、傲慢的男主角多次扮演英雄的角色來解救貧窮、堅毅的女主角，彷彿灌輸女性唯有等待王子般的男主角才能得到跨越階級藩籬的枝頭鳳凰獎賞（趙庭輝，2005b；蔡蕙年，2011）。另外，此外綜合趙庭輝（2005a，2005b，2005c）對三部偶像劇男女主角在服裝造型與階級意識的分析，男主角皆俱有貴族的生活形態，高級服裝與優渥物質條件，女主角則無論是中產階級或相對的貧窮，在服裝上也強調女性陰柔特質或流行美感。同樣地，黃葳威（2009）在針對本土連續劇《娘家》和《真情滿天下》和偶像劇《敗犬女王》個案分析中指出戲劇節目常出現性別霸權的再現，尤其是家暴、性暴力和性犯罪，女性角色的刻畫也呈現性別角色的刻板印象，女性俱備溫柔婉約、善解人意、逆來順受和以子為貴等特質。

這樣的性別角色再現是否在近年出現變化呢？吳亞倩（2013）在針對《我可能不會愛你》和《犀利人妻》的文本研究中指出，劇中女性角色雖在初期依照父權意識與傳統思維，但女性角色在中期逐漸思考自己的人生，並且於劇末時選擇重新開創新的生活，不以傳統婚姻為唯一依歸，因此，兩部偶像劇中的女性角色創造不同以往的未來意象，脫離父權意識。同樣的，林歆婕（2011）以三部偶像劇《王子變青蛙》（2005）、《命中注定我愛你》（2008）和《敗犬女王》（2009）探討性別角色建構、女性形象和主體意識在偶像劇的轉變，結論指出

早期偶像劇中，女性角色多是在父權意識形態下運作，在個性上俱備傳統的溫柔與堅毅形象，在身體意識則被客體化而無自主權，直到《敗犬女王》展現出女性的主體性。然而，這樣的主體性仍是受限的，劇中的情節仍然無法完全逃離父權意識形態。

媒介的再現，其實也反應所處社會的文化氛圍，女性形象在東西方社會、媒介呈現上有其相同但也有相異之處。歐美相關研究發現，早期女性在電視裡出現的比例低於男性（underrepresented），即使出現也多強調其家庭角色（例如家庭主婦和母親）；相對地，男性卻多擁有工作和較高的社會經濟地位（Lemon, 1977；Long & Simon, 1974；Signorielli, 1989）。Tedesco（1974）針對美國晚間黃金時段電視節目的內容分析發現，女性多為正面角色，年輕且美麗，較善於交際、溫和，和快樂，但也較無權力、不理性、情緒化且較不智慧，相對來說，男性則較高、主動、獨立、有權力、理性且聰明。後續的研究也持續地發現相似的結果，Berg & Streckfuss（1992）針對美國電視黃金時段中對女性在工作職場的刻畫進行內容分析發現，女性出現的比例低於男性，並且女性在工作性質、職位與所扮演的角色都呈現出刻板印象，例如女性多工作於服務業、零售業或無業，男性則較多在高階職位（例如經理）或高級專業領域（例如醫師、刑事探員），此外在工作組織中，女性所扮演的功能多是關於人際互動與關係發展，例如社交和輔導，而男性則有較多決策性、資訊性與操作性的功能。相似的，Signorielli & Bacue（1999）對美國電視黃金時段從1960～1990橫跨30年的內容分析指出，雖然有越來越多的女性出現在電視並且有不同於傳統的女性角色，但女性相較於男性還是較少得到重視（recognition）與尊重（respect），男性出現的比例還是高於女性，並且擁有專業與高階職位。整體而言，女性形象確實出現了一些變化，但主要仍持續之前的性別刻板印象，女性所扮演的角色多俱備人際互動關係功能，以朋友、愛情、家庭等面向中心；相對的，男性則較多以工作職位為中心，描述其在工作職場的功能與行動（Lauzen, Dozier, & Horan, 2008）。

綜合上述，影像媒體中所呈現的男性與女性存在著一些固定的刻板印象，男性較為專業，擁有較高的社會經濟地位與權力，在性格的呈現上較為多元，包含正反面性格。相對的，女性較不具專業能力，社會經濟地位較低，性格的呈現符合父權意識，正面角色、堅毅且溫

柔。偶像劇情節中，這樣的不對等關係卻又加上以真愛至上的愛情價值，幾乎屢見不鮮。

媒體呈現的男女間的性格差異，或許也反映了所處社會氛圍的性別面貌。事實上，關於性別與性格的互動關係，一直是心理學領域長期的關注焦點。以佛洛伊德為主的傳統精神分析觀點，把男女的人格特質差異歸因於生理因素，認為身體結構的天生歧異影響了女性從童年時期以來的個性發展。然而，新精神分析學派（葛魯嘉、陳若莉，2000；Horney, 1973；Westkott, 1986）則反對性別在性格差異是生物趨力的看法，認為後天的社會文化因素才是形成個人特質的關鍵，尤其女性的性格形成過程就是面臨人與他人關係衝突的結果。尤其新精神分析創始者 Horney（1973）的女性主義觀點提出了愛情對女性性格形塑的重要性，她認為當所處的社會文化潛移默化地灌輸女性理想形象，並使得女性認為愛情是生命的重心。隨之而來的就是身處愛情中的女性必須轉變某些可能造成衝突的人格特質，使自己適合於男性為主的對待關係。Horney（同上引）認為尤其是具有教育知識的中產階級女性，在尋求愛情過程中，可能面臨必須降低自尊與自信、避免衝突，這樣的過程也成了性格形塑的趨力。

此外，回應於 Horney 強調的社會文化因素對性格影響，我們也有必要省思華人社會文化對個人性格之可能影響。學者楊國樞等人長期致力華人社會與華人性格之研究（許功餘，2010；楊國樞，1993，2005），不僅提出有別於歐美社會所慣用五大人格標準，建立了華人七大基本性格向度，更指出華人社會重視家族、關係、權威與他人取向。楊國樞（1993）具體說明在華人社會長期至今的男性父權體系之下，重視關係和諧、權威崇拜、顧慮他人、順從他人是華人普遍的性格特色。儘管性別議題在上述系列研究未被強調，但可以推論的是，台灣女性性格的深層結構仍然受到父權社會文化影響甚深，在真實生活也在媒介內容中呈現。

三、媒體與愛情迷思

愛情元素是偶像劇最主要的劇情軸線發展，相關研究卻常提醒這些愛情價值觀可能是與真實情境有所差異。這些似是而非的愛情價值觀究竟為何？又為何常被認為是迷思（myth）？我們必須進一

步探討。Ruthven (1976) 指出所謂的迷思是起源不可考，呈現形式不固定，傳達意義不精，並且人們無法用理性思辨去對待迷思，而迷思卻反而模仿理性思維的多元衝突觀點形式，讓人更難以判斷。迷思的建構與流行需要觀眾心甘情願地暫時捨棄對文本故事的懷疑 (suspension of disbelief) (Galician, 2004)。雖然迷思不一定是真實的，但它是被普遍接受、流行的信念、想法或故事 (Merriam-Webster.com, 2014)，因此迷思形塑我們對這個世界的認知與理解。而大眾媒體是傳遞迷思的主要媒介之一，尤其是關於性、愛情、與刻板印象 (Galician, 2004; Silverblatt, Ferry, & Finan, 1999)。Galician (2004) 強調迷思不需要是真實的，但它的確擁有足夠的因素來讓人們接受它、信仰它。例如在愛情故事裡，「從此過著幸福快樂的日子」(happily-ever-after ending) 在真實生活裡是不真實的，但戲劇觀眾卻有一個情感上的保守主義，那就是當一個男孩和一個女孩真心相愛時，他們「一定」要有一個快樂的結局 (Ebert, 2000: 297)。

Bachen & Illouz (1996) 指出由於媒體不斷地描述與呈現唯美的浪漫愛情，現代人對於浪漫愛情的認知或期待遠早在真正的戀愛關係開始前，根據調查，電視是年輕人接觸愛情故事最大的來源 (94%)，其次則為電影 (90%)，且年輕觀眾可從劇中奢華的影像呈現得到愉悅，年輕觀眾心中理想和期待的愛情與媒體所呈現的愛情敘事有高度聯結，例如浪漫與物質消費劃上等號，浪漫約會是建立在優雅衣著與高級的晚餐約會上。此研究強調電視電影媒體中的愛情影像資料，建構年輕人心理想的愛情模式，影響年輕人愛情觀。

Hefner & Wilson (2013) 將近十年好萊塢的愛情喜劇電影進行內容分析，發現將近 98% 電影呈現至少一次理想的愛情陳述 (romantic ideal expression)，包含精神或唯一伴侶占 38%、完美理想情人占 30%、真愛可以克服一切占 25%，和一見鍾情占 7%。並且在其對觀眾的研究調查中發現，觀看這些愛情浪漫喜劇與對上述的理想愛情觀的認同有正相關，以學習為觀看動機者更是認同上述的理想愛情觀。

Galician (2004) 針對大眾媒體的愛情故事，包含書籍、雜誌、電影、電視，和音樂整理出十二項愛情迷思，其中十項是關於文本所呈現的迷思：

- (一) 完美的另一半是天注定的，沒人也沒有任何事可以將你們分開。例如，《西雅圖夜未眠》、《美國情緣》。

- (二) 一見鍾情。例如，《鐵達尼號》、《灰姑娘》。
- (三) 靈魂伴侶。不必多說，對方就完全了解你的想法和感覺。例如，《鐵達尼號》、《人鬼情未了》。
- (四) 真的伴侶會使兩人的性愛容易且美好。例如，《鐵達尼號》、《捍衛戰士》。
- (五) 女生必須要有美麗的外表才能吸引男生。例如，《麻雀變公主》、大部分迪士尼動畫電影（例如《美女與野獸》、《灰姑娘》、《睡美人》）。
- (六) 男生不能比女生矮、弱勢、年輕、窮或沒成就。例如，《麻雀變鳳凰》、《愛你在心口難開》。
- (七) 一個女生的真愛可以將一個男生從「野獸」變「王子」。例如，《征服情海》、《美國派》。
- (八) 經常為大小事而衝突代表真的愛對方、在乎對方。例如，《愛你在心口難開》、《亂世佳人》。
- (九) 真愛是最重要的，可克服一切困難與差異。例如，《麻雀變鳳凰》、《鐵達尼號》。
- (十) 真的伴侶會讓你更完整，填補你的需求，讓你美夢成真。例如，《麻雀變鳳凰》、《征服情海》。

回應西方研究社群的發現，在台灣關於偶像劇研究，也有與相似發現。連麗雅（2008）以《花樣少男少女》為樣本對 19 位小學六年級生進行深度訪談，發現學童理想情人形象與戀愛行為受到偶像劇及主流文化明顯影響。魏家瑜（2013）對女性偶像劇迷的研究發現，女性觀眾雖然對劇中不切實際的愛情故事有反思能力且進行批判解讀，並不隨意認同偶像劇內容，但弔詭的是，觀眾仍無法脫離對劇中浪漫愛情的認同，包括「只有對方可以安慰自己」、「伴侶要和偶像劇主角一樣瞭解和體貼自己」以及「努力付出必能獲得幸福」。相似的，李馨慧（2012）對偶像劇迷的深度訪談研究中也發現大學生會使用偶像劇中內容檢視和反省自身的親密經驗，當受訪者贊同偶像劇中的浪漫愛情與互動內容時，會期待劇中情節發生在自己的親密經驗上，模仿劇中主角的外表與行為表現，另外，對於愛情的基本條件、過程、和愛情所帶來的力量，與偶像劇中常出現的情節有類似的想法，例如，受訪者相信愛情要有心動感覺、真愛是一種命中注定的緣份以及愛情能帶給人安定和努力的力量。

綜合上述，媒體所呈現的愛情故事具有特定的愛情觀或愛情迷思，觀眾雖然意識到文本中不合實際的或不真實的虛構情節，但觀眾還是能從觀賞中得到滿足，並且影響其本身對愛情的認知與期待。

然而，我們也可發現過去文獻，尤其是台灣本地的研究在探討偶像劇的愛情再現與迷思時所採用的分析角度是從閱聽人研究取徑。亦即從閱聽人的感知來詮釋文本，而個人特質與自身反思經驗往往也會影響在文本的詮釋。但閱聽經驗有著文本與閱聽人感知的一體兩面，閱聽人固然可以主動且自由地詮釋偶像劇中的愛情敘事，同樣地，劇中的情節發展、人物性格也有原本設定的呈現，不必然盡如觀眾心意。

比如，觀眾可能期待一場誤會後，男主角會和女主角冰釋前嫌，但故事發展卻是男主角大怒而離去。以娛樂媒介觀點而言，這種敘事文本與閱聽感知之間的競與合、同與異，其實是帶來觀影的樂趣，而從涵化角度，也可能是與已存認知不一致的新事物學習。因此，要能完整分析偶像劇現象，必須進行對文本的內容分析，才能找出對愛情敘事、愛情價值傳達的通則而非特例。同時，以集、景的為精細分析單位，分別以男女主角為分析對象，避免僅以整部戲故事大綱做簡化推論。更重要的是，本研究系統抽取各部偶像劇的前中後三期，因此可以看出愛情呈現與主角互動在整個情節推演中的變化。

為瞭解偶像劇中所建構的性別形象與愛情圖像，本研究的主要研究問題為：

- (一) 偶像劇中男女主角的外在形象呈現為何？是否存在差異？是否在故事情節發展的前、中、後階段有著變化？包括社會經濟資源與外表的形塑。
- (二) 偶像劇中男女主角的內在性格呈現為何？是否存在差異？是否在故事情節發展的前、中、後階段有著變化？
- (三) 偶像劇中男女主角之間的愛情再現為何？是否在故事情節發展的前、中、後階段有著變化？包括行為層面的愛情行動，價值層面的愛情迷思。

參、研究方法

一、樣本

本研究以內容分析法系統性的分析近五年（2009～2013）台灣偶

像劇，綜合學者與媒體的論述，本研究所界定的台灣偶像劇為以年輕偶像為主角、演員與產製方面為台灣所主導、內容以浪漫愛情或青春勵志為主軸、且平均集數約在 20 集。除了在內容形式外，值得注意的是，偶像劇與連續劇的節目編排也有顯著不同，連續劇多為一週五次的帶狀播出，且近年來連續劇總集數常有一兩百集以上的規模。偶像劇則多為每週一次的方式播出，且多安排於週末時段。在目標觀眾上，偶像劇也鎖定為年輕族群，與連續劇以中高年齡的目標收視族群有所區隔。

抽樣原則是以前競爭最激烈且收視人口最多（學生族群增加）的暑假（七、八月）、週日晚間 10：00～11：30 在無線四台播出的偶像劇為對象，如果同一電視台在暑假檔期有兩部偶像劇播出，則以首集在該時段播出者為樣本。需要特別說明的是，近年來無線電視與有線電視頻道常有合製、合播偶像劇，比如製作偶像劇著稱的三立、八大電視頻道就有多部劇集以此模式，也擴大收視群眾基礎。因此，本研究雖以無線電視台播出之偶像劇為抽樣架構，實則以包含近五年主要播出的偶像劇，並非排除有線電視頻道製播的偶像劇。

另外，民視 2009 年該時段播出綜藝節目，和中視 2009 年播出韓劇皆不符選取原則，因此本研究共含 18 部偶像劇而非 20 部（請見附錄 A），總集數為 153 集，3137 個景。每集扣除廣告與片頭片尾，實際播出時間介於 60～63 分鐘，少數偶像劇播出時間則有 75～90 分鐘，總共樣本為 175 小時 47 分鐘。為瞭解分析類目是否隨著劇情演進而有所變化，比如男女角色的愛情關係發展或性格、工作、或外表裝扮等變化。本研究則以系統性的抽樣方式，首先每部偶像劇抽樣數約為播出總數的 50%，然後再切分前期、中期、後期，以期涵蓋主要劇情發展。以總共播出 17 集《福氣又安康》為例，則抽取前期的 1～3 集、中期的 8～10 集、後期的 15～17 集，共選取九集進行分析。若 50% 的集數無法平均分配在前、中、後期，因考量連續劇的中期劇情多為前期的延續且結尾為戲劇的重點，所以則將多出的集數首先分配到後期，其次則分配到前期，例如共 13 集的《愛情急診室》則抽取前期的 1～2 集、中期 6～7 集、後期的 11～13 集共七集，因此本研究的前、中、後期的總樣本集數不同，前期樣本共 49 集、中期共 46 集、後期為 58 集。

所選取的偶像劇中平均收視率超過 3、明顯較高人氣的劇集依序

為《小資女孩向前衝》、《福氣又安康》、《螺絲小姐要出嫁》，其餘多數劇集的收視率差距不大，多數收視率約介於 1 至 2 之間。收視較低則有《紫玫瑰》、《飛行少年》、《我愛幸運七》（請見附錄 B）。

二、內容分析單位與類目

本研究的内容分析類目是參考過去相關文獻（包含許功餘、王登峰與楊國樞，2001；Beeghley, 1989；Berg & Streckfuss, 1992；Galician, 2004；Lauzen, Dozier, & Horan, 2008；Powers, Rothman, & Rothman, 1993；Signorielli & Bacue, 1999）和研究者的研究興趣所建立，分析單位則依研究類目的變動程度有「集」和「景」的差異。以集為單位的類目在整集節目中呈現較為固定，包括男女主角年齡、社會經濟地位、教育、職業和外表形象（包含身高、體重、膚色和衣著打扮風格）。這些類目在於瞭解偶像劇中是否呈現性別間的經濟與社會資源的不平等，以及在男女外表特質形塑上的差異。上述類目較少在各景間出現變化，因此以集為單位。但是，當該類目在同一集中出現改變，比如教育程度轉變或職業轉變，則必須將兩者都記錄。另外，在每部戲劇的最後一集，則記錄愛情關係的最終結果，比如互許終身、求婚、結婚或分手結局。以瞭解電視愛情文本的敘事結構，而最終結局的設定也將對下述的愛情迷思概念有著緊密的分析邏輯扣連。

以景為單位的編碼類目包含愛情再現與男女主角性格與的兩方面。首先在愛情再現方面，包括了愛情行動和愛情迷思。愛情行動的編碼是記錄該景中由男或女主角以行動或言語主動表達愛意的敘事橋段，例如言語的「我喜歡你」或行動的親吻。編碼員需記錄是由誰主動表達愛意，以及發生頻率，這項類目有助於了解性別在電視愛情敘事中的主動與被動關係。在愛情迷思方面，則是以 Galician（2004）所提出的十項愛情迷思為編碼的類目，比如真愛是最重要的，可以克服一切困難與差異；或是女性的真愛可以將男性從野獸變王子。愛情迷思的再現可以是由男女主角的行為、言語，甚至是與其他演出角色的互動中呈現。愛情迷思類目歸屬很難完全互斥，亦可能出現重疊，但顧及執行上與分析上的可行性與準確性，編碼員根據該景男女主角在愛情關係中的互動選出一個主要愛情迷思。另外，為避免研究者的

分析意識影響，以單盲原則告知編碼員是記錄「愛情觀」，並未使用愛情迷思的詞彙。

在性格類目方面，西方文獻多以五大人格特質（McCrae & Costa, 1987）為架構，但本研究認為國人的性格可能有差異，因此以許功餘、王登峰與楊國樞（2001）所提出的華人七大性格向度為架構來發展出性格分析的 14 個類目，每個向度的兩端包含兩個相反性格，總共有精明幹練／愚鈍懦弱、勤儉恆毅／懶散放縱、溫順隨和／暴躁倔強、淡泊知足／功利虛榮、外向活躍／內向沉靜、豪邁直爽／計較自私、誠信仁慈／狡詐殘酷。每一性格類目再列舉數個形容詞作為分類判斷參考，如精明幹練類目則列舉足智多謀的、精明的、腦筋靈活的、優秀的、有魅力的、學識淵博的。編碼員根據男女主角在每一景的呈現，選出並記錄男女主角在該景所呈現的一個主要性格。若該景為無男女主角之劇情或無明顯性格呈現，則不予記錄。

三、前測與編碼員訓練

本研究的編碼員由三位傳播研究所碩士生擔任，皆曾有內容分析實際操作經歷，瞭解編碼工作流程。且曾有台灣偶像劇的收視經驗，對此類型的電視文本熟悉。2014 年 1 月期間，進行編碼員訓練三次，第一次為編碼原則與類目之說明。隨後選定 2003 年在華視播出的《海豚灣戀人》第一集（該劇集未包含於正式編碼中）進行編碼練習。第二次為該編碼練習結果的討論，並修正部分編碼類目。第三次為正式版的編碼表確認，並要求三位編碼員針對本次抽樣總數的 10%（15 集，包括 9 集《福氣又安康》以及 6 集《就是要香戀》）進行編碼員相互信度間的檢驗。依據王石番（1991）建議的信度檢驗，各類目的相互信度介於 0.82 至 1 之間，在平均相互信度為 0.89（表 1）。達成信度檢驗後，亦調整部分類目的編碼方式，主要為人格類目編碼的簡化。先前 14 個人格主類目之下各有數個形容詞的次類目，並允許各主類目重複編碼，在最後進行分析時，簡化為僅對 14 個人格主類目進行每景不重複的單選登錄。

表 1：分析類目編碼員相互信度

	年齡	教育程度	經濟地位	職業	身高	體重	膚色	名牌	時尚	光鮮	性格	愛情迷思	總類目
應有													
同意數	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	644	644	
完全同意數	30	18.3	20.0	19.7	26	20	20.7	20.7	25	18	441.7	572.7	
相互同意度	1	0.61	0.67	0.66	0.87	0.66	0.67	0.69	0.83	0.60	0.69	0.89	0.74
信度	1	0.82	0.86	0.85	0.95	0.85	0.87	0.87	0.94	0.82	0.87	0.96	0.89

肆、研究結果

針對本研究所提出的三項研究問題，主要結果分別陳述如下：

一、男女主角外在形象的呈現、差異、與轉變

(一) 男女主角外在形象

表 2 呈現的是男主角的外表形象與社會經濟地位。首先在外表方面，偶像劇男主角是年輕（21～30 歲占 75.8%）、高（高和稍高占 95.4%）、瘦（瘦和稍瘦占 94.1%）、白（73.9%），穿著名牌（高級名牌和稍名牌占 82.4%）的流行服飾（88.9%），打扮光鮮亮麗（光鮮亮麗和稍光鮮占 80.4%）且俱專業度（專業和稍專業占 64.4%），此外，男主角具備高教育程度（大專及研究所以上占 91.5%），工作領域為專業白領（69.3%），擁有上流階級的社會經濟地位（非常富有和富有占 69.3%）。

表 3 呈現的是女主角的外表形象與社會經濟地位。在外表身形方面，偶像劇女主角的外在身材條件與男主角雷同，都是年輕（31～40 歲占 83.7%）、高（高和稍高占 77.8%）、瘦（瘦和稍瘦占 98%）、白（占 95.4%）。在穿著打扮上，穿著廉價（66.0%）的稍流行服飾（58.8%），打扮偏向簡單（48.7%）或稍為光鮮亮麗（36.6%），且為休閒服飾、不俱專業度（休閒和稍休閒服飾占 79.7%），此外，女主角多為大專教育程度（75.8%），職業則多為非專業（82.3%），社會經濟地位為中產階級（47.7%）或中下的勞工階級（30.7%）。

表 2：男主角外表形象與社會經地位

經濟地位		非常富有	富有	中產階級	勞工階級	貧窮	合計
	次數	52	54	30	6	11	153
	百分比	34	35.3	19.6	3.9	7.2	100.0
教育程度		高中以下	大專	研究所	無法辨識		
	次數	3	103	37	10		153
	百分比	2	67.3	24.2	6.5		100.0
職業		專業白領	專業藍領	非專業白領	非專業藍領		
	次數	95	30	11	17		153
	百分比	62.1	19.6	7.2	11.1		100.0
年齡		11~20 歲	21~30 歲	31~40 歲	41 歲以上		
	次數	6	116	31	0		153
	百分比	3.9	75.8	20.3	0		100.0
身高		高	稍高	稍矮	矮		
	次數	105	41	7	0		153
	百分比	68.6	26.8	4.6	0		100.0
體重		瘦	稍瘦	稍胖	胖		
	次數	63	81	9	0		153
	百分比	41.2	52.9	5.9	0		100.0
膚色		白		黑			
	次數	113		40			153
	百分比	73.9		26.1			100.0
服飾高級度		高級名牌	稍名牌	稍廉價	廉價服飾		
	次數	85	41	25	2		153
	百分比	55.6	26.8	16.3	1.3		100.0
打扮程度		光鮮亮麗	稍光鮮	稍簡單	簡單樸實		
	次數	86	37	28	2		153
	百分比	56.2	24.2	18.3	1.3		100.0
服飾專業度		專業	稍專業	稍休閒	休閒		
	次數	80	18	52	3		153
	百分比	52.3	11.8	34	2		100.0
服飾流行度		流行時尚		落伍			
	次數	136		17			153
	百分比	88.9		11.1			100.0

表 3：女主角外表形象與社會經濟地位

		非常富有	富有	中產階級	勞工階級	貧窮	合計
經濟地位	次數	16	6	73	47	11	153
	百分比	10.5	3.9	47.7	30.7	7.2	100.0
		高中以下	大專	研究所	無法辨識		
教育程度	次數	21	116	6	10		153
	百分比	13.7	75.8	3.9	6.6		100.0
		專業白領	專業藍領	非專業白領	非專業藍領		
職業	次數	23	4	55	71		153
	百分比	15	2.6	35.9	46.4		100.0
		11~20 歲	21~30 歲	31~40 歲	41 歲以上		
年齡	次數	0	6	128	19		153
	百分比	0	3.9	83.7	12.4		100.0
		高	稍高	稍矮	矮		
身高	次數	34	85	20	14		153
	百分比	22.2	55.6	13.1	9.2		100.0
		瘦	稍瘦	稍胖	胖		
體重	次數	110	40	3	0		153
	百分比	71.9	26.1	2	0		100.0
		白		黑			
膚色	次數	146		7			153
	百分比	95.4		4.6			100.0
		高級名牌	稍名牌	稍廉價	廉價服飾		
服飾高級度	次數	21	31	80	21		153
	百分比	13.7	20.3	52.3	13.7		100.0
		光鮮亮麗	稍光鮮	稍簡單	簡單樸實		
打扮程度	次數	24	56	66	7		153
	百分比	15.7	36.6	43.1	4.6		100.0
		專業	稍專業	稍休閒	休閒		
服飾專業度	次數	3	28	103	19		153
	百分比	2.0	18.3	67.3	12.4		100.0
		流行時尚		落伍			
服飾流行度	次數	119		34			153
	百分比	77.8		22.3			100.0

(二) 男女主角外在形象差異與轉變

表 4 呈現男女主角社會經濟地位與外表形象的比較，男女主角除了年齡之外都呈現差異，尤其是劇中就男女主角本身身形條件之外的形象塑造。相較來說，男主角擁有較高的教育程度，有較多研究所畢業和較少高中以下 ($\chi^2 = 36.6, df = 3, p < .00$)，經濟地位 ($\chi^2 = 107.1, df = 4, p < .00$) 與職業地位 ($\chi^2 = 161.6, df = 3, p < .00$) 明顯高於女主角，另外在外表服飾等外在物質條件地呈現也明顯較女主角高級、光鮮、專業且流行。顯然地，偶像劇裡男女外表的形象與社會經濟地位的塑造延續傳統的男高女低、男強女弱、男尊女卑的性別刻板印象。另外，在男女主角外在形象與社會經濟地位的轉變方面，男女主角在每個項目都呈現一致，並未隨著劇情發展在前、中、後段而有顯著變化，由此可知，從開始至結束，男女主角的性別刻板印象呈現與形塑皆成一致且固定。

二、男女主角性格的呈現、差異與轉變

(一) 男主角性格

本研究共包含 3,137 個景，共有 1,599 個景中男主角有明顯的性格呈現，約每兩個景就有一個性格呈現。以華人七大人格特質向度共十四個性格來看偶像劇中男主角的性格形塑（表 5），首先男主角的正面性格（55.8%）呈現略多於負面性格（44.2%），在正向性格方面，男主角是誠信仁慈（21.1%）、精明幹練（11.3%）和溫順隨和（11.3%），在負向人格方面，男主角主要呈現出的有暴躁倔強（14.4%）和內向沈靜（14.7%）。

(二) 女主角性格

共有 1,676 個景呈現出女主角的性格特質，約 1.9 個景就有女主角的性格呈現（表 5）。女主角的正向性格（61.2%）明顯多於負向性格（38.8%），在正面性格方面，女主角最主要呈現出誠信仁慈，占總人格特質呈現的 25.2%，其次是溫順隨和（12.9%）與外向活潑（8.8%）。在負面人格特質方面，女主角呈現的有愚鈍懦弱（14%）、內向沈靜（11.5%）與暴躁倔強（9.9%）。

表 4：男女主角的社會經濟地位比較

		男主角	女主角	卡方檢定	
教育	高中以下	頻次	3	21	$\chi^2 = 36.6, df = 3, p < .00$
		百分比	2.0	13.7	
	大專	頻次	103	116	
		百分比	67.3	75.8	
	研究所	頻次	37	6	
		百分比	24.2	3.9	
無法辨識	頻次	10	10		
	百分比	6.5	6.5		
合計	頻次	153	153		
	百分比	100.0	100.0		
經濟地位	非常富有	頻次	52	16	$\chi^2 = 107.1, df = 4, p < .00$
		百分比	34.0	10.5	
	富有	頻次	54	6	
		百分比	35.3	3.9	
	中產階級	頻次	30	73	
		百分比	19.6	47.7	
	勞工階級	頻次	6	47	
		百分比	3.9	30.7	
	貧窮	頻次	11	11	
		百分比	7.2	7.2	
合計	頻次	153	153		
	百分比	100.0	100.0		
職業	專業白領	頻次	95	23	$\chi^2 = 161.6, df = 3, p < .00$
		百分比	62.2	15.0	
	專業藍領	頻次	30	4	
		百分比	19.6	2.6	
	非專業白領	頻次	11	55	
		百分比	7.2	35.9	
	非專業藍領	頻次	17	71	
		百分比	11.0	46.4	
合計	頻次	153	153		
	百分比	100.0	100.0		

表 4：男女主角的社會經濟地位比較（續）

		男主角	女主角	卡方檢定	
服飾高級度	高級名牌	頻次	85	21	$\chi^2 = 84.5, df = 3, p < .00$
		百分比	55.6	13.7	
	稍名牌	頻次	41	31	
		百分比	26.8	20.3	
	稍廉價	頻次	25	80	
		百分比	16.3	52.3	
	簡單樸實	頻次	2	21	
		百分比	1.3	13.7	
	合計	頻次	153	153	
		百分比	100.0	100.0	
服飾專業度	專業	頻次	80	3	$\chi^2 = 102.0, df = 3, p < .00$
		百分比	52.3	2.0	
	稍專業	頻次	18	28	
		百分比	11.8	18.3	
	稍休閒	頻次	52	103	
		百分比	34.0	67.3	
	休閒	頻次	3	19	
		百分比	2.0	12.4	
	合計	頻次	153	153	
		百分比	100.0	100.0	
打扮程度	光鮮亮麗	頻次	86	24	$\chi^2 = 57.0, df = 3, p < .00$
		百分比	56.2	15.7	
	稍光鮮	頻次	37	56	
		百分比	24.2	36.6	
	稍簡單	頻次	28	66	
		百分比	18.3	43.1	
	簡單樸實	頻次	2	7	
		百分比	1.3	4.6	
	合計	頻次	153	153	
		百分比	100.0	100.0	
服飾流行度	流行時尚	頻次	136	119	$\chi^2 = 6.8, df = 1, p < .00$
		百分比	85.9	77.8	
	落伍	頻次	17	34	
		百分比	14.1	22.2	
	合計	頻次	153	153	
		百分比	100.0	100.0	

（三）男女主角性格差異

男女主角性格差異呈現顯著不同 ($\chi^2 = 225.1, df = 13, p < .000$)，就明顯的性格向度的兩端來說，男主角較女主角精明幹練與暴躁倔強，相對來說，女主角較男主角愚鈍懦弱與外向活潑（表 5）。

（四）男女主角人格特質轉變

因本研究的前、中、後段的戲劇樣本集數不同，為避免樣本數差異所造成的偏頗，在比較男女主角在戲劇前、中、後期性格呈現的變化時，本研究在進行卡方分析對前、中、後段依集數差異給予不同的比重分配，以前段集數（49 集）為基準對中段（46 集）和後段（58 集）進行加權，中段的加權值為 49/46，後段的加權值為 49/58。

男主角的性格呈現在戲劇的前、中、後段呈現顯著差異 ($\chi^2 = 191.3, df = 26, p < .000$)。表 6 呈現出男主角性格的變化，除了精明幹練外，男主角的正面性格隨著劇情發展而越來越明顯，尤其是誠信仁慈、溫順隨和與勤儉恆毅這三個性格大量地在戲劇後段增加，雖然精明幹練的呈現並未隨劇情發展而增加，但一直持續在劇情中呈現。相對地，男主角負面性格的呈現隨著劇情發展而減少，尤其是愚鈍懦弱、懶惰放縱、暴躁倔強和內向沈靜這四個在前期被強調的人格特質，在戲劇後段皆明顯的減少，綜合上述，偶像劇中男主角從頭至尾都是精明幹練的，並逐漸地「越來越好」，越來越誠信仁慈、溫順隨和與勤儉恆毅，若有愚鈍懦弱、懶惰放縱、暴躁倔強和內向沈靜時，也是會改變的，在後段逐漸而減少。

對於女主角性格前、中、後段的統計分析，本文先將功利虛榮和狡詐殘酷兩個負面性格合併為「狡詐功利」。這兩個負面性格在本文樣本中的 3,137 景中各只出現一次，且本文主旨在於瞭解主角的主要外顯性格呈現與變化，只出現一次的頻率統計意義過低也與本文主旨無關。為避免違反卡方檢定的假設，因此將同為負面性格的功利虛榮和狡詐殘酷合併（吳明隆、涂金堂，2005）。表 7 為女主角性格呈現的變化，女主角的性格呈現在戲劇的前、中、後段呈現顯著差異 ($\chi^2 = 185.5, df = 24, p < .000$)。首先，無論是在前、中、後段，女主角最明顯的性格呈現是誠信仁慈與溫順隨和，並且隨劇情發展而增加呈現頻次，但與男主角不同的是女主角的每項正面性格並未隨著劇情發

表 5：男女主角性格呈現與比較

正向人格		男主角	女主角
精明幹練	頻次	181	92
	百分比	11.3	5.5
勤儉恆毅	頻次	109	94
	百分比	6.8	5.6
溫順隨和	頻次	180	217
	百分比	11.3	12.9
淡泊知足	頻次	13	23
	百分比	0.8	1.4
外向活潑	頻次	38	148
	百分比	2.4	8.8
豪邁直爽	頻次	33	30
	百分比	2.1	1.8
誠信仁慈	頻次	337	423
	百分比	21.1	25.2
合計	頻次	891	1,027
	百分比	55.8	61.2
負向人格		男主角	女主角
愚鈍懦弱	頻次	106	235
	百分比	6.6	14.0
懶散放縱	頻次	64	45
	百分比	4.0	2.7
暴躁倔強	頻次	231	166
	百分比	14.4	9.9
功利虛榮	頻次	18	1
	百分比	1.1	0.1
內向沈靜	頻次	235	193
	百分比	14.7	11.5
計較自私	頻次	33	8
	百分比	2.1	0.5
狡詐殘酷	頻次	21	1
	百分比	1.3	0.1
合計	頻次	708	649
	百分比	44.2	38.8
總計	頻次	1,599	1,676
	百分比	100.0	100.0

註：本表不包含無明顯性格呈現的景。

表 6：男主角性格前、中、後期變化

		前段	中間	後段	合計
精明幹練	頻次	65	65	46	176
	前中後百分比	36.9	36.9	26.1	100.0
勤儉恆毅	頻次	32	28	43	103
	前中後百分比	31.1	27.2	41.7	100.0
溫順隨和	頻次	33	44	90	167
	前中後百分比	19.8	26.3	53.9	100.0
淡泊知足	頻次	3	1	8	12
	前中後百分比	25	8.3	66.7	100.0
外向活潑	頻次	14	9	14	37
	前中後百分比	37.8	24.3	37.8	100.0
豪邁直爽	頻次	10	10	12	32
	前中後百分比	31.2	31.2	37.5	100.0
誠信仁慈	頻次	87	100	132	319
	前中後百分比	27.3	31.3	41.4	100.0
愚鈍懦弱	頻次	62	34	10	106
	前中後百分比	58.5	32.1	9.4	100.0
懶散放縱	頻次	41	22	2	65
	前中後百分比	63.1	33.8	3.1	100.0
暴躁倔強	頻次	94	78	54	226
	前中後百分比	41.6	34.5	23.9	100.0
功利虛榮	頻次	16	0	2	18
	前中後百分比	88.9	0	11.1	100.0
內向沈靜	頻次	78	96	57	231
	前中後百分比	33.8	41.6	24.7	100.0
計較自私	頻次	22	10	2	34
	前中後百分比	64.7	29.4	5.9	100.0
狡詐殘酷	頻次	8	9	4	21
	前中後百分比	38.1	32.7	30.8	100.0

註：本表頻次因依前、中、後期的樣本集數不同而給予比重分配。

展而強化，尤其是精明幹練與勤儉恆毅二項性格，隨劇情的發展而逐漸弱化。在負面性格方面，女主角的愚鈍懦弱與暴躁倔強隨著劇情而減弱，但在內向沈靜方面卻隨著劇情而逐漸被強調。

綜合上述，整體而言，偶像劇對男女主角的主要性格形塑符合華人社會的期待，男女主角到最後都是誠信仁慈與溫順隨和，不再愚

表 7：女主角性格前、中、後期變化

		前段	中間	後段	合計
精明幹練	頻次	44	16	28	88
	前中後百分比	50.0	18.2	31.8	100.0
勤儉恆毅	頻次	67	16	10	93
	前中後百分比	72.0	17.2	10.8	100.0
溫順隨和	頻次	57	71	79	207
	前中後百分比	27.5	34.3	38.2	100.0
淡泊知足	頻次	10	5	7	22
	前中後百分比	45.5	22.7	31.8	100.0
外向活潑	頻次	53	45	45	143
	前中後百分比	37.1	31.5	31.5	100.0
豪邁直爽	頻次	26	3	1	30
	前中後百分比	86.7	10.0	3.3	100.0
誠信仁慈	頻次	122	116	162	400
	前中後百分比	30.5	29	40.5	100.0
愚鈍懦弱	頻次	93	91	48	232
	前中後百分比	40.1	39.2	20.7	100.0
懶散放縱	頻次	15	23	7	45
	前中後百分比	33.3	51.1	15.6	100.0
暴躁倔強	頻次	73	60	31	164
	前中後百分比	44.5	36.6	18.9	100.0
狡詐功利	頻次	1	0	1	2
	前中後百分比	50.0	0	50.0	100.0
內向沈靜	頻次	35	62	85	182
	前中後百分比	19.2	34.1	46.7	100.0
計較自私	頻次	6	2	0	8
	前中後百分比	75.0	25.0	0	100.0

註：(1) 本表頻次因依前、中、後期的樣本集數不同而給予比重分配。(2) 功利虛榮和狡詐殘酷合併為狡詐功利。

鈍懦弱與暴躁倔強。但僅是以總和的性格呈現頻次似乎未能真實反映男女主角在劇中的性格形塑的真實面貌，雖然女主角的正向性格總和多於男主角，但值得注意的是男女主角的性格呈現與轉變似乎服膺傳統的父權社會利益，女主角原本可以與男性在社會或職場上競爭的特質，例如精明幹練和勤儉恆毅會逐漸弱化，取而代之的是父權社會對女性所讚揚的人格特質，例如溫順隨和與內向沈靜。在男主角方面則

不僅俱備在職場競爭上所需要的特質，例如精明幹練與勤儉恆毅，也逐漸強化華人社會強調的待人接物與應對進退的能力，例如誠信仁慈與溫順隨和。

三、愛情行動與愛情迷思

(一) 愛情行動

本研究以愛意表達（語言和行動）及愛情結局勾勒出偶像劇中的愛情行動圖像，首先在愛情結局方面，本研究的樣本沒有分手的結局，只有 17.7%（三部）無明顯的愛情結局，相對而言有 83.3%（15 部）是男女主角互許終身的快樂結局，而其中有 50% 呈現求婚或結婚的場景。在愛情行動方面則共有 206 次以言語或行動表達愛意，男主角對愛情是主動的，有 59.2%（122 次）的時候男主角向女主角以言語或行動表達愛意，其次是雙方互相表達愛意（22.3%，46 次），女主角主動則只有 36 次（17.5%）。

男女主角在劇情的前、中、後段在愛意表達方面，不意外地，男女主角對愛意表達皆隨著劇情發展而增加，尤其是男主角對女主角的愛意表達的頻次越來越增強，從一開始的 12 次增加為 79 次（表 8）。雖然女主角對男主角的愛意表達也隨著劇情演變而增加頻次，但相對來說還是較少（後期 26 次）。其次比較男女主角在前、中、後期的愛意表達，發現並無顯著的不同（ $\chi^2 = 9.1, df = 4, p = .06$ ），進一步對前中、中後與前後段比較方向，發現尤其是在前段和後段的愛意表達的呈現是一致的（ $\chi^2 = 1.2, df = 2, p = .54$ ），男主角是愛意的主動發動者，女主角則是被動的接收者。

表 8：愛意表達前、中、後期比較

愛意表達		前段	中間	後段	合計
男主角主動	頻次	12	40	70	122
	前中後百分比	9.8	32.8	57.4	100.0
女主角主動	頻次	6	4	26	36
	前中後百分比	16.7	11.1	72.2	100.0
雙方互相	頻次	7	16	23	46
	前中後百分比	15.2	34.8	50.0	100.0

註：本表頻次因依前、中、後期的樣本集數不同而給予比重分配。

(二) 愛情迷思

在本研究的樣本中，共有 454 次愛情迷思呈現，約每 6.9 景即呈現一個愛情迷思，每集平均約呈現三個愛情迷思（表 9），可見偶像劇裡固定地呈現愛情迷思。最常見的愛情迷思有「真愛可以克服一切的困難與雙方差異」（102 次，占 22.5%）、「真的伴侶可以讓人更完整」（92 次，占 20.3%）、「兩人的相愛是天注定」（75 次，占 16.5%），上述三項迷思已占約六成。另外呈現的迷思包含「女生要有美麗外表」（26 次，占 5.7%）、「靈魂伴侶」（23 次，占 5.1%）和「真愛可以讓野獸變王子」（21 次，占 4.6%）等。而其他或無法辨識的愛情迷思也為數不少（82 次，占 18.1%），屬於類目（文獻建議）之外的其他類型迷思。

與主角性格分析相同的，本文主旨在於瞭解偶像劇中主要的、重複的愛情迷思與變化，因此在統計分析前，本文對出現頻次最少的「衝突代表在乎對方」（2.2%）和「一見鍾情」（2.0%）與其在意義上可以涵括解釋的迷思類目進行合併，避免出現過多的類目細格期待值低於五而違反卡方檢定的基本假設（吳明隆、涂金堂，2005）。在檢視各個迷思的概念後，本文將「衝突代表在乎對方」併入「真愛可克服一切的困難」，「一見鍾情」併入「兩人的相愛是天注定」。合併後的資料顯示愛情迷思的呈現隨男女主角愛情發展而有所變化（表 10）。七個主要愛情迷思中，「真愛可以克服一切的困難」和「真的

表 9：愛情迷思

	頻次	百分比
真愛可克服一切	102	22.5
真的伴侶讓人完整	92	20.3
天注定	75	16.5
女生要美麗	26	5.7
靈魂伴侶	23	5.1
真愛可將野獸變王子	21	4.6
男生要比女生優秀	14	3.1
衝突代表在乎對方	10	2.2
一見鍾情	9	2.0
美好的性愛	0	0
其他／無法辨識	82	18.1
合計	454	100.0

表 10：愛情迷思在前、中、後段的變化

		前段	中段	後段	合計
真愛可超越一切	頻次	7	46	52	105
	百分比	6.7	43.8	49.5	100.0
真的伴侶讓人變完整	頻次	18	28	41	87
	百分比	20.7	32.2	47.1	100.0
天注定	頻次	46	20	16	82
	百分比	56.1	24.4	19.5	100.0
女生要美麗	頻次	15	12	0	27
	百分比	55.6	44.4	0	100.0
靈魂伴侶	頻次	7	5	9	21
	百分比	33.3	23.8	42.9	100.0
真愛可將野獸變王子	頻次	3	4	12	21
	百分比	15.8	21.0	63.2	100.0
男生要比女生優秀	頻次	2	5	6	6
	百分比	15.4	38.5	46.1	100.0
卡方檢定		$\chi^2 = 86.0, df = 12, p < .00$			

註：(1) 本表頻次因依前、中、後期的樣本集數不同而給予比重分配。(2) 表 9 中的「衝突代表在乎對方」在本表中併入「真愛可超越一切」，表 9 中的「一見鍾情」在本表中併入「天注定」。(3) 其他與無法辨識未列入。

伴侶可以讓人更完整」隨著劇情發展逐漸地被強調，「天注定的愛情」則是在開始時被強化，女生的外表的重要性也是在前段有較多地著墨，之後取而代之的是男性的轉變，逐漸增加的迷思是「一個女生的真愛可以將野獸變王子」和「真愛讓人變完整」。

伍、討論與結論

為勾勒出台灣本土偶像劇的性別與愛情圖像，我們以內容分析法系統性的分析 2009 至 2013 年在無線四台暑假播出的偶像劇，研究資料呈現出台灣偶像劇對性別角色與愛情刻畫充滿刻板印象與迷思。在研究問題的回應上，首先外在形象方面，劇中男女主角的身體形象相似，高瘦白仍是螢幕上的主流審美觀點，但與社經地位相關的衣著裝扮則可看出性別差異，男主角擁有繼承的財富和社會階級，女主角則趨於下位。其次關於男女主角的性格，根據楊國樞（1993）對華人性格的分析，我們發現整體而言男女主角的性格呈現最終符合華人社

會的要求與期待，男女主角都是誠信仁慈且溫順隨和。男主角初期具有較多負面性格，比如愚鈍懦弱、懶惰放縱、暴躁倔強和內向沈靜，但男性的負向性格呈現在劇中後期明顯改善，正向人格的呈現明顯增加。相對地，女性則多為正向描述且貫穿全劇，與男性不同的是，女性正向性格如精明幹練和勤儉恆毅逐漸隨劇情淡化。最後，在愛情再現與行為方面，男性是主動地，為愛情關係的發動者，女性在互動關係上則多為被動的接受者。而在愛情迷思上，最常見的愛情迷思有「真愛可以克服一切的困難」、「真的伴侶可以讓人更完整」、「兩人的相愛是天注定」。隨著劇情後期發展，「真愛可以克服一切的困難」、「真的伴侶可以讓人更完整」和「女生的真愛可以將野獸變王子」的愛情迷思明顯地增加。整體來看，三個研究問題都獲得預期中的內容分析資料支持，也有統計上的顯著意義。本內容分析之結果是近年來台灣偶像劇研究中，少數能有系統且大量分析愛情敘事與性別呈現之實證研究。再者，儘管將文本為對象的內容分析雖然不宜進行過度推論，但我們仍希望與先前的文獻進行深入對話，是以提出了下列三個層面的觀察討論。

一、高帥富王子與等待救贖的灰姑娘依然是主流愛情敘事

在角色外表上，偶像劇在男女主角的外貌設定其實相當同質，男女都是瘦、高、白。這樣的同質不令人意外，因為出演者皆是年輕偶像。螢幕內呈現的審美觀，可能讓螢幕外的觀看者對自己的身體意象產生比較後的失諧和焦慮。但本文更關注的是男女角色不一致的社經地位設定，偶像劇裡的男主角們有七成是富裕的形象，在名牌服飾與時尚裝扮下還有高等教育與專業能力背景。事實上，所抽樣的 18 部劇集，有 10 部的男主角是大企業繼承人的富二代、總經理、高階經理人，例如《福氣又安康》、《小資女孩向前衝》、《真愛黑白配》、《泡沫之夏》、和《螺絲小姐要出嫁》，其他的八部的男主角是在其工作領域有出類拔萃的成就，例如則有知名音樂家、設計師與醫師。

同時，這些事業有成的男主角們絕大多數是未滿 30 歲。與之約莫同齡的女主角們，則在各部戲裡出身於中產、藍領階級家庭，然後從事著助理、秘書、銷售員、企劃專員等基層的工作。多金的花美男是偶像劇對男性的典型設定，偏巧他們所愛慕或者被愛慕的女孩卻多

是社會階級上的相對弱勢者，也偏巧戀人間的情同意合，最後也讓灰姑娘能一夕戴上皇冠，在社會階級中快速地往上躍升。故且先不論涵化研究學者念念茲茲的媒介真實與社會真實之間的辯證，不深究多金花美男們在虛構戲劇世界中與目前台灣真實社會的所占比例懸殊。愛情敘事加上階級差異元素固然是提升能戲劇張力，但是長期觀看偶像劇的觀眾們，是否也將女性與下層階級印象緊緊相繫，而戀上富公子更是快速取得階級翻轉的合理也合情手段？確實，人生未必如戲，多金花美男不會遍地皆是，但是年輕女孩們會不會在她們真實生活情境中誤把具較有社會資源、權力的男性當成心目中的理想男主角，而更把愛情甚至身體當成交換的合理代價？

內容分析研究的結果不能也不該過度推論對閱聽人的影響，然而涵化與社會學習理論對電視娛樂媒體的研究指出電視戲劇影響觀眾對男女關係的認知、態度與價值，例如收看浪漫愛情電視劇影響觀眾對理想婚姻的期待（Segrin & Nari, 2002）和男女關係中性別角色的扮演（Rivadeneyra & Lebo, 2008），同樣地，收看浪漫愛情電影強化觀眾對「理想情人」的期待（Hefner & Wilson, 2013）。那麼台灣的偶像劇勾勒出的理想情人形象是什麼呢？從內容分析總結看來，男主角的出眾容貌、豐富社經資源、專業能力是理想男友的典型，女主角則常在社經資源與專業能力上呈現相對弱勢，必須等待男主角的資助才能獲得階級流動。即使本研究樣本中唯一女尊男卑的《愛無限》，單親貧窮家庭的男主角與大企業家的掌上明珠，這樣的戀情受到女主角父親百般阻撓，但男主角卻還能在女主角父親的迫害下開創自己的事業，翻轉自己的人生，相對地女主角在因愛而離開父親的庇護後，在等待男主角的過程中也只能過著中下階級的生活，最終還是需要男主角的救贖，因此我們要進一步強調的是，偶像劇不但賦予男性天生的貴族地位，也給於男性維持或創造本身貴族地位的能力，相對來說女主角多來自中下階層，需要男主角來改變自身的階級命運，即使少數女主角來自上流社會，也被定位成溫室花朵，需要父親或男主角的守護。公式化的人物和情節設定，反覆在多部劇集中出現，因此我們認為，以年輕族群為主要目標觀眾的偶像劇長期、同質地呈現特定的價值觀、階級與性別連結，卻以愛情至上敘事加以包裝，如此地媒介內容服膺父權社會利益與意識形態，重複男尊女卑、男強女弱的敘述，在浪漫愛情的包裝下合理化男性霸權。

二、男性角色的負面性格呈現與女性的真愛包容

儘管劇情與角色設定在各部劇集有著差異，但整體來看，偶像劇就男女主角性格變化而言，呈現出父權社會的性別迷思與霸權。男性出現明顯由「負」轉「正」的性格變化，不再那麼的暴躁倔強、愚鈍懦弱、懶散放縱和內向沈靜，進一步對照本研究所統計的愛情迷思發現，「真愛可以克服一切的困難與雙方差異」、「真的伴侶可以讓人更完整」、「女生的真愛可以將野獸變王子」的愛情迷思也在劇情後期明顯地增加，因為對於男女之間愛情關係的互動與敘述為偶像劇的唯一靈魂，因此可推知男主角的正向轉變與女主角的愛情關係密切相關。在偶像劇中，男性性格的不完整或缺失需要女性的真愛與包容來填補、改變，而女性只要能看出被野獸外衣所遮蔽的王子，即能獲得王子深情地呵護並且翻轉命運。偶像劇男主角就如同童話故事《美女與野獸》中的那位白天是野獸、晚上是公爵，在暴躁倔強卻又內向沈靜的外顯行為下其實是精明幹練與誠信仁慈的。相對地，偶像劇女主角也相似於美女，從一開始的獨立自主、精明幹練，甚至暴躁倔強，到後來越來越溫順隨和與柔弱，是個對著野獸公爵充滿包容寬恕的可人兒。以本研究樣本收視率前三名的《小資女孩向前衝》、《福氣又安康》和《螺絲小姐要出嫁》為例，劇中女主角不僅能夠包容幼稚、任性、冷酷或是傲氣自大的男主角，更具備改變男主角的力量。Hetsroni（2012）的研究即發現收視愛情浪漫電視劇與「熱愛型」（eros）的愛情風格成正相關，大量收視愛情浪漫戲劇的觀眾傾向嚮往一見鍾情、熱情的、浪漫的愛情關係。我們擔心帶著這些愛情憧憬的年輕女性觀眾恐怕有如撲向花火的飛蛾，充滿熱情卻目標錯誤，誤認為只要能勤儉、善良、包容與溫柔，看到一般人無法瞭解的野獸的溫柔，即能獲得真愛並改變野獸。

另外值得關注的是女性性格的形塑與轉變，女主角性格雖然在一開始時擺脫傳統柔弱、逆來順受的形象，呈現「暴躁倔強」與「外向活潑」的強勢意象，但在此同時女主角也是「愚鈍懦弱」的，我們認為這樣的角色塑造成功地在一開始收編觀眾，獲取男女觀眾的認同，一來賦予女主角積極、反抗的意象，符合女權意識地要求，同時地，愚鈍懦弱的性格卻隱藏在強勢意象之後，隱微逐漸地持續著，而成為綑綁住女主角顛覆父權的桎梏。偶像劇的故事敘述終究回應父權社會

的意識形態，女性意識與行動終需男性霸權的同意與修正，在中後期女主角性格「內向沈靜」大量增加但「精明幹練」和「勤儉恆毅」卻減少，這些逐漸被邊緣化的性格特質卻是與職場成就和社經地位高度正相關（池進通、李鴻文與陳芬儀，2008；Schmitt-Rodermund, 2004）。我們發現這樣性格的變化不僅呈現出父權社會對女性陰柔特質與無才便是德的期待，更要求女性的不能「愚鈍懦弱」到無法自理，但也不能「精明幹練」到威脅男性霸權。

三、螢幕裡的愛情故事必然有個喜劇收場，那真實世界裡呢？

內容分析發現以愛情為主軸的偶像劇超過八成是有情人終成眷屬的快樂結局，戀人們或者互許終身、求婚，甚至幸福滿溢地步入紅毯。而另外近兩成的偶像劇，雖沒有明確圓滿收場，但也絕沒有呈現男女主角分手收場。就愉悅滿足經驗來說，快樂結局固然是娛樂媒介敘事常使用將閱聽人先前激越情緒轉化為最終正向心理經驗的方式，因此以快樂結局作為偶像劇愛情敘事的句點看似合乎情理。但此類王子與公主從此過著幸福與快樂的童話結局，卻可能讓閱聽人誤以為真，認為這就是愛情的必然和唯一，Rowe（1986）進一步說明童話中步入紅毯的結局不僅只是個「快樂結局」，它更為讀者架構一道將幻想（fantasy）通往真實（reality）的橋樑，以真實世界的婚姻與婚禮鞏固故事的真實性，並進一步將讀者從虛幻的糾結情緒中解脫。回應兒童福利聯盟文教基金會（2012.12.18）調查指出的偶像劇的青少年觀眾對分手的過激、性愛的早熟，我們不禁聯想這些不適切的愛情觀念或許來自稚嫩心靈中對真實世界愛情的過度美好想像。因為堅信愛情是應該快樂收場的，所以無法承受戀人們有分手的一天。因為堅信會一輩子在一起，所以可以將全副身心無條件地奉上。這些童話式愛情擬想對正在摸索愛情的青少年觀眾，可能是危險的。或許有人會問，偶像劇和許許多多歌詠愛情的電影、小說並無二致，為何需要用放大鏡檢視？我們在本文中多處討論到電視影音媒介的長期涵化、明星演員的光暈、同質的類型文本反覆出現，再再放大了偶像劇的影響效果。愛情確實有其美好的一面，但偶像劇中不對等的性別設定、必然的喜劇收場安排、命定式的真愛迷思，對螢光幕前的愛情新手卻可能是一種過度期盼和危險的虛幻幸福。

我們的發現是新的嗎？不全然。過去十年以來，多數的台灣偶像劇質化的文本分析研究已然指出性別刻板印象與父權意識型態，本研究透過系統地檢閱晚近五年偶戲劇，依舊看到同樣的問題。有論者或許認為近年熱門劇集《敗犬女王》、《我可能不會愛你》可能帶來偶像劇的新女性形象，根據我們內容分析資料，我們則以為回歸到愛情本位的偶像劇文化，即使少數劇集願意賦予女主角初期在性格與社經地位的強勢和獨立，但走向必須男女共舞的愛情終章，女性的強勢終究是要妥協。再深一層來看，當我們所發現的與先前研究相符，意味著螢光幕上的偶像劇多年來其實形塑的是同樣一套的迷思與偏頗。

有別於過去偶像劇研究，我們以系統性的量化分析資料彌補過去質化研究在客觀論述的缺乏，更重要的提出過去未曾研究但卻為偶像劇靈魂的研究類目——性格與愛情迷思的再現與轉變。一方面以性格轉變的動態觀點提出隨著劇情發展的男女性格變化，彌補了過去研究對角色設定與劇情的過於平面化的觀察。另一方面，我們指出愛情迷思是偶像劇中女性向男性與父權社會文化妥協的趨力來源，也再次合理化性別刻板印象的呈現。當前以年輕、中產階級女性為主要目標觀眾的偶像劇，表面上或許讓女主角們擁有些許的自主，實質上難逃夢幻愛情的魔咒。

媒體的愛情與性別再現並非單純的娛樂消遣，它更建構了閱聽人對愛情、性別、與權力關係的認知，這些認知影響閱聽人關於完美愛情或性別角色的期待與互動（Bell, 1975；Hetsroni, 2012；Rockier, 1999），更重要的是對媒體訊息較無抵抗力的兒童與青少年，根據研究，兒童與青少年較容易接收性別刻板印象的資訊也較容易以性別刻板印象作為評論他人的依據（Biernat, 1991），因此我們認為需要對偶像劇的性別呈現與愛情敘述作系統性的研究，本研究透過近年多部偶像劇的內容分析，由外在形象、內在性格與愛情行動再現的層面，整理出反覆而長期出現的愛情迷思和性別形象爭議。相信有助於對偶像劇呈現愛情價值觀之探討，對後續相關的偶像劇閱聽人研究提供了重要的文本內容解析基礎。

參考書目

- 王石番（1991）。《傳播內容分析法：理論與實證》。台北市：幼獅。
- 王幸麗（2009）。〈從日本偶像劇的風潮審視當代消費文化的意義〉，《績效與策略研究》，6：1-19。
- 池進通、李鴻文、陳芬儀（2008）。〈五大人格特質與工作績效關係之研究〉，《經營管理論叢》，4：1-9。
- 何玉娟（2012.07.25）。〈陳銘章解讀偶像劇：女主角愛追公交 45 度較跌倒〉，《金鷹網》。上網日期：2013 年 10 月 25 日，取自 <http://www.hunzntv.com/c/20120725/0931043285.html>
- 吳亞倩（2013）。《從偶像劇探索台灣女性未來意象》。淡江大學未來學研究所碩士論文。
- 吳孟芯、曾意倫與蘇冠心（2012）。〈由《犀利人妻》探討台灣偶像劇海外市場競爭力〉，《犢：傳播與科技》，4：60-75。
- 吳怡國、姜易慧（2010）。〈台灣偶像劇產業發展變遷之歷時性研究〉，《中華傳播學會年會論文集》。上網日期：2013 年 11 月 20 日，取自 http://ccs.nccu.edu.tw/word/HISTORY_PAPER_FILES/1275_1.pdf
- 吳明隆、涂金堂（2005）。《SPSS 與統計應用分析》。台北市：五南。
- 李丁讚、陳兆勇（1998）。〈衛星電視台與國族想像：以為是中文台的日劇為觀察對象〉，《新聞學研究》，56：9-34。
- 李馨慧（2012）。《從親密關係面向探討大學生對台灣偶像劇的觀賞經驗》。台北教育大學教育學院心理與諮商學系碩士論文。
- 兒童福利聯盟文教基金會（2012.12.18）。〈調查報告：2012 年兒少收視行為與兒少收視節目困境分析〉。上網日期：2013 年 10 月 20 日，取自 http://www.children.org.tw/news/advocacy_detail/959
- 林欽婕（2011）。《從雜草到敗犬：台灣偶像劇中的性別意識與形象建構》。中興大學台灣文學研究所碩士論文。
- 林瑞端（2000）。《媒介、消費與認同：台灣青少年收看日本偶像劇之效果研究》。世新大學傳播研究所碩士論文。
- 洪淑姿、林祐如（2004）。〈閱讀流行文化文本——偶像劇「薔薇之戀」：性別與情慾流動〉，《2004 性別、媒體與文化研究學術研討會》。上網日期：2013 年 12 月 15 日，取自 http://gndr.shu.edu.tw/meeting/7_2.pdf

- 翁鈴雅(2008)。《偶像劇的療癒系功能：本土偶像劇的閱聽人研究》。世新大學公共關係暨廣告學系碩士論文。
- 高啓祥(2003)。《全球與本土的連結：以文化融合理論檢視台灣偶像劇》。交通大學傳播研究所碩士論文。
- 高淑珍、劉文君(2013)。〈Facebook 體驗行銷對偶像劇持續觀賞意願之影響〉，《第九屆知識社群國際演討會論文集》。上網日期：2014年1月11日，取自 <http://www.kc.org.tw/fleget/FileDownload.aspx?CDE=2887>
- 曹蜀宜(2005)。《偶像劇對青少年消費行為的影響——以本土自製偶像劇為例》。台北師範學院教育傳播與科技研究所碩士論文。
- 許功餘(2010)。〈華人性格與行為關連性的特殊內隱理論之檢驗：不同性格、性別、及地位之比較〉，《中華心理學刊》，3：243-264。
- 許功餘、王登峰、楊國樞(2001)。〈台灣與大陸華人基本性格向度的比較〉。《本土心理學研究》，16：185-223。
- 連麗雅(2008)。《國小高年級學童偶像劇收視經驗之研究》。世新大學公共關係暨廣告學系碩士論文。
- 郭家平(2007)。《台灣女性韓劇迷的收視經驗及認同過程》。交通大學傳播研究所碩士論文。
- 郭魯萍(2003)。《年輕族群收看電視偶像劇之初探：以台北市大學生為例》。世新大學傳播研究所碩士論文。
- 馮昭(2007.10.27)。〈F4 明吸引 5000 日韓歌迷來台，觀光收入逾億〉，《大紀元》。上網日期：2014年1月3日，取自 <http://www.epochtime.com/b5/7/10/27/n18811770.htm>
- 黃葳威(2009)。〈我國電視節目內容之性別議題表現案例分析〉，《國家通訊傳播委員會 98 年度委託研究報告》。上網日期：2013年12月28日，取自 <http://nccuir.lib.nccu.edu.tw/retrieve/83198/RRPG98080194.pdf>
- 新浪網全球新聞(2013.04.13)。〈內地偶像劇拍不美柴智屏：演員自己都不相信愛情〉。上網日期：2014年1月10日，取自 <http://dailynews.sina.com/bg/ent/chnstar/phenixtv/20130414/23194447669.html>
- 楊國樞(1993)。〈中國人的社會取向：社會互動的觀點〉。楊國樞、

- 余安邦（編）《中國人的心理與行為：理念及方法篇（1992）》，頁 87-142。台北市：桂冠。
- 楊國樞（2005）。〈本土心理學的意義與發展〉。楊國樞、黃光國、楊中芳（編）《華人的本土心理學》，頁 3-56。台北市：遠流。
- 楊勝欽、涂聖忠、林忠明（2010）。〈文化創意產業之探討——以台灣偶像劇為例〉，《修平人文社會學報》，44：51-66。
- 葛魯嘉、陳若莉（2000）。《文化困境與內心掙扎：荷妮的文化心理病理學》。台北市：城邦。
- 趙庭輝（2005a）。〈電視偶像劇《薰衣草》：愛情神話的建構與再現〉，《朝陽人文社會學刊》，3（2）：131-171。
- 趙庭輝（2005b）。〈偶像劇《流星花園》的文本分析：青少年次文化的建構與再現〉，《藝術學報》，78：10-123。
- 趙庭輝（2005c）。〈電視偶像劇《吐司男之吻》：寫實主義的建構與再現〉，《傳播與管理研究》，5（1）：28-58。
- 劉啟宇（2006）。《「華流」的誕生——台灣偶像劇在日本發展研究初探》。台灣藝術大學音像藝術管理研究所碩士論文。
- 蔡蕙年（2011）。《《流星花園I》的現代愛情觀：變形的灰姑娘童話》。台東大學兒童文學研究所碩士論文。
- 魏家瑜（2013）。《從收視到行動：女性偶像劇迷觀看偶像劇對親密關係之經驗詮釋》。臺北教育大學心理與諮商學系碩士論文。
- Babrow, A. S. (1987). Student motives for watching soap operas. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 31, 309-321.
- Bachen, C. M., & Illouz, E. (1996). Imaging romance: Young people's cultural models of romance and love. *Critical Studies in Mass Communication*, 13, 279-308.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory and mass communication. *Media Psychology*, 3, 265-299.
- Beeghley, L. (1989). *The structure of social stratification in the United States*. Boston: Allyn & Bacon.
- Bell, R. R. (1975). *Marriage and family interaction*. Homewood, IL: Dorsey Press.
- Berg, L. V., & Streckfuss, D. (1992). Prime-time television's portrayal of women and the world of work: A demographic profile. *Journal of*

- Broadcasting & Electronic Media*, 36, 195-199.
- Biernat, M. (1991). Gender stereotypes and the relationship between masculinity and femininity: A developmental analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61, 351-365.
- Blumenthal, D. (1997). *Women and soap opera: A cultural feminist perspective Westport*. London: Connecticut.
- Ebert, R. (2000). *Roger Ebert's movie yearbook 2001*. Kansas City, MO: Andrews McMeel.
- Galician, M. (2004). *Sex, love, and romance in the mass media*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gerbner, G. (1998). Cultivation analysis: An overview. *Mass Communication & Society*, 1, 175-194.
- Hefner, V., & Wilson, B. J. (2013). From love at first sight to soul mate: The influence of romantic ideals in popular films on young people's beliefs about relationships. *Communication Monographs*, 80, 150-175.
- Hetsroni, A. (2012). Associations between television viewing and love styles: An interpretation using cultivation theory. *Psychological Reports*, 110, 35-50.
- Horney, K. (1973). *Feminine psychology*. New York: Norton.
- Lauzen, M. M., Dozier, D. M., & Horan, N. (2008). Constructing gender stereotypes through social roles in prime-time television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52, 200-214.
- Lemon, J. (1977). Women and blacks on prime-time television. *Journal of Communication*, 27, 70-79.
- Long, M., & Simon, R. J. (1974). The roles and statuses of women on children and family TV programs. *Journalism Quarterly*, 51, 107-110.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1987). Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 81-90.
- Merriam-Webster.com (2014). *Dictionary: Myth*. Retrieved January 2, 2014, from <http://www.merriam-webster.com/dictionary/myth>
- Potter, W. J. (1991). Examining cultivation from a psychological

- perspective. *Communication Research*, 18, 77-22.
- Powers, S. P., Rothman, D. J. & Rothman, S. (1993). Transformation of gender roles in Hollywood Movies: 1946-1990. *Political Communication*, 10, 259-283.
- Rivadeneira, R., & Lebo, M. (2008). The association between television-viewing behaviors and adolescent dating role attitudes and behaviors. *Journal of Adolescence*, 31, 291-305.
- Rockier, N. R. (1999). From magic bullets to shooting blanks: Reality, criticism, and Beverly Hills, 90210. *Western Journal of Communication*, 63, 72-94.
- Rowe, K. E. (1986). Feminism and fairy tales. In Zipes, J. (Ed.), *Don't bet on the prince: Contemporary feminist in North American and England*. New York: Methuen.
- Ruthven, K. K. (1976). *Myth*. London: Methuen.
- Schmitt-Rodermund (2004). Pathways to successful entrepreneurship: Parenting, personality, early entrepreneurial competence, and interests. *Journal of Vocational Behavior*, 65, 498-518.
- Segrin, C. & Nabi, R. L. (2002). Does television viewing cultivate unrealistic expectations about marriage? *Journal of Communication*, 52, 247-263.
- Shrum L. J., Burroughs, J., E., & Rindfleish, A. (2005). Television's cultivation of material value. *Journal of Consumer Research*. 32, 473-479.
- Signorielli, N. (1989). Television and conceptions about sex roles: Maintaining conventionality and the status quo. *Sex Roles*, 21, 341-360.
- Signorielli, N., & Bacue, A. (1999). Recognition and respect: A content analysis of prime-time television characters across three decades. *Sex Roles*, 40, 527-543.
- Silverblatt, A., Ferry, J., & Finan, B. (1999). *Approaches to media literacy: A handbook*. New York: M.E. Sharpe.
- Tedesco, N. (1974). Patterns in prime time. *Journal of Communication*, 24, 133-141.
- Vu, H. T., & Lee, T.-T. (2013). Soap operas as matchmaker: A cultivation

analysis of the effects of South Korea TV dramas on Vietnamese women's marital intentions. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 90, 308-330.

Westkott, M. (1986). Historical and developmental roots of female dependency. *Psychotherapy: Theory, Research, Practice, Training*, 23, 213-220.

附錄 A

抽樣清單

抽樣編號	劇名與抽樣集數	製播電視台	年份
1	福氣又安康 1~3, 8~10, 15~17	TTV / 台視	2009
2	鍾無艷 1~3, 9~11, 16~19	TTV / 台視	2010
3	小資女孩向前衝 1~4, 11~14, 21~25	TTV / 台視	2011
4	螺絲小姐要出嫁 1~4, 11~14, 20~23	TTV / 台視	2012
5	真愛黑白配 1~4, 10~12, 20~21	TTV / 台視	2013
6	就是要香戀 1~2, 6~7, 10~11	CTV / 中視	2010
7	美樂加油 1~2, 6~7, 11~13	CTV / 中視	2011
8	愛啊哎呀我願意 1~3, 7~8, 13~15	CTV / 中視	2012
9	愛情急整室 1~2, 6~7, 11~13	CTV / 中視	2013
10	紫玫瑰 1~2, 6~7, 11~13	CTS / 華視	2009
11	愛•無限 1~3, 7~8, 13~15	CTS / 華視	2010
12	飛行少年 1~4, 11~14, 21~25	CTS / 華視	2011
13	給愛麗絲的奇蹟 1~3, 7~8, 13~15	CTS / 華視	2012
14	我愛幸運七 1~2, 6~7, 11~13	CTS / 華視	2013
15	泡沫之夏 1~2, 7~8, 12~14	FTV / 民視	2010
16	旋風管家 1~2, 6~7, 11~13	FTV / 民視	2011
17	原來愛就是甜蜜 1~3, 7~8, 13~15	FTV / 民視	2012
18	原來是美男 1~2, 6~7, 11~13	FTV / 民視	2012

附錄 B

劇名	首集	中間集數	末集	三集平均	
福氣又安康	3.99	第 9 集	4.07	4.29	4.12
鍾無艷	2.70	第 10 集	2.83	2.54	2.69
小資女孩向前衝	2.78	第 13 集	5.56	7.33	5.22
螺絲小姐要出嫁	2.37	第 12 集	3.72	4.18	3.42
真愛黑白配	1.86	第 11 集	2.55	2.16	2.19
就是要香戀	0.95	第 6 集	0.51	0.67	0.71
美樂加油	1.84	第 7 集	2.23	2.93	2.33
愛啊哎呀我願意	1.26	第 8 集	0.65	0.46	0.79
愛情急整室	1.06	第 7 集	0.65	0.72	0.81
紫玫瑰	0.57	第 7 集	0.34	0.3	0.4
愛無限	0.96	第 8 集	1.07	1.15	1.06
飛行少年	0.45	第 13 集	0.26	0.16	0.29
給愛麗絲的奇蹟	0.65	第 8 集	0.61	0.35	0.54
我愛幸運七	0.16	第 7 集	0.41	0.44	0.34
泡沫之夏	0.86	第 7 集	1.86	1.67	1.46
旋風管家	1.27	第 7 集	1.04	0.98	1.10
原來愛就是甜蜜	1.15	第 7 集	0.95	0.76	0.95
原來是美男	1.16	第 7 集	0.94	0.97	1.02

資料來源：整理自凱絡媒體週報、中時娛樂〈收視率排行〉相關於各劇集之特定集數收視率資料，並以首集、中間集與末集數據加以平均。

The Representation and Myths of Gender and Romance: A Case Study of Leading Characters in Taiwan's Trendy Drama

Shu-Yueh Lee & Yen-Shen Chen*

Abstract

This study utilized content analysis to profile the representation and myths of gender and romance in Taiwan's trendy drama. The images of male and female were stereotyped. Males were usually groomed and well-dressed, and held high socio-economic status in terms of education, job, and family economic background. Also, males were smart, gentle, and honest. More importantly, the presentation of males' negative personality traits decreased and positive personality traits increased over time, which indicated a transformation from "beast" into "prince." On the other hand, female held lower socio-economic status and were honest and gentle. Females' positive personality traits such as smart and working hard were decreased but introversion was increased over time, which indicated the development of femininity in patriarchal society. For the representation of romance, the most presented love myths included "your perfect partner is cosmically predestined," "love conquers all," and "the right mate completes you."

Keyword: gender role, stereotype, trendy drama, love myth

*Shu-Yueh Lee is Assistant Professor at the Department of Journalism, College of Letters and Science, University of Wisconsin Oshkosh, Oshkosh, USA. Yen-Shen Chen is Associate Professor at the Institute of Communication Studies, National Chiao Tung University, Hsinchu, Taiwan.