

新中產階級自主世界人： 臺灣公共電視兒少實境旅遊節目的主體論述^{*}

賴以瑄^{**}

輔仁大學影像傳播學系專任助理教授

摘要

本研究對臺灣公共電視《下課花路米》的旅遊實境節目〈小小背包客〉裡的兒少旅人影像進行批判論述分析，檢視臺灣公視的主體建構論述。本研究指出，〈小小背包客〉的影像所建構的當代臺灣兒少主體，構建新自由主義全球化下臺灣公視和新中產階級家庭的教養與教育意識形態。這些移動的小小旅人影像，企圖創造更加個體化、個人主義和獨立自主的主體：在旅遊中學習能力並實踐「全心投入的世界人」（dedicated cosmopolitanism）。相較於 2010 年代的中國大陸與 2000 年代臺灣實境節目強調傳統家長主義與新自由主義進取自我，〈小小背包客〉鼓勵更加西化的、民主平等的大人與小孩關係，並淡化競爭性個人主義。

關鍵詞：公共電視、世界人、兒少電視、個體化、實境生活風格電視

^{*} 本研究論文是國家科學及技術委員會專題研究計畫「公共電視旅遊實境電視研究：下課花路米壯遊闖天下為個案」（NSTC 111-2410-H-030-043）研究成果之一。部分內容曾發表於 2023 年 3 月 11－12 日文化研究學會年會、2023 年 7 月 27－29 日 Inter-Asia Cultural Studies Society Biennial Conference，以及 2024 年 3 月 16－17 日文化研究學會年會。作者感謝所有受訪者及曾提問與建議的人。

^{**} E-mail: yihlai@gmail.com

投稿日期：2023 年 09 月 01 日；接受日期：2024 年 01 月 13 日

壹、問題意識

3 位 10 — 13 歲的小孩用有限的經費擔任導遊、預訂住宿、查詢景點與交通資訊、帶領拍攝團隊走完長約 7 — 9 天的國外旅程。過程中，大人僅能負責開車、建議或協助。小孩有時害羞膽怯，有時緊張焦慮，遭遇挫折時承受不住壓力而落淚，最終完成旅程。以上是臺灣公共電視（以下簡稱：公視）兒童少年節目《下課花路米》（以下簡稱《下》）的〈小小背包客〉系列（以下簡稱〈小〉）的場景。《下》是公視給學齡兒童的一檔知識百科類節目（唐台齡，2010），2001 年開播，逐漸從棚內主持人錄影轉向以兒童為主角的實境模式。2018 年推出〈小〉系列第 1 季〈南向世界遺產〉（以下簡稱〈南〉），中選的小孩與製作單位及主持人前往聯合國自然與文化世界遺產，節目全程記錄經後製播出。2019 年更名為〈壯遊闖天下〉（以下簡稱〈壯〉），2021 年再推出〈壯遊闖天下 3〉（以下簡稱〈壯 3〉）。

以實境觀察手法來製作生活、親子教養、旅遊、知識類的電視節目，因為能捕捉到「自然發生的畫面」，又比主持人棚內講述或行腳的傳達形式更不權威更不單向，更能使觀眾主觀涉入，已蔚為主流。《下》的實境化也符合這趨勢。西方實境電視學術文獻，往往從當代西方自由資本主義政府的新自由主義化，縮減社會福利支出為脈絡，指出這類節目協助將「後福利社會」的個體，建構成新自由主義時代懂得利用消費來自我管理、自我照顧和自我進取的好公民，順應了新自由主義化的西方政經政策變遷（Andrejevic, 2004; Ouellette & Hay, 2008）。亞洲生活節目近年同樣逐漸實境化，研究認為這類節目也是在教一套中產階級的生活風格價值觀、新的認同想像、或新的規範性身分（normative identity）（Lewis & Martin, 2010; Lewis et al., 2012; Martin & Lewis, 2016）。中國研究指出教養與婚戀實境節目，協助建構後社會主義中國的理想主體，並隨著政治局勢變化逐漸從相對西化轉向重新推崇傳統儒家人倫觀（Ho, 2022; Jiang, 2019; Luo & Sun, 2015; Song, 2020）。臺灣研究發現 2000 年代的本土商業實境節目和生活風格類節目，大量與商品結合，也教育人們同時兼具傳統儒家五倫與自由競爭的意識形態，教導個體沿用傳統師生或長幼倫理互動，在自由市場追求個人成就（Jian, 2013; Lewis & Martin, 2010; Wei & Martin, 2015）。這些看法多針對商業實境生活風格電視為主，多分析成年觀眾節目，而臺灣個案則集中在 2000 年代。《下》是以兒童為對象的節目，近年從文化教育節目，借鏡實境手法讓兒童在特定情境

或旅行中學能力，同樣也是提供兒童新的規範性身分，形塑兒童主體性，但學界對《下》的發展了解仍不多。與此同時，臺灣社會也經歷了許多社會運動與公民社會行動，更加重視社會與教養民主，那麼《下》建構的主體性是否有別於本土商業節目？又與其他亞洲實境生活風格節目（特別是與韓中的家庭主題婚戀教養節目）有何異同？

本研究視〈小〉為體現臺灣新中產階級教養腳本及公共服務電視等社會實踐的論述產物，對其進行批判論述分析。本文首先回顧生活風格電視與實境電視研究文獻後，接著應用 Norman Fairclough (1989, 1992) 的批判論述分析 (critical discourse analysis)，探究〈小〉涉及的三層次論述：(1) 新自由主義全球化下臺灣社會與教養腳本變遷；(2) 公共電視兒少節目的理念與產製變遷與〈小〉的製作；(3) 〈小〉作為符號資源 (semiotic resources)，包括影像、文字、音樂的意指作用 (signification)。

本文分析的單元詳情請見附錄（表 1、2），第參章會詳細說明。本文指出〈小〉體現新自由主義全球化時代，經公視中介的臺灣新中產階級的教養腳本。新中產階級主要引用臺灣教養社會學者所指，工作上具有較高的管理權者或具有大學學歷從事專業職位，學者或稱專業中產階級，也有稱新中產階級（藍佩嘉，2014，2019；Shih, 2019）。教養腳本是教養社會學概念，用來指「父母所認同的有關教養的規範性文化腳本，也就是他們認為適切、理想的教養方式」（同上引，2019，頁 36）。本文視其為 Fairclough (1989, 1992) 所指的特定社會意識形態與權力結構的再生產實踐，第肆章會再詳細說明。〈小〉作為論述的文本形式，試圖塑造在旅行中學習全球化時代所需能力，自我反思學習接受失敗與挫折，而非過度求勝，勝者同理落敗者，並抱持「全心投入的世界人」（dedicated cosmopolitanism）（Weenink, 2008）的兒少主體。本文所指兒少是《下》的目標觀眾：學齡兒童，大約落於國小階段。他們與大人的關係是民主平等的，大人放手給他們自主空間。

貳、理論探討：實境生活風格電視研究在西方與亞洲

一、生活風格與實境電視在西方

大眾電視媒介文化，是一套傳播系統，觀眾藉此學習所在社會接受的語言與文化 (Blitvich & Lorenzo-Dus, 2013)。電視很早即提供各類生活資訊與

教育節目。電視生活資訊節目提供了各類建議與參照，讓現代公民塑造自我（selfhood）。早期生活資訊節目是一種教育節目，以專家或主持人講述為主，單方面提供各種理想生活型態的建議；這種講述方式就像是將教室延伸到電視，預設觀眾是需要被教育的大眾。隨著媒體環境更競爭，講述式節目逐漸被批評太單調乏味，缺乏互動。許多節目也逐漸採取更互動實境手法。在當代西方社會，（真人）實境電視（reality TV）指的是，眾多看似以紀錄片手法記錄真實，但不遵守紀錄片原則，以收視率為主要目的，娛樂性更多於教育性的電視節目（Corner, 2002; Friedman, 2002）。¹ 西方實境電視大致分成三種，一種是觀看凡人日常生活、一種是用故事手法提供觀眾生活風格改善方式、還有一種則是將參與者放在人工情境下以類似實驗方式觀察（Hill, 2002）。實境電視在 1990 年代後，因電視媒體競爭激烈全面進入夜間黃金時段（Andrejevic, 2004）。24 小時新聞頻道使新聞與戲劇的界線模糊，實境電視製作成本又較戲劇節目低、題材多樣發展，造就實境電視更加興盛（Hill, 2005）。實境手法因為能捕捉到「自然發生的畫面」，比舊有的單方面講述形式更能使觀眾主觀涉入，形塑主體性與自我（Ouellette & Hay, 2008）。

1990 年代生活節目逐漸實境化，如 1996 年首播的 *Changing Rooms*、1997 年 *Ground Force* 由專家與民眾兩方互動，一方提供指導，一方接受改造的型態進行，提供生活風格的指導或建議的過程不再是單向的，也更不具權威。大多數節目教育個人如何以消費來經營生活風格或改造再生。這些大眾生活節目提供給觀眾中產階級生活方式想像，但慢慢也不僅止於鼓勵消費與夢想生活，如 *Jamie's School Dinners* 以改善校園餐食為主題，更像是教育觀眾選擇一種道德良好的生活倫理。西方學者認為這是因為西方的公民文化與消費文化合流，引導民眾成為中產階級的消費者公民，進行消費時能夠做出具有倫理與美學意義的抉擇，通過倫理美學行動改善自我（Lewis, 2008; Miller, 2007; Ouellette, 2009; Ouellette & Hay, 2008; Palmer, 2003, 2004; Weber, 2009）。

由於 1990 年代實境生活風格節目熱潮正當西方社會普遍新自由主義化，縮減健康、教育或住宅等社會福利支出，許多實境電視與生活電視學術研究以傅柯（Michel Foucault, 1926 — 1984）治理術理論為批判基礎，指出實境電視與生活電視節目是一種文化技術（cultural technology）（Turner, 2010）。

1 「Reality TV」在臺灣早期翻譯成真人秀或是真人實境電視節目，可見於謝豫琦（2006）與簡妙如（2008）的研究。近年大眾媒體更常稱之為實境節目或實境電視。本文選擇當前主要用法。

傅柯治理術理論主張，現代西方社會對個體的管理，不再如封建時代強力且直接，而是憑藉著知識論述（例如當代大眾媒體）等一整套自我的治理技術（technology of the self）從遠處治理（governing at a distance）（Foucault, 1991, 1997, 2000）。個體透過這些知識論述來建立主體性，組織自我的生活或工作（Ouellette & Hay, 2008; Rose, 1999）。套用傅柯的理論，實境節目就是一種媒體中介的知識論述，提供各類競賽與生活風格資訊或教育專家論述，鼓勵「後福利社會」的公民個體成為自我管理（self-managing）、自我照顧（self-caring）和自我進取（self-enterprising）的消費主體。再加上實境節目的大眾轉向（demotic turn），以自願參與的平凡人為主角（Turner, 2010），這些參與者很清楚自己被拍攝，自願爭取獎金、或成名機會、或接受專家改造內在個性或外貌，這些節目通常是以中產階級的價值與品味作為標準來改造或規範參與者。電視機前觀眾更能認同這些平凡主角及其真實身分，將自己投入節目設定的情境中，觀看節目時，心理上參與性更高。所以不論是鏡頭內或觀看者，實境節目都扮演一種現代公民自我管理的文化技術。

以上對西方實境節目的學術討論多聚焦在西方最高收視率節目，當中不乏由老牌公共廣播電視為了競爭收視率而製播的節目。傳統的公共服務廣播電視（public service broadcasting/television）理論主要成型於戰後 1940 — 1950 年代的時空背景，視媒體為教育，主要製播新聞與紀錄片等知識性節目服務公眾或形塑良好公民，企圖用節目的多樣性與平衡，記錄不同甚至彼此爭執的意見觀點與生活方式，來達成多元主義的承諾。然而，這種教育性公共服務的特徵是從菁英與專業的位置來決定製作內容（Lunt, 2009）。最明顯的是美國公視偏重教育性，卻在有線電視興起後遭遇專門頻道競爭，觀眾僅剩中高年齡與中產階級（Ouellette, 2002）。公共服務廣播電視不只被左派批評，也遭遇新自由主義私有化壓力，使公共服務崩解。2000 年後，公共服務廣播電視另一個更大的危機是數位媒體匯流，社交媒體與串流平臺的競爭。

實境電視興盛的時間，也是公共服務廣播電視遭遇重大衝擊與危機的 1990 年代。歐美的公共服務廣播電視為了競爭收視，開始製播實境電視（Biltereyst, 2004a, 2004b; Ouellette, 2010）。許多學者探討素人參與且作為主角的實境電視如何能提供公共服務（Biltereyst, 2004a, 2004b; Lunt, 2008, 2009, 2014; Lunt & Lewis, 2008）。Lunt（2014）重讀了哈伯瑪斯（Jürgen Habermas）晚年的作品，重新思考公共服務媒體這類機構如何可能中介公共

領域。哈伯瑪斯轉向強調，只要能夠讓人們開始參與溝通討論，有可能讓各異的觀點彼此互相理解，這便是一種公共領域（Habermas, 1996）。以往公共服務廣播電視的新聞和紀錄片，以知識內容為主，具有權威的專家提供公眾重要知識，觀眾是被動的。但是實境節目的教育方式是體驗的，實境節目的主題往往在解決個人問題，以素人為主角，素人不再是被動接收者，也不一定有權威專家給予意見。換句話說，公共服務廣播電視的實境節目是從知識的傳佈者，轉變成提供論壇讓公眾得以關注與討論。實境電視有讓公共表達、公共表演與公共反省的空間（Lunt, 2014）。

對於大多數的實境電視學者總是使用治理術理論切入，批評實境電視是新自由主義國家教育公民自我管理與負責的指南，Lunt（2008, 2014）與 Lunt & Lewis（2008）認為原因是這些節目出現時，西方社會全面被新自由主義主宰，公共服務大幅從社會退場，所以實境電視，實際上幾乎所有電視節目，都被理解成是教育公民自我進取、自我負責的機器。可是他們指出部分實境節目也可以採用哈伯瑪斯和紀登斯（Anthony Giddens）的觀點分析。貝克（Ulrich Beck, 1944 — 2015）和紀登斯等人認為西方現代化的過程的核心特徵是個體化（individualization）。傳統封建社會制度解體，個體脫離舊社會制度下的關係，進入新型態的制度架構並發展自我認同（self-identity）。制度性的個體化（institutionalized individualization）使現代社會以公民為單位運作，現代制度提供基本的權利，但是個體必須自己在制度環境中生存自助（self-application）。後工業經濟帶來了第二現代性，風險提高和不確定性為主要特徵。個體面臨種種選擇，而且是在不確定的、流動的全球世界中進行選擇，新的資訊與傳播媒體是個體進行選擇發展自我時非常重要的參照，大眾媒體內提供的專家知識變成重要的決策參考依據（Beck & Beck-Gernsheim, 2002; Giddens, 1991）。

Lunt（2008）以 BBC 的親子實境節目 *Little Angels* 為例子解釋，這個節目徵求有教養苦惱的父母參加錄影，搭配一位專業臨床心理師一起來解決養育幼兒過程的種種難關。這位心理師先是諮詢並提供父母教養建議，之後進入教養現場和父母一起解決問題。Lunt & Lewis（2008）則分析了美國綜藝節目 *Oprah!* 以對話為主，但是搭配了穿搭專家進入錄影現場，後續內容與問答也在 Oprah.com 網站持續進行。Lunt（2009）指出，這兩個節目若使用治理術理論來分析也說得通，而使用自反性現代化（reflexive modernization）理論也說得通，實際上這兩個節目可以同時符合兩派相異理論的情

況，直指當代社會和社會理論的弔詭，實境電視既是傅柯式的公民自我規訓機器，又是紀登斯說的自反性監視的工具。這些實境節目提供的公共服務不再是達成共識價值和社會凝聚，而是幫助公民進行自我管理（治理術學派的術語）或自我身分的建構（紀登斯的概念）。Lunt 認為無論學者悲觀或樂觀看待，這些節目將焦點放在反映社會議題的具體私人問題，其公共價值不在於給予共識與知識，而在於提供空間，讓集體關注、反思這些關於個體自我轉變的實驗（同上引）。爬梳上述文獻，西方學者已經從參與和開放性的概念來定位公共服務實境節目的公共價值。

二、亞洲生活風格與實境電視文獻

亞洲各國在經歷了高速發展後，於 1990 年代開始出現明顯的中產階級與消費文化，以及相應電視節目提供各種生活指導。新加坡的英文環境對西方媒體的熟悉度高，採用西方的生活風格電視來命名；臺灣或中國的電視或稱生活資訊或生活教育頻道，或是有更直接的分類，例如美食、做菜、行腳旅遊節目。臺灣這類節目受日本的影響較深，經常模仿日本，偶有模仿西方者在本地迴響不高（簡妙如，2008；Lewis & Martin, 2010）。進入 2010 年代，韓國與中國節目則取代了日本，大量出現在臺灣觀眾視線中，也成為臺灣業者借鏡對象。Martin & Lewis（2016）不認為亞洲生活文化教育電視模仿西方電視，而採取貝克的平行演變（parallel evolution）的多樣化第二現代性觀點，指出亞洲這些中產階級大多是在「壓縮現代性」（compressed modernity）中剛晉升為中產的普通人。「壓縮現代性」帶動了民眾對管理複雜生活建議之需求，亞洲生活電視節目不是單純移植西方，而是將西方跨國媒體元素與在地的脈絡雜揉，中介了也協助亞洲的中產階級個體管理壓縮現代性經驗。亞洲生活風格類媒體內容不僅教消費者實用知識與具體消費實踐，也是在教一套價值觀、新的認同想像、或新的規範性身分（normative identity），滿足我們的夢想與渴望。這些節目提供了一種中產階級的生活風格想像，打開自己接收新經驗，與新的世界互動，藉此建構主體。

2010 年代亞洲生活教育類節目亦逐漸實境化。許多研究同樣運用治理術批判論述分析其主體性建構論述究竟符合亞洲傳統家庭觀念或西方個人主義，還是兼具兩者？是否教育新自由主義自我發展甚至競爭個人主義的觀念？Jiang（2019）研究中國名人親子教養實境節目《爸爸去哪兒》2013 年

第三季，發現該節目既正面突出幾位父親的西式教養與平等親子關係，講道理不打罵，不強迫子女無條件服從，培養孩子能獨立決定，節目又同時強調子女應照顧父母晚年，以及子女穿著傳統中式服裝向父母叩拜的傳統養育觀念與禮儀。該文結論節目仍以兼容中國傳統教養與西方教養優點的教養腳本來建構理想中國當代主體。2010 年代前後的中國婚戀實境節目直接購買西方節目模式，出現許多鼓勵個人主義以及物質主義的婚戀觀，但在習近平上臺後遭到修正，2010 年代中後的婚戀節目又轉向配合建構中國政府核可的傳統儒家主體論述，強調傳統儒家倫理家長的權威、異性戀傳統霸權（Ho, 2022; Luo & Sun, 2015; Song, 2020）。

臺灣電視產業長期模仿外國節目，2000 年後更是陷入數位化困境，雖想嘗試新類型，但多年來只能以低成本製作（Lewis et al., 2012）。Lewis & Martin（2010）發現生活建議散見於臺灣商業與非商業頻道，這類節目不同於西方節目，經常以各種溫和的方式教導與建議，家庭般歡樂氣氛也不同於西方同類節目極度強調競爭個人主義。商業頻道的內容往往高度消費導向，充斥著商品置入；非商業臺則沒有這種特質，宗教臺鼓勵觀眾做慈善與社區服務幫助弱者來過一種好的生活。魏玟和 Fran Martin 以臺灣烹飪電視為例，論證臺灣生活電視從 1960 — 2000 年代，經歷了三個時期的風格變化，從傳統中國到日式和西式轉變，也從正經文化教育節目轉成娛樂性節目，不變的是節目既教做菜也教做人道理，但他們也認為 2000 年代的臺灣生活類節目仍然是專家由上而下向觀眾講述一套道理，不像同時期西方節目已經不再用權威的方式教育觀眾（Wei & Martin, 2015）。

相較生活風格類節目，亞洲的歌唱選秀實境節目較強調競爭個人主義。簡妙如分析臺灣歌唱選秀節目《超級星光大道》，認為其兼具新自由主義自我進取以及尊師重道的精神，教導個體在傳統倫理秩序的環境裡追求個人成就，論證商業實境節目仍兼顧傳統儒家的五倫觀念，與資本主義自由競爭觀念（Jian, 2013）。Lee & Zhang（2021）指出韓國實境偶像選秀節目雖然特別強調團隊合作與謙遜，但最終個人還是彼此競爭，整體而言節目教育個體成為新自由主義競爭主體。

臺灣公視是媒體改革運動的產物。媒體改革運動組織為了制衡黨國政治力與跨國資本主義，除了要求黨政軍退出電視，也努力催生本地公共服務電視，終於使立法院於 1997 年通過《公共電視法》，1998 年 7 月開始以獨立頻道製播節目。臺灣公共電視常以英國廣播協會（British Broadcasting Cor-

poration，簡稱 BBC）的創臺領導者約翰芮斯爵士（Sir John Reith, 1889 — 1971）的理念為圭臬，強調公視應提供資訊、教育、娛樂，提供公民獲得完善媒體服務，使民主社會運作良好（公共電視策略研發部，2007）。換言之，民主社會的公民主體是公視節目企圖形塑的主體。但公視成立過程受到各種力量阻礙，使經費縮減，無法積極製播節目（馮建三，2006）。公視也面對商業媒體競爭與數位平臺挑戰，收視偏低，於 2010 年代減少製作兒少節目（徐福德、胡元輝，2016）。公視的歷史與社會影響力和歐洲公視的發展與社會影響力不能比擬。Lewis & Martin（2010）發現臺灣公視的製播理念和各國公視相同，以製作品質節目（quality programming）和教育性內容為宗旨。相較於同時間存在於臺灣電視的商業節目仍然教育在地觀眾已然熟悉的觀念，公視生活資訊節目《生活高手》沒有太多華麗的場面與特效，而是用字卡來教育觀眾將生活變成一種享樂，將興趣融入居家。此節目也建議家長多多鼓勵孩子從小養成責任感等觀念，其傳達的日常品味對歐美澳洲中產階級觀眾來說非常熟悉；換言之，節目試著看齊西方，建構觀眾成為現代中產階級公民，和全球化跨國菁英者有共享的品味與價值觀。

參、研究方法：批判論述分析

任何關心媒介文本背後的意識形態爭霸的學者，常採取 Norman Fairclough 的批判論述分析，近年許多亞洲實境節目也不例外（Ho, 2022; Luo & Sun, 2015; Song, 2020）。Fairclough（1989, 1992）認為，研究媒體論述之交互影響，應該要理解到論述活動的三種層次：（1）論述作為社會實踐（discourse as social practice）是社會裡特定意識形態與權力結構的再生產實踐；（2）論述作為論述製造實踐（discourse as discursive practice）在特定機構生產出流通到公共空間被閱聽民眾消費；（3）以文本型態存在的論述（discourse as text）是文字影像聲音的符號組成物（Blommaert, 2005; Janks, 1997）。

因此針對這三層交互影響的論述，應分別進行（Fairclough, 1992; Janks, 1997）：（1）社會分析（social analysis）：從文本運作其中的社會主流價值觀的爭霸角力，解釋（explain）文本所在的社會脈絡，以喚起讀者注意到文本暗藏的社會權力與效果；（2）過程分析（processing analysis）：詮釋（interpret）論述作為文化物的生產與消費過程；（3）文本分析（text analysis）：將節目文本的所有行為作為「符號資源」（semiotic resources）（van Leeuwen, 2005,

2008)，運用語言學方法描述（describe）意義。

van Leeuwen（2008）認為媒體論述是社會實踐的再脈絡化（recontextualization of social practice），媒體節目是特定的社會具體實踐。批判論述分析者要致力發現社會上常有的實踐如何成為媒體論述的過程（van Leeuwen & Wodak, 1999）。本文認為〈小〉建構學齡兒童的理想兒少主體，涉及到臺灣的教養論述意識形態爭霸，將依照上述方法步驟分析〈小〉所在的社會教養論述變遷、節目之生產與文本論述。

第肆章為社會分析，爬梳教養社會學探討 2000 年代逐漸成為新中產階級家庭使用的新興教養腳本，以將〈小〉的產製與文本置放在這些社會實踐之下；第伍章為過程分析，探究公視製作〈小〉的理念與製作過程，作為一種論述製造的實踐如何體現特定社會實踐，影響文本形態存在的論述。此段分析資料主要來自既有出版文獻與製作人員訪談。作者於 2022 — 2023 年訪談 7 位《下》製作人員，了解《下》產製歷史、節目理念、〈小〉製作過程與收視情況，詳細資料請見附錄（表 3）。他們包括兒少組主管、製作人、主持人。製作人通常身兼編劇、企劃、導演、攝影等職。訪問長度介於 1.5 — 4 小時。

第陸章進行文本分析，將〈小〉視為經公視中介，以文本型態存在的新中產階級教養論述，運用符號學方法探究影像、文字、音樂文本的意指作用。〈小〉系列有三季，每季內容不同。〈南〉僅有八集，全部為出國旅行。〈壯〉則先有國內篇，旅遊地點分別是嘉義東石、宜蘭龜山島、雪山東峰，製作單位觀察小孩，之後再從中挑選合適的小孩組合出國旅行。國內旅行小孩要分組比賽闖關，主持人擔任關主，所以角色更接近「裁判」。出國旅行中小孩擔任導遊，大人放手讓小孩自主管理旅程經費，主持人的角色是「夥伴」，與小孩的關係較平等。〈壯 3〉受到 COVID-19 影響，只能在國內旅行。本文的研究問題是分析〈小〉的新自由主義個體化、世界人主體與大人與小孩關係之論述建構，因此選擇分析六次出國單元，詳情請見附錄（表 1、2）。

此次研究重心在於了解社會意識形態、電視臺產製與節目文本三者關聯，主要從電視臺端取得觀眾反應，無直接進行觀眾接收分析。

肆、新自由主義全球化下臺灣社會與教養腳本變遷

東亞各國在 20 世紀都經歷「壓縮現代性」，由一個秉持發展主義的國家政府主導經濟政策，加入西方資本主義的生產鏈，配合著進行一連串的經濟工業化。「壓縮」指後進者因為吸取先進經驗，可以快速在三十年內趕上西方數百年的成就。只用了三十年經歷了經濟起飛，趕上西方百年的發展，在壓縮時間內經歷大規模的經濟政治與文化變遷，因而造成不同時期的文化並置或重組 (Chang, 2010)。但這也表示許多傳統的觀念，與剛從西方引進的觀念並存於臺灣社會。經濟發展使臺灣社會的個體從傳統農村經濟與家庭中解放出來，進入城市成為工業勞動力，產生了個體化的現象。學者爭辯著工業化後的東亞接受西方個人主義的程度，認為東亞現代化的特徵是「個體化但沒有個人主義」(individualization without individualism)，獲得個體化的主體並未擁抱個人主義，相反各類型的家庭主義是支撐東亞經濟成長的核心：包括家庭對個體發展的支持承擔養育孩子與栽培之「工具性家庭主義」，個體也往往非常重視家庭整體的利益，超過個人本身的利益，「儒家家庭主義」教導的長幼秩序觀念也仍然深植人心，家庭也提供了情感慰藉的服務 (Chang & Song, 2010)。亦有論者認為個人主義和家庭主義已經並存，Lu & Yang (2006) 以 2000 年前後的臺灣為例，論述個體因為面臨不斷變遷的社會發展，展現出一種雙元文化的自我，融合傳統儒家觀念的社會導向相互關係中的自我 (social-oriented interdependent self)，以及西方的個體導向的獨立自我 (individual-oriented independent self)，也積極整合這兩種自我，在不同場合有不同自我，依據不同情境展現行為舉止，例如：清楚畫出職場與家庭的界線，在職場展現西方式自我，在家庭展現集體中的自我。

1990 年代後臺灣開始政治與社會民主化、經濟市場自由化，以順應西方的新自由主義。臺灣人國際交流頻繁，西方現代新思潮進入。一方面，新自由主義自我進取的觀念，人力資源商品化，個人競爭力等觀念更深入社會 (Lewis et al., 2016)。與此同時社會運動也開始因為臺灣人向外交流而蓬勃發展，逐漸轉型成公民社會非營利組織積極參與體制內改革，變成推動臺灣觀念改變的重要力量，引入國際社會大方向 (何明修、林秀幸，2011；顧忠華，2003)。

藍佩嘉指出四個原因造成 2000 年後臺灣的教養腳本巨變，教養成為父母巨大的挑戰甚至是焦慮：第一、臺灣社會在經濟起飛與政治民主化後，對

兒童的看法從傳統農耕家庭的共同勞動者，轉變為只要專心長大與學習的消費、教育、福利的主體；第二、養兒育女之親職成為當代臺灣父母滿足情感的個人選擇與純粹關係，而非傳統觀念下期待子女成年後奉養自己的一種代間契約關係或是延遲的投資。這使得父母極度認同親職，投入極大情感勞動；第三、教養變成科學與國家監看對象，臺灣不斷引入西方的科學教養觀念，兒童變成權利主體，國家立法監管家庭內的生活與教育，避免兒童權利遭到侵害；第四、臺灣面臨全球化影響與「壓縮現代性」的特徵。「壓縮現代性下」臺灣有強烈「拚經濟」的心態，如今也出現「拚教養」心態，父母努力追趕想像中的西方教養方式。尤其是進入 2010 年代，更複雜的全球化、企業彈性聘僱造成就業不確定，更激烈的人才競爭，家長們對孩子的未來更加焦慮，認為子女需要新的生存能力，才能在全球整合的產業與就業市場存活或晉升。所以家長普遍認為，除了顯性能力，例如英語能力與專業知識，還有隱性能力，包括文化包容力、對外國文化敏感、認同多元文化、溝通與合作人際關係、增加思考彈性、自信、聰明運用資訊科技。上述這些原因，使得教養成為當代父母的保安策略，特別是依靠專業知識成為中產階級的父母，企圖保障下一代的經濟安全與情緒安全，財富上永保安康，心理上擁有快樂童年（藍佩嘉，2019）。

專業中產階級父母的新興教養教本，與 1980 年代末開展的教育改革（教改）運動相承。教改是一種由下而上的運動，標榜人本主義、主張愛的教育、反體罰。這當中，美國的教養與教育理念，成為臺灣推動教育改革與教養革命的重要資源。美式教養理論進入臺灣，是文化全球化下西方觀念透過個人留學移居與教養書籍引入的文化流動過程。教改運動使得理想教養腳本經歷很大的轉變。雖然許多學者指出，當年的教改主張教科書自由化、市場化，開放實驗教育，是新自由主義式改革，忽略分配正義，教改的最大受益者是經濟上能負擔實驗教育，也有能力送孩子出國接受西式教育的家庭，而非勞動階級與貧窮家庭（何明修，2011；Lan, 2014）。但教改的影響十分全面，也影響了體制內國民教育課綱論述，例如：2014 年的《十二年國民基本教育課程綱要總綱》強調全人教育，放棄單方面知識傳授，轉變為學生為主體，主動學習各種能力（教育部，2014 年 11 月）。

藍佩嘉（2019）指出，美式的新教養觀念，首先開始影響的就是生於 1960 年代與 1970 年代前半段這一代的父母，特別是依靠專業知識成為中產階級的父母親。他們不滿自身接受過的傳統威權教養只會說教，不知傾聽表

達情感處理情緒，不滿過去父母介入孩子的成長，保護孩子不放手讓孩子自行探索，也讓孩子的學習成長延後。藍佩嘉（同上引，頁 29）指出中產階級的父母採取「規劃栽培」（concerted cultivation）的育兒方式，強調「雜食教養」（omnivore cultivation），重視五育，細心規劃協作安排各種休閒與學習活動，培養小孩的才藝、才能、意見與技巧、與西方文化資本（Shih, 2010，轉引自藍佩嘉，2014，頁 128，2019，頁 30）。這種新自由主義親職著重培養孩子的國際競爭力（藍佩嘉，2019）。親子互動上，這群專業中產階級父母的教養腳本，重視兒童的獨特性、自主性、與創造性，成人不能只是用命令的方式，與小孩溝通，必須運用講道理而非打罵命令的方式與孩子溝通，並允許小孩反駁成人的意見。這樣的教養方式讓小孩養成一種權利感，善於運用語言能力爭取自己的權利與利益，有助於進入專業白領勞動市場。這些專業中產階級父母運用各種教養資源訓練自己自我反思、監控自己的教養方式，親子關係也相對平等（藍佩嘉，2014）。相反地，勞動階級或貧窮家庭的父母僅能採取「順其自然造化」、「讓孩子自然長大」（the achievement of natural growth），或培育孩子階級流動力，重視孩子智育成績，延續自己曾受的威權教育管教孩子，也焦慮自己的教養跟不上理想腳本，而他們的孩子鮮少和大人相處，也不被教育如何挑戰權威，從而畏懼權威，對社會感到無力，容易服從配合（藍佩嘉，2014，頁 129，2019，頁 30）。更有一群中產階級父母追求「規劃自然成長」（orchestrating natural growth）的教養風格，離開都市，送孩子到實驗教育學校，尊重孩子選擇，不強迫補習，不製造競爭壓力，重新定義競爭力評價框架；這種自然成長，看似與勞動階級父母的做法相似，實則是父母精心策畫（藍佩嘉，2014，頁 118，2019，頁 152）。上述新興教養觀試圖建構的主體在外實踐西式獨立自我，但在家庭內家長與子女的關係更加西化、更加個人主義化。大人要給予小孩個人主義自由，用個人主義民主的方式溝通互動，小孩擁有個人主義教養觀給予的自由與尊重。但這不違反雙元文化認同的論點，傳統的關係中的自我也仍在：父母的各種支持是小孩發展的重要基礎，顯示其仍然具有強烈工具性家庭主義；父母仍期待孩子基於情感互惠的愛而孝順父母，只是不再是權威孝道（葉光輝，2009；轉引自藍佩嘉，2019）。

除了特意營造環境給孩子獨立自主的空間，為了讓孩子更能面向全球化世界，中產階級父母投入更多資源給孩子，或是追求更國際化的菁英教育，增加孩子接觸外國語言文化與生活方式，以培養「世界人」（cosmopolitan-

ism) 的品味秉性 (藍佩嘉, 2019, 頁 27)。² 世界主義 (cosmopolitanism) 作為一種知識份子和政治菁英要建立世界國的政治或哲學理念很早就發展, 晚近則是因為全球化下衝突獲得當代重視。全球化的政治與經濟局勢, 使某些人開始出現世界主義的特徵; 此種意識形態試圖改變社會如何認知對自己與他者的關係, 或建立全球公共 (global publics) 領域 (Delanty, 2006)。Beck & Sznaider (2006) 界定了世界主義和世界化 (cosmopolitanization) 兩個概念, 世界化指一種全球化促使全球消費與生產緊密相依的社會力量, 使人們被迫接受世界相連的種種結果, 世界化會產生一種意識, 知道自己與世界福禍相依。世界主義是指有意識建立具有強烈規範性的理想世界公民 (world citizenship)。Vertovec & Cohen (2002) 整理出世界主義常見六類使用意義: (1) 一種世界相連的社會文化狀態; (2) 一種哲學上的世界一體的觀念; (3) 一種政治計畫企圖建立跨國制度; (4) 一種政治計畫要認可世界上各種身分; (5) 一種對世界開放的傾向; (6) 一套知識能力讓一個人能悠遊其他文化與國家。

Szerszynski & Urry (2002) 試著歸納在實踐層面, 世界主義意識形態下的世界人主體應有的知識、傾向與實踐, 包括: (1) 具備物理與想像的移動力; (2) 有能力消費特定地方與環境; (3) 有好奇心去了解地方與文化, 也有能力辨識地方的歷史; (4) 有意願冒險接觸他者; (5) 有能力去了解自身地方社會與文化, 並比較其他文化; (6) 有符號技巧去詮釋他者文化; (7) 願意開放了解他者。

Weenink (2008, p. 1091) 再簡化歸納這些特徵成三種不同界定世界人的標準: (1) 世界人是個人有深刻「意識」(awareness) 了解世界緊密相依的狀況; (2) 世界人是個人有「傾向」(orientation) 以開放態度面向世界, 這類是真正的世界人; (3) 世界人是個人擁有在全球化的世界生存的「知能」(competence)。

Weenink (2008, p. 1092) 指出在世界主義的教育現場或個人實踐層次, 更好的方式是運用布迪厄 (Pierre Bourdieu, 1930 – 2002) 的資本概念, 將世界主義教育視為一種培養世界人的社會與文化資本, 他稱為「世界人資本」(cosmopolitan capital)。因為世界主義涉及個人是否願意去積極參與全球化社會的傾向, 或者是個人是否具備特定的秉性與知能; 它能提供個體競

2 本文視情況使用不同翻譯, 使用「世界主義」指涉意識形態, 使用藍佩嘉翻譯的「世界人」指涉一種地位身分或社會文化資本。

爭優勢，贏在起跑點，獲得權力，它便是一種稀有資本，不是每個人都擁有它。依據上述論點，Weenink (2008) 辨識出兩種「世界人」定義及父母教養方式，第一種是「全心投入的世界人」(dedicated cosmopolitans) 父母，其特徵是：世界是我家，其孩子不僅能說兩種以上的外語，也具備跨越國界、探索世界的意願與能力，對他者文化開放了解，願意去適應；第二種父母是「務實的世界人」(pragmatic cosmopolitans)，教育觀念同樣強調流利英語能力，但與前者的差異在於其出於工具性目的，語言是實用技能，能帶來職業或學習的競爭優勢經濟利益，而非將英語能力連結到對世界開放的態度傾向。

以 Weenink (2008) 研究為基礎，石易平 (Shih, 2019) 指出當代臺灣不同社會經濟地位家庭，各自有不同的「世界人」內涵與教養實踐：(1) 舊中產階級家庭，通常是自我雇用、擁有技能而從勞工轉小頭家，或是地主，擁有工廠等，2010 年的資料顯示大約佔 21% 人口。他們實踐「務實的世界人教養」(pragmatic cosmopolitan parenting)，教養孩子成為世界人的核心目的是工具性的，要孩子事業成功而不是思想觀念，比新中產階級家庭更重視外在的報償，教養重心在於培養具體的全球移動經驗、人脈、或國際語言等工具能力，甚至儘早移民，讓孩子能夠在世界市場裏保持競爭力；(2) 新中產階級家庭，³ 多半為專業技術人士、公司經理主管等，主要是在臺灣以新竹科學園區為基地的資訊科技製造業高速發展之後，成為中產階級，約占人口 26.74%。這些專業人士等組成家庭後，雖然也認同世界化國際化的重要性，但對於國際化的看法和舊中產階級不同，他們也培育孩子英語能力，但不認為只要有英語溝通能力就代表國際化，而是必須要有更無形的秉性或資本，所以秉持「全心投入的世界人」(dedicated cosmopolitanism)，教養孩子的價值觀或是信仰成為一個觀念開放的世界人，培養孩子客觀包容，深度了解他者與其文化。他們常帶孩子出國旅遊，提早體驗文化衝擊。值得注意的是，當廉價航空使得亞洲內的旅遊更容易，許多家庭都有出國經驗後，新中產階級家長對於國際化或開放心胸的標準已經不再僅是出國旅遊次數，而進階到文化主題的深度旅遊，例如，新中產階級家長行前做足準備，閱讀許多資料，帶著孩子前往澳門時，不是去澳門知名的賭場，而是帶著孩子去認識澳門歷史城區，及聯合國教科文組織世界遺產大三巴牌坊；(3) 勞動階級家庭深刻感受到自身拮据，認為世界人教育是有錢家庭才能享受。他們無法出國旅遊，

3 藍佩嘉 (2014, 2019) 的分析僅區分了專業中產階級與勞動階級的教養論述與實踐，而石易平 (Shih, 2019) 則區分了新舊中產階級及勞動階級的世界人教養論述。筆者認為藍佩嘉指的專業中產階級，和石易平的新中產階級，指涉同一社會群體。

也無能力讓孩子補習英語，僅能做英語流行文化的消費，在日常生活裡以消費方式，實踐「凡常的世界人」(banal cosmopolitanism)。

本章區辨臺灣舊中產階級、新中產階級、勞動階級的教養論述作為一種社會實踐，指出新中產階級的教養，特別是民主的親子互動方式、與世界人的教養內涵，成為當代臺灣主流教養腳本，下兩章探究〈小〉製作論述與文本，分析其體現這套教養腳本。

伍、《下》的教育腳本變遷與〈小〉的製作

老三臺時期就有製播兒少節目，當時多界定在教育文化（文教）節目範圍。兒少節目收視率與商業價值不高。2000 年後老三臺不再製播兒少節目。商業衛星電視兒童頻道引進國外卡通，並以幼兒為目標觀眾，製播低成本唱歌跳舞節目，忽略 12 — 18 歲的少年。因此兒少電視研究普遍認為外國節目構成了「文化殖民」，臺灣兒少也缺乏豐富的本地產製兒少節目，涵養文化理解與認同（李秀美，2016）。為了彌補商業電視的不足，公視節目部一開始就有兒少組，以自製本土兒少節目為責（唐台齡，2010），並且慢慢轉向以兒童為節目主角。曾任兒少組長的唐台齡（同上引）認為，兒少組的使命是製作跟國外兒童節目媲美的本土兒少節目，其教育哲學不只傳授認知性的訊息，而是以兒童為主體，讓兒童親身體驗，主動參與，解決問題，結合生活與經驗做中學，建立利他的社會態度，鼓勵分享與合作，同時提供觀眾批判性思考的空間。

兒少組主管強調兒少節目有自己一套理念，不是配合教育部課綱設計的教具，而是各自發展。他們長年觀摩歐美兒少影展與電視，很早就有以兒童為主角的觀念。此狀態與前述臺灣中產階級菁英教改運動直接向西方學習十分類似。《下》2001 年開播，呼應同年展開的教育部九年一貫教育課綱，培養學齡兒童具備「鄉土情、國際心」（唐台齡，2010，頁 344）。這檔知識百科節目從生活出發，讓國小兒童下課放學後回家收看，主動探索自然、文史、物產等。但是 2000 年間帶狀製播壓力，使其只能以年輕主持人替代兒童學習。暑假則播放外國節目或主持人出國錄製，拓展兒童世界觀，長年獲得教育部經費補助與歐美兒童影視獎項（同上引）。2010 年代兒少組經費縮減，需要爭取政府預算，又面臨數位媒體競爭，《下》不再以帶狀型態播出，改成各種主題系列，放大兒童的比例（受訪者 A）。〈小學生出任務〉（2016 年

播出) 將小學生分成兩組比賽, 由主持人帶隊完成任務。〈同理心大考驗〉(2017 年播出) 不用比賽方式進行, 讓兒童進入情境體驗培養同理心, 也不以智育為主, 近似前述「雜食教養」的理念 (Shih, 2010; 轉引自藍佩嘉, 2014, 頁 114)。

「小小背包客」的企劃誕生, 是兒少組注意到 2010 年代臺灣開始出現各種壯遊, 離開舒適圈, 給自己挑戰等潮流, 同時製作團隊成員本身就熱愛旅行, 國外也有類似節目, 也認為旅行是一個很好學習能力的方式, 也一直相信「小孩的能力是愈來愈進步」, 大人「只要願意放手, 他其實就有面對生活的能力」(受訪者 A) :

那時候有各式各樣壯遊的計畫, 所以我們在想說那小學生可不可以壯遊, 小學生的壯遊可能長什麼樣子, 他能不能提一些他想去幹嘛, 沒有到做很偉大的事情啦, 他只要你把五百塊交到他手上, 他能夠自己去查機場怎麼去, 下了飛機以後, 旅遊住宿怎麼訂, 有一些東西我們要幫他先周圍的地基先打好, 但是某一些範圍之內我們認為他做得到的事情就讓他去做, 該注意旅遊的時間、怎麼買票、下一站要去哪裡玩, 不可能是放空, 因為那都是生活, 我們就是覺得在生活, 在旅行當中你就可以學到很多的東西, 那都不會是學校教給你的, 而且會是你想去的, 因為你只要跟他說帶你去玩, 喔充滿熱情, 你說帶你去上課學什麼買票, 沒有興趣, 但是讓你自己決定買什麼票、去哪裡玩, 充滿了熱情, 就是我們把權力下放給孩子, 讓他知道他可以承擔責任, 他自己去負這個責 (受訪者 A)。

適逢 2010 年代中手機上網查詢地圖旅館等旅遊資訊更方便, 〈小〉的製作條件水到渠成, 「大人往後退讓孩子作主」, 記錄小孩在沒有太多大人介入下的旅行狀態, 承擔責任、做決定、展現能力, 包括外語溝通能力、查找資料、導覽世界遺產、帶領團隊、團隊合作, 及解決問題的能力。

〈小〉採取國外製作多年的旅遊實境模式, 廣發資訊徵求報名, 報名條件只有年齡介於 10 — 13 歲規定。兒少組遴選符合《下》培養具獨立探索特質的小孩, 或者是刻意挑選有些自理能力較弱, 但願意接受挑戰的小孩。面試時爸媽需在外等候, 讓製作方確認小孩是自己有動機和基本能力, 排除是父母要求報名但本身沒意願的小孩。〈小〉審慎配搭小孩組合, 讓節目具可

看性。參與的孩子不一定英文特別好，但〈小〉設定小孩自主，必須安排至少一位小孩具備英文溝通能力，但也會選擇英文不流利但有意願的小孩來參加。製作方坦白〈小〉的遴選小孩條件就是找具備基本互動能力能社交的小孩，不否認〈小〉的企劃宗旨容易遴選出中產階級家庭的小孩。再加上小孩參與錄影一定要家長同意，家長認可公視是小孩能否參加的條件，而公視的觀眾大多都是高教育的中產家庭。雖然有這點侷限，製作方盡力平衡孩子出身地域，找到不同縣市的孩子，也有其他節目服務不同家庭的親子。

節目事前安排旅遊地點，幫小孩打點基礎，小孩負責當地導遊，認識當地的自然與文化遺產。主持人只知道地點，僅能負責開車、建議或協助。節目婉拒部分爸媽願意自費跟隨旅行的請求。錄影現場，小孩是被一群製作人員圍繞，一來節目負責小孩安全，二是掌握錄影預算完成拍攝。現場小孩與所有大人之間必然有權力大小之差，但大人盡量放手。某些參加的小孩確實十分符合〈小〉的特質，甚至能超越製作單位規劃，自己找出製作單位無法預想的有趣活動。但某些小孩則是被鏡頭影響，在鏡頭前表演出〈小〉需求的特質。也有某些小孩是需要製作單位修飾才能呈現這種特質。也有遇到小孩在錄影時因為種種因素不夠配合走行程，製作方盡量鼓勵小孩照著進度走。事後依照節目宗旨及兒少保護原則剪輯，再三斟酌小孩出現在電視時形象正面。旅行時總有團體意見不一情況，第陸章將提到一例，〈小〉剪輯時對此只會點到為止。製作單位坦承特別是拍攝〈南〉時大家都在學習調適，主持人沒有經歷過小孩主導自己被動的情境，相當緊張，均不斷叮嚀小孩，也都被記錄下來。〈壯〉主持人就比較適應輕鬆，也再無出現大人與小孩的關係緊張場面（受訪者 A、B、C、G）。事實上〈小〉集數少時間短，最終呈現的內容是高度濃縮，不像商業實境節目冗長與聚焦衝突（受訪者 F）。

節目設計預算與旅遊規定，盡量讓小孩在旅遊地點做各種體驗，也設計即時任務，讓小孩獲得救援，或用比賽激勵小孩展現能力、突破極限，符合貝克和紀登斯等人所謂的個體化，但也是一種新自由主義追求個人能力的進取精神。製作人表示比賽是現今常見刺激學習動力的手段，競爭輸贏環節確實有衝突性比較吸引觀眾注意。顯示公視的兒少節目也如同主流教育，運用比賽等方法來刺激學習，也有類似商業電視追求觀眾收看的壓力，用帶著衝突性的比賽來進行即時任務，呈現輸贏兩樣情。但公視兒少組仍在與競賽背後的進取精神及競爭性個人主義意識形態協商，避免鼓勵小孩之間競爭比較，節目可以呈現競爭內容，但必須節制輸贏獎懲差距的呈現不能過大，不

能讓小孩產生敵對關係，而是共好夥伴關係，以免強化爭勝心，只要後續解散隊伍，小孩就不會把輸贏看得很重，競賽後教育小孩輸贏不代表肯定或否定自己（受訪者 A、B、C），是溫和版的新自由主義教育。

本章的製作論述分析顯示〈小〉想要打造的主體意象，符合前述第肆章新中產階級家庭的教養腳本，大人下放權力放手讓小孩自行探索學習能力，但又在小孩產生競爭關係時鼓勵不要過度競爭，接近前述「規劃自然成長」，希望培養自己自主學習，不要過度追求獲勝的新自由主義進取主體。在藍佩嘉和石易平的研究中，臺灣中產階級家庭往往以西方為參照對象，偏好帶小孩去西方體驗，或是累積西方文化資本，雖然也不排除東南亞旅行（藍佩嘉，2014，2019；Shih, 2019）。有別於上述文獻，製作人表示《下》多年來已經探索世界五大洲，沒有偏重西方文明，接近「全心投入世界人」，〈南〉受蔡英文政府新南向政策補助而南向，但公視經費拮据，即便有了補助，仍無法負擔昂貴跨洲旅行，而以廉價航空航線城市為目的地。唯一的白人社會是澳洲塔斯馬尼亞。〈壯〉選擇該地是因為當地自然，重視保育，生態豐富，而非因為當地白人文明（受訪者 A、G）。本文認為〈小〉的論述製造實踐，同時受到公視宗旨與兒少節目製作理念、臺灣新中產階級的新興教養論述、公視自身經費與節目拍攝侷限、國家的新南向政策目標之綜合協商。這些都將影響到第三層的文本形式存在的論述。

陸、新中產階級自主世界人主體

一、自主、開放的全心投入的世界人

西方常見的旅遊實境節目，如 *Amazing Race* 不斷教育參與者要爭取最快速度獲勝。〈小〉類似《花漾爺爺》或是《花兒與少年》等 2010 年代東亞旅遊實境節目，以旅行中成長、團隊關係、成員表現為觀看重點，不以競賽獲取獎金為核心主題。〈小〉沒有太過花俏的手法，主要採取紀錄片式的拍攝手法，歡樂輕鬆音效之外，多用字卡或旁白來表意，不刻意剪接營造緊張氣氛。〈小〉片頭經常出現幾個畫面呈現小小背包客，一是主持人和小孩們全速奔跑，或在鏡頭前凌空騰躍，以及手持攝影機面對鏡頭作一個 360 度自轉。再者節目選用愉快激勵的歌曲，歌詞不斷重複 “We feel young forever”（我們永遠感覺年輕）。這些影像與聲音符號都用來建構其主旨：小孩自

主旅行探索世界，獲得成長與對世界文化開放的心胸。節目中小孩的旅行移動性（tourist mobility）符合當代社會對觀光客旅行移動的想像與意涵。雖然這世上有被迫的移動，如難民與乞丐或跨國勞工，觀光客卻是現代性最出類拔萃的代表，旅行移動象徵著自由、解放，以及成為世界公民，在未知的世界面對風險（Molz, 2009）。

鏡頭裡的主角是小孩，他們帶領主持人移動、找餐廳、訂旅館、處理交通。製作單位給予預算與規定、即時任務，可獲得救援，象徵社會制度的責任與義務、限制與支持。當然旅遊本身也存在未知、危險與焦慮。孩子獲得了權力但同時也離開舒適圈、面對風險與承擔責任。節目刻意呈現小孩處理這些瑣事的許多環節，這些環節中有挫敗也有成功，克服這些焦慮是兒少成長必經過程。小孩最終完成旅程後，節目請小孩談旅行的感受。第3集〈南〉小孩談到自己獲得使用金錢付房費的權力時說：

跟家人出來絕對不會是你付房錢，當那天在會安的時候我先付房錢，其實我非常緊張，因為我從來沒有付過房錢，然後就覺得我會付房錢了，這是很新奇的感覺，就覺得很開心啊（吳建瑱【製作人】，2018，〈南〉，第3集）。

第12集〈壯〉小孩說：

我想要沒有爸爸媽媽再出去再出國啊，就會覺得這樣還蠻酷的啊，我覺得這次對我的經驗就是很大的增長，這次出來旅行就是學到很多東西，也是我很多的第一次（吳建瑱【製作人】，2019，〈壯〉，第12集）。

以上都用正面的方式放大小孩獲得自主權的開心，也刻意用小孩講的話強調小孩自己出來旅行增長很多能力。〈小〉有時會呈現小孩和家人報平安或是聽到爸媽傳來愛的叮嚀的表情，想要對照白天擔任導遊的小孩與晚上報平安之反差。這類報平安或愛的叮嚀之符號也暗指傳統關係中的自我仍在，第肆章所述工具性家庭主義所指父母的支持是小孩的力量也仍存在。

〈小〉國際旅行詳細內容列於附錄（表2），檢視每次旅行活動，小孩們除了造訪自然與文化世界遺產，也有許多與當地人互動，認識少數族裔或難民，與同齡的孩子互動，進入當地家中體驗祭典節慶或製作當地料理。換言之，鏡頭呈現小孩認識不同異文化，觀眾看到的是擁有自由，有探索世界

的意願，能在世界裡學習成長獨立的小孩，他們學著對文化開放，欣賞珍惜世界遺產，對環境友善。有時某個小孩英文不好，有其他夥伴幫忙溝通，或是比手畫腳溝通也可以體驗世界。例如第 5 集〈南〉（吳建瑱【製作人】，2018）裡一個兒少的英文不好，在科莫多村和村民互動時不斷比手畫腳來表達自己，但大家都對他的努力報以正面鼓勵。顯示〈小〉認為英語能力不是最重要的能力。

〈小〉讓小孩透過旅行學習多元能力及接受異文化，旅行型態與主題十分符合第肆章所述當代臺灣新中產階級父母教養觀念，在精心設計的教養環境中放手讓小孩自行主導，大人不介入。以聯合國指定世界遺產為目的地，教育小孩接納包容他者文化，符合前述「全心投入的世界人」教養。小孩被自我審視與攝影機審視，讓小孩自我意識到需要自我增長全球化時代所需的能力。節目企圖生產有能力、有勇氣和異文化互動的世界人主體，並以此教導觀看的兒少，既是第二現代性個體自反性實踐，也是傅柯式的自我治理。

二、民主的大人與小孩關係

〈小〉關於大人與小孩關係的論述線索集中在主持人與兒少互動。主持人小兵、湘涵、亞里原先就是在節目中扮演大哥哥大姊姊，他們有著「世界是我家」的「全心投入的世界人」的形象，不僅通英語更有對世界開放探索的熱情。主持人此次被設定是有經驗的背包客，作為兒少的旅伴，是影像裡的「大人」符號。但有別於商業歌唱實境節目的「導師」擁有許多權威，〈小〉主持人就像家長或教練一樣「放手不介入」，由兒少們負責帶領，不能作任何準備，還需要尋求與小孩建立友誼關係。即便如此，他們仍是大人，實際上不斷提點救援，也會評論小孩表現。這些設定都符合第肆章所述專業中產家庭教養腳本的主張，也是觀看的家長們投射認同的對象。

如前述，主持人在〈南〉首次面臨小孩主導，都提到自己努力調適，包容小孩在旅行中犯的錯誤。本章選擇分析第 3 集〈南〉（吳建瑱【製作人】，2018）越南篇一段大人與小孩衝突，來說明節目如何建構平等的大人與小孩關係。主持人小兵在出發時和兒少說好，彼此是生命共同體的夥伴關係，彼此平等合作信任，一起商量。但在越南城市移動時小孩們在火車上玩樂差點錯過下車點，是小兵提醒才及時下車，在當地皇宮時小孩想要餵魚不是照進度參觀，讓小兵大感頭痛。忍耐不住怒氣爆發的場面在第 3 集〈南〉越南旅

程尾端中出現。小孩與小兵發生了一次重大衝突，小兵認為一路上出了太多錯誤，他只是想要叮嚀小孩每天要準備隔日行程，但是兒少 A 覺得小兵緊迫盯人的詢問給她很大壓力，覺得小兵「講太多了」。以下是衝突的對話：

小兵：難道說我可以不管你們，然後你們要去哪裡，我不要去，或者是我要去哪裡我自己走嗎？

兒少 A：應該跟你說，你在會對我來說是，要講負擔還有壓迫。

小兵：為什麼？

（吳建瑱【製作人】，2018，〈南〉，第 3 集）

節目此時上了字卡：小孩理念陳述中。

兒少 A：我覺得，應該怎麼講，因為你畢竟還是大人，對我們來說，因為你是大人，所以我們沒有辦法跟你說心裡話，我們也沒有辦法在你面前，你給我們很拘束，然後就是你走了之後，我們就像一隻公雞在，我們就很像是一群羊，就是你在的時候，我們就被關在籠子，可是你一走，主人一不在這裡，我們會爭吵，我們會說髒話，我們會就是做一些（被中斷）。

小兵：可以啊！

兒少 A：可是跟你在一起就不可能做這種事。

小兵：為什麼？

兒少 A：因為你現在是大人，你是大人，所以我們每天晚上都想支開你（吳建瑱【製作人】，2018，〈南〉，第 3 集）。

當兒少 A 說出兩次你是大人時，節目搭配當前綜藝節目常出現的重捶音效，強調小孩的表述打擊了大人，此時鏡頭切到小兵一臉沮喪，並用特效畫了小兵烏雲罩頂。鏡頭緊接著切到小兵事後受訪反應，節目此時上了一個字卡：唯一大人代表陳述中。

小兵（嘆口氣）：我沒想到他們那麼怕我或是怕大人，好啦，有一點點失望，但是我的失望，說實在，我並沒有在怪罪他們，而是那個失望是來自於我竟然，或者是我自詡為孩子王，我居然沒有辦法讓他們覺得跟我可以打成一片（吳建瑱【製作人】，2018，〈南〉，第 3 集）。

衝突結束後節目此時打上了一個字卡：「這一晚似乎有點沉重」，並用旁白說出：「看似大人與小孩間的衝突，其實是每個小團隊都會發生的摩擦」（吳建瑱【製作人】，2018，〈南〉，第 3 集）。當節目呈現了所有人對這場爭執的感想後，大夥重新恢復討論明天行程。此時節目在畫面上呈現字卡：

字卡 1：因為熟悉才會衝突，因為在意所以哭泣，說出真心話有點疲累，卻是我們成長的養分。

字卡 2：慢慢找回合作的默契。

字卡 3：笑一笑我們還是一個團隊。

字卡 4：還是想一起圓滿旅行（吳建瑱【製作人】，2018，〈南〉，第 3 集）。

這些字卡詮釋上一場衝突都是真心話，雖然有衝突，但對成長有幫助，吵完之後要重新凝聚。整場衝突包含所有人回應大約 3 分鐘。影片能好好交代這場衝突的篇幅很少。本文認為小兵在旅程中，遇到了實踐放手，讓小孩決定後失去原有角色的困難與焦慮煩躁；他不斷詢問小孩、或給予暗示，到最後生氣將不滿宣洩出來。節目沒有美化小孩真的都如大人期待一樣的順利融入大人的秩序，小孩直指大人與小孩的權力關係，不只是乖乖地聽訓，也能讓人意識到大人與小孩之間不對等的關係。小孩在節目中被允許可以表達觀點，意味著小孩的權利被尊重，這種觀念是第肆章所述新中產階級的教養腳本。第 3 集〈南〉（吳建瑱【製作人】，2018）小兵受訪時表達自己的驚訝：自以為是孩子王，沒想到仍被小孩認知是大人，而且彼此之間的差異在小孩看來是那麼大，沒有交代他如何調適。此刻的他類似藍佩嘉（2014）引用紀登斯說的「反思性監控」（reflexive monitoring）的狀態，藍佩嘉說，臺灣新中產階級的父母親，不想要實踐上一輩的威權教育，給予孩子自主權力，但仍然會失控，需要不斷自我檢討是否又複製了威權教育。我認為節目呼應了民主教養理念，記錄到了大人與小孩之間的權力不對等，與大人的焦慮。但節目試圖將剛發生的衝突緩和，甚至企圖否認剛才的衝突是大人與小孩之間的，「看似大人與小孩間的衝突，其實是每個小團隊都會發生的摩擦」（吳建瑱【製作人】，2018，〈南〉，第 3 集）。此段緩頰過於簡化牽強，但顯然節目不想過度聚焦，只是點到為止，以免讓觀眾過度批評。關於大人與小孩之間的權力差距，節目留給觀眾去詮釋，也許某些觀眾看到了大人與小孩在實踐民主教養過程當中遭遇的情況，產生共鳴，提供一個批判反省的空間。節目

運用所有素材，將焦點拉回大人與小孩被設定的平等夥伴關係，夥伴之間的爭執是團體旅行裡常見的摩擦，所有人都應在團體爭執後仍能重新凝聚成夥伴，此設定符合公視與其背後之公民社會理性溝通理念。

三、團結、學習失敗、不強調爭勝的新自由主義進取主體

前兩節分析指出〈小〉建構全心投入的世界人主體與代間民主。本節將用〈小〉如何呈現小孩競爭心來說明〈小〉如何協商新自由主義進取爭勝心。如前所述，〈小〉節目主題是在旅行中成長，近似第肆章所述實驗教育不強調競爭。〈小〉依照地點分配小孩擔任導遊，原意是平衡每個小孩的篇幅，但又須挑選不同特質團員以具現社會縮影，重點本不是商業節目常見的競爭與比較。然而，競爭關係仍然不斷暗暗出現在參與者對自己表現的優劣評價，和其他同伴的比較。每位小導遊都希望自己表現不要太差，無形之中互相比較能力。每一個旅行單元都出現能力比較弱的兒少坦言壓力不小，也有小孩卸下重責後，表示自己可以放鬆了。

這些團體中小孩介意同儕之間表現與比賽輸贏，是新自由主義進取主體的展現，也是第肆章「規劃栽培」的教養腳本建構的主體，往往在商業電視被放大，但如第伍章所述〈小〉卻得盡量淡化、協商。〈小〉節制避免傷害，用平衡的手法強調每個小孩都各有特色優缺，希望團員能互相幫助分攤任務，懂得求助。第8集〈南〉（吳建瑱【製作人】，2018）主持人也教育小孩學習要求別人幫助自己。小孩要學習能夠適時尋求協助，不是所有工作攬在自己身上，符合貝克和紀登斯所說的在現代社會裡形成新的社會互助關係，學習在第二現代性後傳統社會裡個體化與自助。

這類公視兒少教育節目理念和新自由主義進取心的協商，最明顯的是第2集〈壯〉（吳建瑱【製作人】，2019）尼泊爾篇的一場即時任務競賽。製作單位將主持人與三位兒少分成AB兩組，在時限內找到製作單位指定的三座建築並合照，並宣布勝利組可以入住聯合國出資修建的尼瓦爾百年古蹟的豪華旅館，享用尼瓦爾大餐。製作人又嚇兩隊，輸家住比昨天住的背包客棧更差一點。兩個女生組成的B組因為不會使用昨天的背包客棧的淋浴設備無法洗澡，很怕住回去，被激發出強烈求勝心，其中一位積極的模樣與清晨練跑疲弱狀態判若兩人。結果主持人帶領的A組勝利，B組落敗。擔任B組隊長的女生「行前有做很多功課.....沒有贏就覺得很失望」（吳建瑱【製作人】，

2019，〈壯〉，第 2 集），第一時間無法接受失敗，難過落淚。

此場景記錄到小孩較高的物質需求，以及小孩的自我高期待與爭勝心。製作人表示當時只是想激發小孩的能力，沒想到小孩的反應如此強烈，非他們原先預期（受訪者 B）。觀眾看到節目以許多字卡來提供建議，首先勸小孩：「學習面對失敗是人生必經過程」。同時搭配主持人評論小孩求表現與好勝心：

她的個性是一個會想要有先準備好的人，一個想要先準備好的人就是她想要贏，她本來就覺得她要贏，所以當她落敗了她的那個失落，她的反差會更大（吳建瑱【製作人】，2019，〈壯〉，第 2 集）。

節目接著呈現夥伴的安慰。獲勝的另一個兒少受訪時表示了自己當下的尷尬「其實對這件事我的感情是有點複雜的，……，我就心裡一片混亂」。當他發言時，節目同時用字卡捕捉他的心情：「開心是對的嗎？」（吳建瑱【製作人】，2019，〈壯〉，第 2 集）。到此時間點，節目的音樂寧靜祥和帶點哀傷，試圖讓觀眾認同 B 組隊長女生的失望。但隨即音樂換成昂揚充滿希望的曲子，來搭配同組夥伴的努力打氣沖淡她的失落：「我覺得過程才是重點，結果怎樣不重要」。主角兒少對此表示：此時的同伴是這幾天以來最可靠的時候。當自己難過的時候，她想了很多辦法來安慰自己。同時，勝利組的兒少也安慰她說自己只是運氣比較好。主角努力打起精神點頭微笑接受安慰。節目旁白道出：「一場競賽凝聚了小背包客的心」，同時配上字卡：「不論輸贏還是一起旅行的夥伴」（同上引）。搭配主持人評論：

後來他們三個聚在一起互相的安慰打氣，我覺得他們三個人今天下午的狀況比這兩天都來得好（吳建瑱【製作人】，2019，〈壯〉，第 2 集）。

目的許多字卡與旁白有些捕捉小孩當下的狀態，更多是製作單位想要強調小孩重視彼此情誼甚過輸贏。節目的表意著重於：（1）呈現落敗的小孩自我反思為什麼想贏，主持人理性分析小孩為何無法接受失敗，教育兒少需要學習面對人生的挫折，接受自己不可能永遠勝利；（2）凸顯勝方思考自己的勝利是另一個人的失去，同理失敗者的心情；（3）小孩學習到過程與同伴加油安慰等無形收穫，比物質收穫同樣有價值，應體會過程而不是只在意輸贏結果。

我認為這場面出現了公視和新自由主義進取兒少主體性的協商。這些字卡，並沒有否定新自由主義的個人進取心，只是安排反思。節目以勸說方式，試圖教育能接受失敗，勝者同理輸家，以及重視夥伴支持等無形收穫的主體。而這場比賽也只發生在旅程前段，最終 3 個小孩登頂成功，形成緊密連結。

接下來第 2 集（壯）（吳建瑱【製作人】，2019）大隊前往尼瓦爾百年古蹟高級旅館，兒少們就和許多觀光客一樣參觀旅館房間與浴室，小孩的物質慾又再次被鏡頭放大，此時主持人問獲勝的 A 組兒少是否要和同伴一起住背包客棧，還是要和他享受古蹟旅館與大餐，兒少為難地說一邊是友誼，一邊是想要的，最後還是靦腆表示旅館比較好，於是主持人以誇張姿態送客兩個女生。此時女生受訪表示：如果讓她淪落到再回去原本的那種住宿，她真的是無法接受。最後兩個女生發現製作單位安排的住宿比昨晚的房間提升很多，鬆了一口氣，心情好轉。此段落記錄到小孩習慣現代文明的生活便利，想洗澡的物質需要。小孩對物質需求程度高過製作單位的預期，類似藍佩嘉（2019，頁 186-188）提到的「規劃自然成長的弔詭」。藍佩嘉原來是指涉力行田園式教養的家長，小心翼翼為孩子打造自然成長的環境，力求體制外的教養環境，但孩子們仍嚮往商業消費世界。我在此引用指涉公視兒少節目認真規畫實境節目，希望孩子能夠磨練自己到尼泊爾吃苦體驗背包客旅行，但卻發現小孩仍然有很高的物質需求。節目沒有針對此進一步細究，但也不斥責，僅以不同意的態度表示昨天他們住的背包客棧「其實也沒有多糟」（吳建瑱【製作人】，2019，（壯），第 2 集）回應。

回到本研究回答的理論問題，公共電視如何和新自由主義進取主體對話的問題上，當公視兒少節目不再只是單方面教育觀眾理想主體，翻轉為實境紀錄，讓海選來的小孩成為主角，自行反思理想主體來達到其教育目的，也必然面臨如何和這些充滿新自由主義競爭進取價值與現代文明物質需求的兒少主體協商。我認為〈小〉沒有刻意美化兒少為公視想要的、政治正確的兒少主體，而是以記錄並對話的方式進行。原因一是節目實境化後已然不再給予明確權威訓示，偏好用對話來提供建議與反思，二是受到臺灣教養觀念轉變影響下，兒少節目就宛如懷抱著新中產教養腳本的家長，只能論理表達自己的意見，讓小孩自己反思，不能再以責備的方式教育小孩。〈小〉是否說服了影像裡或觀看節目的兒少，還是兩者仍是平行，節目沒有提供權威答案，留給觀眾反思。這也符合了 Lunt（2009）所言，公共服務實境電視，其公共價值不在於給予共識與知識，而在於讓集體關注、反思這些關於個體自我

轉變的實驗。

柒、結論

本文探究臺灣公視的兒少旅遊實境節目〈小〉的主體論述，檢視其和亞洲生活風格及實境電視有何差異，以和亞洲生活風格與實境電視研究對話。本文運用批判論述分析，援引教養社會學區辨臺灣舊中產階級、新中產階級、勞動階級的教養論述作為一種社會實踐，指出新中產階級的教養，特別是民主的親子互動方式、與世界人的教養內涵，成為臺灣主流教養腳本。本文接著分析〈小〉製作論述、〈小〉的小小背包客形象作為以文本型態存在的論述，論證〈小〉是臺灣教養意識形態爭霸的其中一部份，體現了 2000 年代後逐漸成為主流的新中產階級更加西化的教養腳本。

《下》採取實境化拍攝後變成以小孩為主體，其教育論述比以往教育節目之型態較不具權威，不再由上而下讓專家提供教育。〈小〉的個體轉變代表成長，有別於成人實境節目裡的改造。〈小〉混雜了旅行與教養的主題，小孩在旅行中擁抱世界遺產與異文化，學到生活各種能力。其試圖建構的理想主體符合新中產階級的民主教育觀念，大人應放手，小孩獲得大人給予的空間獨立自主；不僅意在教育兒少，也有對大人該如何教養的描述，因此亦同時建構大人主體。〈小〉想創造的小孩主體，類似黃淑鈴 (Huang, 2022) 研究臺灣《天下雜誌》專欄《換日線》裡的青年臺灣人主體，不僅有全心投入的世界人資本，又有地理移動力，同時也擁有權力挑戰大人。〈小〉的小孩自主的主體論述顯然有別先前臺灣商業歌唱選秀節目建構尊重傳統的新自由主義進取主體，或者是 2010 年代後期習近平時代的中國實境節目推崇傳統儒家長幼倫理。〈小〉和臺灣新中產階級的新興教養觀念，比前述個案傳統成分更少，更加偏向西方教養腳本，更強調個人主義教養與身分，但這種更西化的教養觀其實建立在家長的工具性家庭主義支持。〈小〉規劃小孩在旅程主導，不強調競爭，接近第肆章所述新中產階級規畫自然成長的教養腳本，也體現公共服務電視作為公民社會等社會實踐，特別明顯在其節制新自由主義主體的競爭意識。小孩在旅程中學習各種能力，主導旅費與消費，符合貝克和紀登斯等人所謂的個體化，但也是一種新自由主義追求個人能力的進取精神，而這也是臺灣國民教育新課綱精神。團體旅遊實境節目容易出現競爭比較心，和其他生活風格節目不同。〈小〉雖然有別商業選秀節目，不

以競賽為主題，但也如主流教育用比賽來刺激小孩學習動機，只是仍有意識協商、節制過度的競爭性個人主義，是一種溫和版的新自由主義教育。面對當代兒少深受新自由主義影響的競爭心與比較表現的狀態，公視教育《小》的兒少主體，要面對失敗，以及重視團體合作多於競爭，形成互助關係。

〈小〉的新中產階級教養腳本與全心投入世界人論述十分明顯。如同石易平與藍佩嘉所言，跨國旅遊對於臺灣中上階級的家庭是本身就在執行的教養策略（藍佩嘉，2014；Shih, 2019），對於較普通的中產階級或是勞動階級的小孩，〈小〉的小小背包客意象是渴望，提供了這樣一個窗口讓他們可以窺見新中產階級下一代的模樣作為理想的認同，協助其建構主體性。

本文篇幅有限，只能分析〈小〉的論述建構，至於是否確實建構了這樣的主體，觀眾的反應如何，公視是否有影響力和新自由主義對話，還需研究者持續觀察。從製作單位手上的收視情況來看，〈南〉2018年首播時越南篇第二集是當日公視所有節目第一名，這是兒少節目少有的佳績。新媒體 YouTube 的播放點閱率在公視體系的兒少節目中表現相對突出。收視反應不錯也反映在後續報名意願。第一季報名人數不到 100 人，第三季的時候報名人數超過 300 人，顯示前兩季出國旅行單元獲得了不少觀眾認同（受訪者 B）。節目播出後獲得不少肯定。本研究主要分析的國際旅遊單元〈南〉、〈壯〉均獲得臺灣媒體觀察教育基金會頒發的兒少節目相關獎項。但這是否表示〈小〉的教養觀已經全面成為臺灣家庭的教養腳本，還需後續研究深入討論。

參考書目

- 公共電視策略研發部 (2007)。《追求共好：新世紀全球公共廣電服務》。財團法人公共電視文化事業基金會。
- 李秀美 (2016)。〈臺灣兒少電視的回顧、現況與反思〉，《傳播、文化與政治》，3，1-29。https://www.airitilibrary.com/Article/Detail?DocID=P20150616002-201606-201606230016-201606230016-1-29
- 何明修 (2011)。〈教育改革運動的政策回應：解釋人本主義到新自由主義的轉折〉，何明修、林秀幸編《社會運動的年代：晚近二十年來的臺灣行動主義》，頁 171-211。群學。
- 何明修、林秀幸編 (2011)。《社會運動的年代：晚近二十年來的臺灣行動主義》。群學。
- 吳建瑱 (製作人) (2018)。〈南向世界遺產〉【電視節目】，《下課花路米》。公共電視。
- 吳建瑱 (製作人) (2019)。〈壯遊闖天下〉【電視節目】，《下課花路米》。公共電視。
- 唐台齡 (2010)。《臺灣電視兒童節目半世紀之路：1962 — 2009》。巨流。
- 徐福德、胡元輝 (2016)。〈我國公視節目規劃策略之探討〉，《傳播、文化與政治》，4，143-197。https://www.airitilibrary.com/Article/Detail?DocID=P20150616002-201612-201612210007-201612210007-143-197
- 教育部 (2014 年 11 月)。〈十二年國民基本教育課程綱要總綱〉，《國民中小學課程與教學資源整合平臺》。教育部。https://cirn.moe.edu.tw/Upload/file/947/67019.pdf
- 馮建三 (2006)。〈臺灣公共電視的建構與擴大，1990-2006：學院知識分子、社會遊說與政治威權的角色與互動〉，《傳播與社會學刊》，1，47-67。https://doi.org/ 10.30180/CS.200601_(1).0004
- 謝豫琦 (2006)。《真人實境節目的閱聽人解讀策略：以日本節目《戀愛巴士》的臺灣閱聽人為例》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 簡妙如 (2008)。〈全球化的「更真實」狂熱：真人實境節目的心理技術〉，《新聞學研究》，94，1-60。https://doi.org/10.30386/MCR.200801_(94).0001
- 藍佩嘉 (2014)。〈做父母、做階級：親職敘事、教養實作與階級不平等〉，《臺灣社會學》，27，97-140。https://doi.org/10.6676/TS.2014.27.97

藍佩嘉 (2019)。《拚教養：全球化、親職焦慮與不平等童年》。春山。

顧忠華 (2003)。〈社會運動的「機構化」：兼論非營利組織在公民社會中的角色〉，張茂桂、鄭永年編《兩岸社會運動分析》，頁 1-28。新自然主義。

Andrejevic, M. (2004). *Reality TV: The work of being watched*. Rowman & Littlefield.

Beck, U., & Beck-Gernsheim, E. (2002). *Individualization: Institutionalized individualism and its social and political consequences*. Sage.

Beck, U., & Sznaider, N. (2006). Unpacking cosmopolitanism for the social sciences: A research agenda. *The British Journal of Sociology*, 57(1), 1-23. <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2006.00091.x>

Biltereyst, D. (2004a). Public service broadcasting, popular entertainment and the construction of trust. *European Journal of Cultural Studies*, 7(3), 341-362. <https://doi.org/10.1177/1367549404044787>

Biltereyst, D. (2004b). Reality TV, troublesome pictures and panics: Reappraising the public controversy around reality TV in Europe. In S. Holmes & D. Jermyn (Eds.), *Understanding reality television* (pp. 91-110). Routledge.

Blitvich, P. G.-C., & Lorenzo-Dus, N. (2013). Reality television: A discourse-analytical perspective. In N. Lorenzo-Dus & P. G.-C. Blitvich (Eds.), *Real talk: Reality television and discourse analysis in action* (pp. 9-23). Palgrave Macmillan.

Blommaert, J. (2005). *Discourse: A critical introduction*. Cambridge University Press.

Chang, K.-S. (2010). The second modern condition? Compressed modernity as internalized reflexive cosmopolitanization. *The British Journal of Sociology*, 61(3), 444-464. <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2010.01321.x>

Chang, K.-S., & Song, M.-Y. (2010). The stranded individualizer under compressed modernity: South Korean women in individualization without individualism. *The British Journal of Sociology*, 61(3), 539-564. <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2010.01325.x>

Corner, J. (2002). Performing the real: Documentary diversions. *Television & New Media*, 3(3), 255-269. <https://doi.org/10.1177/152747640200300302>

- Delanty, G. (2006). The cosmopolitan imagination: Critical cosmopolitanism and social theory. *The British Journal of Sociology*, 57(1), 25-47. <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2006.00092.x>
- Fairclough, N. (1989). *Language and power*. Longman.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Polity.
- Foucault, M. (1991). Governmentality. In G. Burchell, C. Gordon, & P. Miller (Eds). *The Foucault effect: Studies in governmentality* (pp. 87-104). The University of Chicago Press.
- Foucault, M. (1997). *Ethics: Subjectivity and truth*. The New Press.
- Foucault, M. (2000). *Power*. The New Press.
- Friedman, J. (2002). Introduction. In J. Friedman (Ed.), *Reality squared: Televisual discourse on the real* (pp. 1-22). Rutgers University Press.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Polity.
- Habermas, J. (1996). *Between facts and norms: Contributions to a discourse theory of law and democracy*. Polity.
- Hill, A. (2002). Big Brother: The real audience. *Television & New Media*, 3(3), 323-340. <https://doi.org/10.1177/152747640200300307>
- Hill, A. (2005). *Reality TV: Audiences and popular factual television*. Routledge.
- Ho, W. S. (2022). Chinese Supermom: Re-domesticating women in reality TV shows. *Feminist Media Studies*, 22(7), 1801-1816. <https://doi.org/10.1080/14680777.2021.1913433>
- Huang, S. -L. (2022). Be true to yourself: Transnational mobility, identity, and the construction of a mobile self by Taiwanese young adults. *Mobilities*, 17(3), 333-348. <https://doi.org/10.1080/17450101.2021.1946920>
- Janks, H. (1997). Critical discourse analysis as a research tool. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 18(3), 329-342. <https://doi.org/10.1080/0159630970180302>
- Jian, M. (2013). Negotiating paternalism and the enterprising self in Taiwanese talent shows. *Media International Australia*, 147(1), 122-133. <https://doi.org/10.1177/1329878X1314700113>
- Jiang, X. (2019). Parenting practices and gender roles in the modern Chinese

- family: Interculturalism in *Where Are We Going, Dad? Television & New Media*, 20(5), 460-475. <https://doi.org/10.1177/1527476418777729>
- Lan, P.-C. (2014). Compressed modernity and glocal entanglement: The contested transformation of parenting discourses in postwar Taiwan. *Current Sociology*, 62(4), 531-549. <https://doi.org/10.1177/0011392114524509>
- Lee, H.-K., & Zhang, X. (2021). The Korean Wave as a source of implicit cultural policy: Making of a neoliberal subjectivity in a Korean style. *International Journal of Cultural Studies*, 24(3), 521-537. <https://doi.org/10.1177/1367877920961108>
- Lewis, T. (2008). *Smart living: Lifestyle media and popular expertise*. Peter Lang.
- Lewis, T., & Martin, F. (2010). Learning modernity: Lifestyle advice television in Australia, Taiwan and Singapore. *Asian Journal of Communication*, 20(3), 318-336. <https://doi.org/10.1080/01292981003802192>
- Lewis, T., Martin, F., & Sun, W. (2012). Lifestyling Asia? Shaping modernity and selfhood on life-advice programming. *International Journal of Cultural Studies*, 15(6), 537-566. <https://doi.org/10.1177/1367877912451693>
- Lewis, T., Martin, F., & Sun, W. (2016). *Telemodernities: Television and transforming lives in Asia*. Duke University Press.
- Lu, L., & Yang, K.-S. (2006). Emergence and composition of the traditional - modern bicultural self of people in contemporary Taiwanese societies. *Asian Journal of Social Psychology*, 9(3), 167-175. <https://doi.org/10.1111/j.1467-839X.2006.00195.x>
- Lunt, P. (2008). *Little Angels: The mediation of parenting*. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 22(4), 537-546. <https://doi.org/10.1080/10304310802190020>
- Lunt, P. (2009). Television, public participation, and public service: From value consensus to the politics of identity. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 625(1), 128-138. <https://doi.org/10.1177/0002716209338457>
- Lunt, P. (2014). Reality television, public service, and public life: A critical theory perspective. In L. Ouellette (Ed.), *A companion to reality television* (pp. 501-515). Wiley Blackwell.

- Lunt, P., & Lewis, T. (2008). Oprah.com: Lifestyle expertise and the politics of recognition. *Women & Performance: A Journal of Feminist Theory*, 18(1), 9-24. <https://doi.org/10.1080/07407700801902775>
- Luo, W., & Sun, Z. (2015). Are you the one? China's TV dating shows and the *Sheng Nü*'s predicament. *Feminist media studies*, 15(2), 239-256. <https://doi.org/10.1080/14680777.2014.913648>
- Martin, F., & Lewis, T. (2016). Lifestyle media in Asia: Consumption, aspiration and identity. In F. Martin & T. Lewis (Eds.), *Lifestyle media in Asia: Consumption, aspiration and identity* (pp. 13-31). Routledge.
- Miller, T. (2007). *Cultural citizenship: Cosmopolitanism, consumerism and television in a neoliberal age*. Temple University Press.
- Molz, J. G. (2009). Representing pace in tourism mobilities: Staycations, slow travel and *The Amazing Race*. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 7(4), 270-286. <https://doi.org/10.1080/14766820903464242>
- Ouellette, L. (2002). *Viewers like you? How public TV failed the people*. Columbia University Press.
- Ouellette, L. (2009). "Take responsibility for yourself": *Judge Judy* and the neoliberal citizen. In S. Murray & L. Ouellette (Eds.), *Reality TV: Remaking television culture* (2nd ed.)(pp. 223-242). New York University Press.
- Ouellette, L. (2010). Reality TV gives back: On the civic functions of reality entertainment. *Journal of Popular Film and Television*, 38(2), 66-71. <https://doi.org/10.1080/01956051.2010.483347>
- Ouellette, L., & Hay, J. (2008). *Better living through reality TV: Television and post-welfare citizenship*. Blackwell.
- Palmer, G. (2003). *Displine and liberty: Television and governance*. Manchester University Press.
- Palmer, G. (2004). 'The new you': Class and transformation in lifestyle television. In S. Holmes & D. Jermyn (Eds.), *Understanding reality television* (pp. 173-190). Routledge.
- Rose, N. (1999). *Powers of freedom: Reframing political thought*. Cambridge University Press.

- Shih, Y.-P. (2019). Social class and cosmopolitan parenting in Taiwanese families. *Journal of Family Issues*, 40(14), 1963-1988. <https://doi.org/10.1177/0192513X19863210>
- Song, L. (2020). Re-inventing Confucian subjects: Politics of subject-making in *Chinese dating with the parents*. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 34(5), 665-677. <https://doi.org/10.1080/10304312.2020.1812216>
- Szerszynski, B., & Urry, J. (2002). Cultures of Cosmopolitanism. *The Sociological Review*, 50(4), 461-481. <https://doi.org/10.1111/1467-954X.00394>
- Turner, G. (2010). *Ordinary people and the media: The demotic turn*. Sage.
- van Leeuwen, T. (2005). *Introducing social semiotics*. Routledge.
- van Leeuwen, T. (2008). *Discourse and practice: New tools for critical discourse analysis*. Oxford University Press.
- van Leeuwen, T., & Wodak, R. (1999). Legitimizing immigration control: A discourse-historical analysis. *Discourse Studies*, 1(1), 83-118. <https://doi.org/10.1177/1461445699001001005>
- Vertovec, S., & Cohen, R. (2002). Introduction: Conceiving cosmopolitanism. In S. Vertovec & R. Cohen (Eds.), *Conceiving cosmopolitanism: Theory, context, and practice* (pp. 1-22). Oxford University Press.
- Weber, B. R. (2009). *Makeover TV: Selfhood, citizenship and celebrity*. Duke University Press.
- Weenink, D. (2008). Cosmopolitanism as a form of capital: Parents preparing their children for a globalizing world. *Sociology*, 42(6), 1089-1106. <https://doi.org/10.1177/0038038508096935>
- Wei, T., & Martin, F. (2015). Pedagogies of food and ethical personhood: TV cooking shows in postwar Taiwan. *Asian Journal of Communication*, 25(6), 636-651. <https://doi.org/10.1080/01292986.2015.1007333>

本文引用格式

賴以瑄 (2024)。〈新中產階級自主世界人：臺灣公共電視兒少實境旅遊節目的主體論述〉，《傳播研究與實踐》，14 (2)，71-108。 <https://dx.doi.org/10.53106/222114112024071402003>

- Lai, J. Y. H. (2024). The making of new Middle-Class, independent, cosmopolitan subjects in Taiwan's public service children's travel TV. *Journal of Communication Research and Practice*, 14(2), 71-108. <https://dx.doi.org/10.53106/222114112024071402003> [Text in Chinese]

附錄

表 1：〈小〉國外旅遊單元

名稱	地點	天數	集序 (25 分鐘／集)
南向世界遺產	越南	7	1-3
	印尼	7	4-6
	馬來西亞	7	7-8
壯遊闖天下 (國外篇)	尼泊爾	9	1-4
	泰國	8	5-8
	澳洲塔斯馬尼亞	8	9-12

註：作者自行整理。

表 2：〈南〉與〈壯〉國外單元各集內容

地點	各集內容
越南	1. 抵達會安，與當地人合照，河邊釣魚和當地人互動，參觀古宅，逛夜市與市場，手做小燈籠； 2. 參觀並導覽順化歷史建築（皇城與皇陵），體驗洗頭，吃鴨仔蛋，吃宮廷宴，自己製作越南河粉； 3. 參觀越南戰爭博物館，抵達河海，為了行程發生爭執，隔日與其他國家遊客同船參觀峰芽格邦國家公園。
印尼	1. 抵達峇里島，體驗印尼手工藝蠟染，前往德哥拉朗梯田，種田與撿垃圾，與當地農夫互動，前往農夫家庭體驗重要節日庫寧甘日； 2. 前往科莫多島，參觀科莫多龍國家公園，與島上村民互動，拜訪村民家庭，在粉紅沙灘浮潛； 3. 前往日惹，乘坐當地公車前往旅館，認識當地皮影戲，探訪普蘭巴南神廟群。
馬來西亞	1. 抵達馬六甲在娘惹旅館打工換宿，認識娘惹文化，製作娘惹糕，參觀紅屋廣場、聖保羅教堂遺址與清真寺，在雞場街夜市吃當地飲食，拜訪馬來人家體驗當地家庭生活，到錫克教廟吃早餐； 2. 前往砂拉越認識原住民比達友族，前往姆魯國家公園。
尼泊爾	1. 抵達加德滿都，體驗坐當地嘟嘟車前往博達拿大佛塔，逛阿山市集； 2. 參觀帕斯帕提納神廟火葬場、帕坦杜兒巴廣場與王宮廣場，參拜庫瑪莉活女神廟，入住尼瓦爾百年古蹟旅館，體驗尼瓦爾傳統菜； 3. 前往波卡拉，探訪費娃胡、巴拉喜廟、山岳博物館，前往塔什帕克爾藏族村與藏民互動； 4. 普恩山攻頂，與山中小學生互動，製作當地餅食與手抓飯。
泰國	1. 小孩自行搭機抵達曼谷青年旅社，遊覽昭披耶河，參觀大皇宮、臥佛寺、象神廟； 2. 在曼谷查找地圖入住當地人家，用泰語在市集購物，做泰國菜； 3. 坐火車去大城，參觀阿育陀耶王朝首都； 4. 前往清邁拜訪大象庇護站，製作大象食物，為大象洗澡，為大象醫院彩繪募款。
澳洲 塔斯馬尼亞	1. 抵達荷柏特，參觀海事博物館，前往農場打工換宿，認識高地牛、羊駝、袋鼠、袋熊、袋獾； 2. 前往瑪利亞島露營，響應世界地球日，在彩虹峭壁拍攝影片呼籲關燈一小時； 3. 前往朗賽斯頓，體驗當地農夫市集與觀光景點，體驗沙發衝浪，與當地沙發主全家交流； 4. 認識謝菲爾德壁畫，搖籃山健行但未成功登頂，體驗玉米田迷宮。

註：作者自行整理。

表 3：《下》製作人員訪談名單

受訪者	時間
A	2022 年 10 月 14 日
B	2022 年 10 月 14 日 2023 年 8 月 23 日
C	2022 年 10 月 14 日
D	2023 年 2 月 14 日
E	2023 年 2 月 23 日
F	2023 年 3 月 15 日
G	2023 年 3 月 31 日

The Making of New Middle-Class, Independent, Cosmopolitan Subjects in Taiwan's Public Service Children's Travel TV

LAI, Jocelyn Yi-Hsuan^{*}

Assistant Professor, Department of Communication Arts, Fu Jen Catholic University

Abstract

This article examines the discourses of subject-making in Taiwan's Public TV Service (PTS) via a critical discourse analysis of images of child tourists who travel internationally as tour guides in *Little Backpackers* (小小背包客系列, PTS, 2018-2021), a reality-based travel series in PTS's children's TV Show *Follow Me Go!* (下課花路米, PTS, 2001-2021). The article approaches the images of the traveling children as a discursive construction of contemporary Taiwanese children's subjects articulating the parenting and educating ideology of the PTS and Taiwan's new middle-class families in the era of neoliberal globalization. The little tourists' mobility functions to create more individualized, individualistic, and independent subjectivities. They learn skills when traveling and practice dedicated cosmopolitanism. In contrast to commercial reality TV shows in the 2010s' China and 2000s' Taiwan that emphasize traditional paternalism and neoliberal enterprising self, the *Little Backpackers* promotes more Westernized democratic relations between adults and children, while downplaying competitive individualism.

Keywords: public service television, cosmopolitanism, children's television,
individualization, reality-based lifestyle television

* E-mail: yihlai@gmail.com

Received: 2023.09.01; Accepted: 2024.01.13