

## 第五章、綜合討論

本章依據文獻探討、資料分析之結果，歸納提出本研究的綜合討論；第一節為臺灣偶像劇中吸菸行為鏡頭呈現之表面內容，第二節為臺灣偶像劇中吸菸行為鏡頭呈現之潛在內容，第三節為臺灣偶像劇菸品及吸菸行為訊息暴露情況變化。

### 第一節 臺灣偶像劇中吸菸行為鏡頭呈現之表面內容

#### 壹、吸菸行為呈現方式

研究發現偶像劇中，呈現吸菸行為角色所使用的菸品大部分為雪茄菸，與文獻中以一般捲菸呈現較高比例不同，推測原因可能與吸菸角色所呈現之形象及職業別有關，本研究中之吸菸角色所呈現形象以財富權勢為最多，且多為領導性角色，因此可能在使用雪茄菸的呈現上比例也較高(Roberts et al., 1999；Escamilla et al., 2000；Dalton et al., 2002)。

而鏡頭中所出現的人數以吸菸者一人與不吸菸者共同呈現於鏡頭中為主；吸菸的地點以居家室內以及公共場所室內為主要地點，居家室內以客廳為最多，公共場所室內則以辦公室最多。與 Escamilla et al.(2000)、張婉甄(2005)的研究呈現相似的結果，均呈現出即使多人同處室內，吸菸者的行為也不會因為有不吸菸者的關係而改變，且不吸菸者也沒有針對吸菸行為表現出反對使用菸品的態度，間接傳遞大眾對於吸菸行為習以為常的看法，也不會反對在室內的吸菸行為。

## 貳、吸菸時的伴隨活動

研究發現，在呈現吸菸行為的鏡頭中，有伴隨出現其他行為的鏡頭以飲酒行為最多，而相關文獻中的伴隨行為也以飲酒行為居多；從性別來看，資料顯示出男性角色在呈現吸菸行為時的伴隨活動較女性角色多，男性的伴隨行為以飲酒、暴力行為、危險動作、以及賭博最多，女性則為性交易、非法活動、以及魯莽的開車行為最多（Dalton et al., 2002；Roberts & Christenson, 2000；Charlesworth & Glantz, 2005）。從中可發現，雖然伴隨活動呈現出的均為負面活動，但是在電影及偶像劇中，藉由劇情的鋪陳，可能會讓角色在同時進行吸菸及其他行為時，呈現出的是屬於角色的特殊形象，或者是襯托出角色於劇中的迷人特質，讓青少年接收到的為正面訊息。

## 參、角色呈現

從研究結果中可發現，使用菸品的角色以配角呈現吸菸行為的比例較高，而文獻中大多為主角出現比例高於配角，可能是因為以吸菸作為主角的形象特徵，在此前提下進行角色的塑造，因而主角呈現吸菸行為的比例相對較高；但在電視偶像劇方面，可能因法令對於電視媒體的規定明確，因此在畫面的呈現上也較少以吸菸行為作為角色的個人形象特徵，因此吸菸行為的呈現主要是以配角比例較高，（Everett et al., 1998；Roberts et al., 1999；Dalton et al., 2002；Dozier et al., 2005；Charlesworth & Glantz, 2005；張婉甄，2005）。

另外，上呈現吸菸行為之男性角色大多為配角、反派、成年者、民意代表或企業主管等領導階層，女性角色則大多為主角、正派、青少年、學生。文獻中也指出，在電影中呈現吸菸行為的女性角色，通常為較年輕的女性角色，且出現的次數明顯較年長女性角色為多（Escamilla et al., 2000；Charlesworth & Glantz, 2005）。此結果可能與近年來菸商的促銷手法逐漸以

年輕女性為主有關，菸商將目標族群設定為年輕女性，並藉由廣告及媒體表現出女性吸菸的獨立自主、性感優雅的意象，因此在媒體中觀察到女性角色吸菸的比例也逐漸增加，文獻更指出媒體中女性吸菸的比例從 1960 年代的 11%，增加到 1997 年的 30%；若與目前實際的女性吸菸情況來看，也可發現目前全世界女性的吸菸率的確有增加的情況產生。

從呈現吸菸行為角色的職業部份，可間接看出角色的社會經濟地位，研究中顯示大部分為高級主管人員，例如董事長及副總裁等高社經地位，與 Everett et al. (1998) 及 Dozier et al. (2005) 的研究結果相同，呈現吸菸行為的角色通常是屬於高社經地位，且具有成功的領導者身分，而此種形象會讓閱聽者對吸菸行為產生正向態度。而在文獻中發現，媒體中對於吸菸行為造成的負面健康進行描述之比例極少，從 1960 年代的 2%，到 1970 年代的 1%、1980 年代的 4%，至最近的 1988 到 1997 年電影分析的 3%，呈現的比例均不超過 5%，而其中所呈現的負面健康訊息也多以短期的影響為主，並無描述吸菸行為對健康的長期影響 (Dalton et al., 2002; Charlesworth & Glantz, 2005)。

## 第二節 臺灣偶像劇中吸菸行為鏡頭呈現之潛在內容

### 壹、吸菸行為之負面效果描述

本研究中針對的吸菸行為所產生之效果以青少年可能接觸菸品之迷思為分析項目，分析劇中是否有鼓勵吸菸的行動及對白出現，並無明確分析劇中提及關於吸菸所帶來之負面效果及描述，而研究者在分析過程中，發現僅 2 個鏡頭曾出現主角對於吸菸行為的負面描述，但也只描述出對於吸菸行為的反感，與文獻中呈現吸菸對健康產生負面影響的結果較為不同，推測可能

原因為電影中的吸菸行為呈現通常為襯托角色的特徵，也許會配合角色的健康狀態進行描寫，而在偶像劇中，則未看出有配合角色的健康狀態進行描寫，因此便無法看出吸菸對健康的負面影響（Dalton et al., 2002；Charlesworth & Glantz, 2005）。

## 貳、呈現吸菸行為時情緒呈現

在使用菸品角色吸菸時，鏡頭中所呈現出的情緒最多的為焦慮煩惱以及自豪得意，其次則為悲傷沮喪的情緒；且從研究中可發現，男性角色所呈現的吸菸行為鏡頭中，以氣憤煩惱的情緒呈現最多，其次為愉快自得的情緒，女性角色所呈現的鏡頭也同樣以氣憤煩惱最多，其次則為悲傷孤單的情緒，從中也可得知，用於正向情緒的表達上，大多以男性角色為主。與部分文獻結果相似，發現角色在呈現吸菸行為時，大部分的情緒表現為遭遇壓力的矛盾及煩惱、社交慶祝時的快樂喜悅等，或者是將吸菸行為以一般習慣呈現，無特殊情緒狀態（Everett et al., 2000；Dalton et al., 2002；Charlesworth & Glantz, 2005；張婉甄，2005）。

## 參、形象呈現

使用菸品角色在偶像劇中所呈現的形象，有超過五成的鏡頭是呈現出正面形象，其中以財富權勢的形象最多，近五成，其次為豪邁帥氣，超過三成；在正面形象中，男性角色鏡頭以財富權勢為主，其次為豪邁帥氣，女性角色鏡頭則以性感優雅較多，女性角色主要的形象則為性感優雅；在負面形象上，男性角色鏡頭以陰險毒辣為最多，其次為負面式英雄。研究結果與部分文獻相同，文獻中出現吸菸行為時，大部分是為了能夠呈現出角色的個人特徵，在男性角色方面，多以吸菸行為表現的正面形象包括財富、權力、男子氣概、自信等，甚至是「保護者」；而女性角色的正面形象則是表現其性感、深具

性吸引力，媒體中呈現的負面形象均著重較少（Everett et al., 2000；Dalton et al., 2002；Dozier et al., 2005；Charlesworth & Glantz, 2005；張婉甄，2005）。

### 第三節 2001 至 2005 年臺灣偶像劇菸品及吸菸行為訊息暴露 情況變化

由研究結果可發現，整體的菸品及吸菸行為訊息暴露情況並無很大的變化，甚至有增加的趨勢。但從菸品及相關物品訊息暴露情況來看，則發現在 2002 年呈現的比例顯著高於其他年代；從吸菸行為訊息暴露情況來看，則是發現以 2005 年呈現的比例顯著高於其他年代。

從角色別方面瞭解，2001 年主角所呈現之吸菸行為鏡頭顯著高於其他年代，其他年代則均已配角呈現之鏡頭為主，可發現主、配角的鏡頭呈現已由主角轉變為配角呈現；在角色性別方面，各年代均以男性角色呈現之鏡頭為主，在女性呈現之鏡頭中，則以 2004 年出現的比例高於其他年代；在年齡層方面，則可發現以青少年呈現之鏡頭，以 2004 年的比例較高，而其他年代均由成年者呈現的鏡頭為主；在角色及身份方面，以正派角色呈現的鏡頭中，以 2003 最多，顯著高於其他年代，而以反派角色呈現的鏡頭中，則以 2002、2005 年所呈現的比例顯著高於其他年代。

而這些變化趨勢產生的可能原因為 2003 年菸害防制計畫的實施，除了計畫本身實施後之成效讓大眾更加重視媒體傳遞菸品訊息之影響，也讓媒體工作者在製作偶像劇時，便可能將吸菸行為的鏡頭以菸品及相關物品取代原本欲傳遞之訊息，以及由主角的呈現轉變為以配角呈現，在劇中主要角色的形象塑造上，也盡量以正面形象塑造為主。