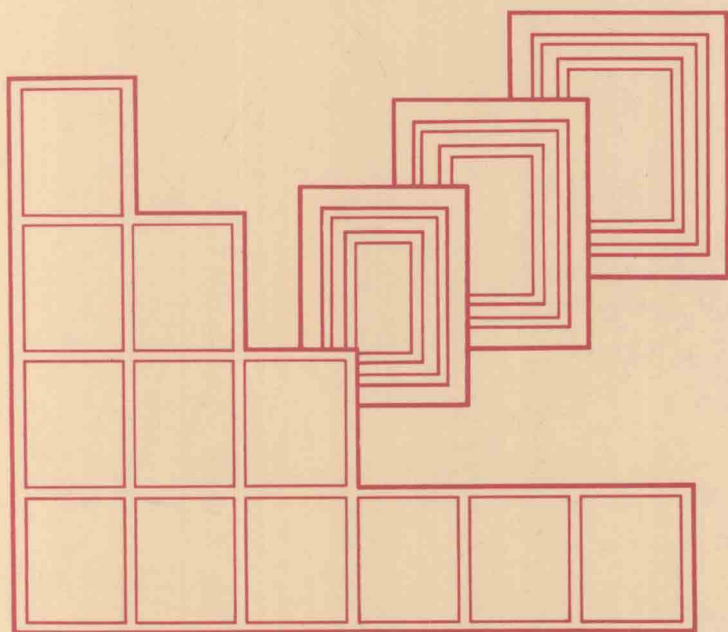


師苑社會科學叢書 13

大眾傳播理論

林東泰 著 增訂二版



本書榮獲曾虛白先生基金會新聞傳播學術獎

師 大 書 苑 發 行

大眾傳播理論

林東泰 著

師大書苑有限公司發行

大眾傳播理論 / 林東泰著, -- 修訂二版, --
臺北市：師大書苑, 2002 [民 91]
面；公分, -- (師苑社會科學叢書：13)
含索引
ISBN 957-496-303-9 (平裝)

1. 大眾傳播 --論文，講詞等

541.83

91019688

大眾傳播理論

著 者：林東泰

發行人：白文正

出版・發行：師大書苑有限公司

台北市和平東路一段 147 號 11 樓之 2

電話：(02)23973030・(02)23979969

(02)23979899

傳真：(02)23975050

電子郵件：shtabook@ms38.hinet.net

網址：http://www.shtabook.com.tw

經銷處：師苑（圖書出版部）

台北市和平東路一段 129 之 1 號

（師大綜合大樓一樓）

電話：(02)2392-7111・(02)2397-3389

(02)2392-9688

傳真：(02)2391-3552

電腦排版：五南電腦排版有限公司

出版登記：局版北市業字第 195 號

初版：1997 年 09 月

增訂二版：2002 年 10 月

增訂二版一刷：2004 年 09 月

定價：新台幣陸佰元整

增訂二版序

上次修訂之後，曾決心下次修訂要好好大修，可是匆匆三載消逝，仍無法大幅修訂，實在汗顏。

這次修訂，除小幅修訂之外，主要是改寫第十三章「網路空間與網路傳播」，由於它是最新、而且仍在發展的傳播新環境，潛藏太多的想像與未知，所以撰寫過程不僅充滿挑戰，而且自己也常陷入幻想，想像它未來可能的形貌。

這一章主要探討網路空間和網路傳播的特質，其中傳統實相傳播和網路虛相傳播的比較，似已勾勒未來傳播新境界。而數位化科技所建構的虛擬延伸，不僅是網路空間的本質，同時涉及社會學最根本的自我、身份、認同和主體性等問題，也看到它與後現代的接榫，實在充滿無窮想像空間與知識挑戰。

林東泰

2002 年

徐 序

對於從事學術工作的人來說，資訊時代的來臨，有值得歡呼的一面，它至少為他們帶來了更加有效的工具，但是另一面，學界人士則在這番特殊的猛烈爆炸的現場直接「受害」。他們是知識的處理者、推廣者、運用者，當他們所必須掌握的東西像核子分裂釋出龐大無比的能量一般，急劇炸開，落塵漫天而降時，他們那種一向安閒自得、叫人稱羨的讀書人的架式，就要崩潰了。

所以，正正經經寫一本足以反映學術現狀的書，在今天已經變得比十年前或五年前困難多了。尤其是傳播這個領域，這個跟資訊本身糾纏不清的腐舊率極高的領域，更是如此。傳播教育者為他們的學生及時更新他們的工作場或實驗室，只要有財源，是一件還算是不太難的事。但是，怎麼更新這門「學問」，則難矣。

有人嘗試過，很少像他們建立「硬體」那般有成效。許多新的辭彙被寫在講義裡、文章裡，被口耳相傳著；不少理論、學說、「主義」……等被從世界的學術中心採購過來，不能說不熱鬧。許多英美大學研究所裡仍在「酵製」的食物，被端到了我們滿臉驚愕的新鮮人的餐桌上來。營養均衡、容易消化的早餐，這些年來，似乎消失了。恐怕不是沒有廚師吧。廚師在忙著的，似乎是生產美式炸雞塊和法式薯條。

還好，已有一位廚師走出速食連鎖店的廚房了。在傳播領域，林東泰教授及時調製了一份新鮮的、養份平衡、可口而又容易消化的套餐——這本《大眾傳播理論》。

大眾傳播理論的基本教科書，從書店貨架上看，近些年來似乎琳

瑯滿目，但是多半是美英舊著的譯本，或是某些特定門派的理論作品，並亦以翻譯為主，甚至有些是媒體事業的介紹，而冠以「理論與實務」之名，有意或無意地來誤導讀者。

教師們要向他們的學生推介一本新的傳播理論入門課本，幾乎是不可能了。本書的出現，對教學兩方面是期待許久的一個福音。

林著《大眾傳播理論》的問世，應該受到學術界的重視和歡迎，不只是因為它的純淨性和原創精神，而且在於下列三方面為許多同類著作所鮮見：

——把這門學問 (discipline) 當作一項不斷成長的有機體來處理。在整本的理論檢討中，鋪著一條相當完整的前進坦途，讓讀者暢遊這個原野。

——對今日學術界（或準學術界）易為流行趨勢誘引的力量，本書謹慎地加以抗拒。批判理論沒有被當作時裝而來穿戴，而被恰當地作為社會科學理論典範之一來處理。

——文字的順暢是許多其他傳播理論著作所無法企及的，這不只顯示了著者人文素養火候的充足，而且說明了他充分瞭解那些原來以外國文字寫出的東西。許多中文作者文字之生硬，只是讀不懂原文的偽裝而已。

總之，林教授這項嚴肅的學術工程，也許可以被視為今日台灣傳播學界已經邁入成熟境界的一個指標。

導讀代序

大眾傳播理論是新聞傳播科系學生的入門課程之一，隨著傳播研究的快速成長，各種理論推陳出新，光從國內坊間所看到的相關著作和譯書，就相當可觀。可是，這許多著作不是專門針對某一主題，就是在介紹各種理論時，缺乏一個完整的、有系統的和彼此相承的脈絡。所以，本書的主要目的，就是提供學子們對數十年來大眾傳播理論發展一個清楚的圖像和思考架構。

從最早的傳播過程研究到當前的批判理論和文化研究，本書都嘗試理出一個頭緒來，但是要告訴同學們的是，假使開始讀第一章就覺得吃力的話，那是正常現象，因為第一章是本書最艱深難懂的部份，可是由於它是大眾傳播理論發展——甚至整個社會科學進展——的重要典範轉折，必須一開始就有所交待。所以，假使解讀有任何困難，可以跳讀第二章，等全書讀完一遍之後，再來重溫典範的論題，相信會有心領神會的收穫。

從第二章至第四章，可以說是傳播研究最古老的話題，就是對於傳播過程和媒介效果的爭議問題，這些命題早有定論，讀起來非常容易。

第五章以後，不論是國家發展、電視暴力、使用與滿足、議題設定、涵化理論、媒體組織和媒介依賴理論等，都循序漸進在各個理論當中，嵌入批判理論和文化研究的觀點論辯。換句話說，本書並沒有把這兩個熱門題材以個別章節處理，而是融入傳播研究數十年來既有的發展軌跡當中。

把這些缺乏共同標準的 (incommensurable) 典範，放在同一章節

來論述，同學們可以領略各個典範不同的關照面，更可以理解傳播理論的爭議點和未來可能發展趨勢。

本書是作者回國幾年講授「大眾傳播理論」的一些心得和資料整理，剛開始寫的時候，還信心滿滿的，寫到後來，愈逼近交稿階段，愈覺得心慌，總感覺還有許多概念沒有說得非常清楚，可是又必須把稿子交出去，實在有很大的心理壓力，期盼方家不吝賜教。

本書有幸獲得啓蒙徐師賜序，實在感激，我會學大眾傳播完全受徐老師的影響，在寫這本書的時候，還時時刻刻浮現當年上老師大眾傳播理論的印象，但是最令人感嘆的是，怎麼寫都沒辦法像徐老師那本聖經「大眾傳播理論」暢快流利。

同時也要感謝蔡炯青先生，在所務百忙當中，協助校對並提供許多寶貴意見。

本書撰寫最後階段，家父身體微恙，令我忐忑難安，謹以本書獻給八十五高齡的父親。

增訂再版序

這是我第一次做增訂工作，才了解增訂與新著一樣艱辛。

這次增訂版可以說是逐字、逐句、逐段、逐節、逐章的修，並增加了兩章，我太太看我增訂得這麼辛苦，說不如乾脆重寫一本。

所以可以比較得出來，從第一章到第十一章，每一章都有或多或少的修訂。有的是大幅修訂，有的只是文字和結構的重組，但基本上自認為要比第一版生動活潑一些。

所謂生動活潑，是指每章最後都增加了結語或批評，大膽提出個人淺見，雖然都是淺見，但跳脫每章各自的理論範疇，嘗試與其他理論相互對照、整合或辯證，內心充滿無窮樂趣。

除此之外，增訂版與第一版最大的不同，在於增訂版增加了第十一章的「資訊不對稱理論」、第十二章「傳播政治經濟學與文化研究」和第十三章「網路空間與虛擬社區」。

有關「資訊不對稱理論」乃本書的新嘗試，尚未在其他傳播書籍看到類似的提法，其目的是在突顯傳播科技愈發達，傳播者與受播者之間的資訊愈不對稱，尤其是在科技結合資本主義之後，這種資訊不對稱情況將更加嚴重。此外，把「資訊不對稱理論」放在第十一章，既可以承繼該章「媒介依賴理論」的論點，又可銜接第十二章和第十三章所討論的傳播政治經濟學、文化研究和網路空間等議題。但這只是作者的粗淺想法，尚祈國內方家指教。

政治經濟學和文化研究，乃歐美一、二十年來新興學術潮流，亦受傳播學界的重視，關於傳播政治經濟學和媒體文化研究論著，如雨後春筍令人目不暇給。不論傳播政治經濟學或媒體文化研究，國內學

界和文化界也緊追國際學術潮流，不斷推出新書，而且不乏令人反思的深刻觀察與深意，但是由於當前政經結構愈來愈走向科技資本主義，這種新興政治、經濟、科技的權力關係所衍生出來的文化現象，可以說充滿學術創意空間，還有相當漫長的路要走，本書僅提供讀者一些基本的理念架構和思考方向，它尚賴國人更多的關照與省思。

至於第十三章的網路空間和虛擬社區，則是個人興趣所在，面對網際網路的蓬勃發展，個人一直有個不確定的想法，網際網路將超越電視，徹底改變人類生活方式，同時也根本改寫大眾傳播理論。

台灣既是全球電腦重要生產王國，而且面對國際政治、經貿競爭和中國大陸的逼迫，政府有心把台灣導向科技島，目睹台灣上網人口成長這麼快速，一九九九年春天有三百五十萬、夏天已經超過四百萬，網路空間(cyberspace)所建構的虛擬社區(virtual community)，在台灣理應值得重視。但是截至目前為止，傳播學界尚未整理出基本的理論架構或探討取向，都只是片斷的論述，本書只是勾勒基本輪廓，至於其願景則尚待國人共同彩繪。

至於本土的傳播研究，一直是本人無法釋懷者，它對國內讀者研讀傳播理論的重要性不容置疑，但是由於時間因素，本書一直無法放進來，殊為可惜。此處必須指出，國內諸多本土性研究，多屬歐美傳播理論的演繹驗證，尚不多見有理論性的創見。有關本土性的研究只好留待以後再說了。

今年暑假，正準備增訂工作，高齡八十七的父親往生，整個法會誦經禱詞中，讓我體會到很久很久以前，有一群人所追求的典範與當前的科技資本主義社會，有極大的不同。謹以這本增訂版獻給極樂世界的父親。

目 錄

第一章 大眾傳播理論典範發展／ 1

第一節 典範的意義／ 2

- 一、典範的作用..... 3
- 二、科學典範的革命..... 5

第二節 社會科學理論典範／ 8

- 一、結構功能學派..... 9
- 二、衝突學派與批判理論..... 14
- 三、符號互動論與現象學..... 22
- 四、政治經濟學..... 28
- 五、文化研究..... 31

第三節 理論典範與方法論／ 34

- 一、量化研究：邏輯實證論..... 35
- 二、質性研究..... 36
- 三、批判式／生態式研究..... 38

第四節 大眾傳播理論典範的演進／ 39

- 一、充滿爭議的畛域..... 40
- 二、典範的對話..... 41
- 三、傳播理論的發展與典範的脈絡..... 46

第二章 傳播過程研究／ 59

第一節 符號、意義與傳播／ 60

- 一、語文符號的三角關係..... 61

二、符號、社會與溝通·····	65
第二節 人際傳播過程／ 68	
一、個體內傳播過程模式·····	69
二、選擇性理解·····	71
三、人際傳播過程模式·····	72
四、人際虛偽理論模式·····	77
第三節 大眾傳播過程／ 79	
一、線性傳播模式·····	80
二、施蘭姆的兩級大眾傳播過程模式·····	82
三、威斯雷和麥克林的大眾傳播過程模式·····	84
第四節 傳播過程與媒介效果研究的關係／ 88	

第三章 傳播效果萬能論研究／ 95

第一節 魔彈理論／ 95

第二節 宣傳研究／ 97

一、潘安基金會·····	98
二、火星人進攻地球記·····	100

第三節 拉斯威爾線性傳播模式／ 102

第四節 說服傳播／ 106

一、傳播者的可信度·····	107
二、訊息結構：片面或兩面俱呈·····	110
三、論據呈現的先後順序·····	113
四、訴求策略·····	117
五、被說服者的人格取向·····	120
六、被說服者與說服者的同質性與異質性·····	121

七、傳播管道·····	121
第五節 可能深思模式——中央與週邊路徑的說服模式／	123
第六節 結語：從說服到廣告行銷／	127

第四章 從效果萬能論到效果有限論／ 141

第一節 親身影響的研究／	143
一、拉查斯斐與哥倫比亞學派·····	143
二、投票行為研究·····	145
三、人民的抉擇·····	147
四、親身影響·····	154
第二節 兩級傳播與意見領袖／	159
一、兩級傳播·····	159
二、意見領袖·····	161
第三節 效果有限論／	162
一、社會和心理因素·····	164
二、柯列波與媒介的強化作用·····	166
第四節 結語／	169

第五章 新事物傳播與國家發展／ 175

第一節 親身影響的擴大研究／	175
第二節 新事物傳播／	176
一、創新-決策過程典範·····	178
二、採納新事物的速率·····	181
三、接納者的五種類型及其特質·····	184
四、兩級傳播與意見領袖·····	189

五、改變策動人·····	193
第三節 大眾傳播與國家發展／ 195	
一、勒那的現代化發展模式·····	196
二、羅吉斯的國家發展因果模式·····	200
三、依附理論·····	203
四、國際資訊新秩序·····	206
第四節 結語與反省／ 211	

第六章 電視暴力與攻擊行為研究／ 221

第一節 暴力肇因及防治委員會研究報告／ 221	
一、暴力肇因及防治委員會·····	223
二、電視暴力與真實世界·····	224
第二節 美國公共衛生局長研究報告／ 228	
一、電視內容與控制·····	230
二、電視與社會學習·····	230
三、電視與青少年攻擊行為·····	232
四、電視與日常生活·····	234
五、電視的效果·····	236
六、電視與成長·····	237
第三節 電視暴力研究的幾種不同理論／ 238	
一、社會學習理論或模仿理論·····	239
二、刺激效果理論或稱攻擊性線索·····	240
三、昇華理論·····	241
四、強化理論·····	242
五、倒果為因理論·····	242

六、涵化理論·····	243
第四節 電視暴力研究取向／	243
一、行為主義學派研究取向·····	244
二、認知學派研究取向·····	245
三、社會學研究取向·····	246
四、文化研究取向·····	247
第五節 電視節目與親社會行為／	249
第六節 結語與批評／	251

第七章 議題設定功能／ 265

第一節 媒體議題設定功能的意義／	267
一、腦中的圖像與外在世界·····	267
二、新聞媒體設定議題的作法·····	269
第二節 議題設定功能的研究方法／	272
一、研究方法·····	272
二、因果關係·····	273
三、個別資料或集體資料·····	275
第三節 議題設定功能的研究層面／	280
一、條件情境·····	280
二、定向需求·····	283
三、切身利益關係·····	284
四、時間間隔·····	286
五、框架效果·····	289
六、立即聯想效應·····	290
七、議題設定與議題建構·····	292

第四節 結語與批評／ 295

一、以遲未決定支持對象選民作為研究對象的問題·····	295
二、議題設定效果測量問題·····	296
三、新聞媒體反映社會真實？或建構社會真實？·····	299
四、結語·····	300

第八章 媒體使用與滿足研究取向／ 315

第一節 使用與滿足的理論架構與基本假設／ 315

一、初始理論架構·····	316
二、基本前提假設·····	318

第二節 使用與滿足研究的發展歷程／ 321

一、發展歷程·····	322
二、媒體使用動機類別·····	323

第三節 媒體使用與滿足的理論探討／ 326

一、功能性觀點·····	327
二、傳播的社會功能·····	327
三、社會需求·····	332
四、心理需求·····	333
五、追求滿足 (GS) 與獲得滿足 (GO) ·····	334
六、期盼-價值模式·····	335
七、閱聽人的主動性·····	338
八、節目型態理論·····	341
九、生命週期與媒體使用·····	342
十、媒體結構因素·····	345

第四節 結語與批評／ 348

一、理論方面的批評·····	349
二、研究方法的批評·····	351

第九章 涵化理論／ 367

第一節 涵化理論的發展／ 367

一、電視暴力節目側寫·····	368
二、「險惡世界」指數·····	370

第二節 有關險惡世界的爭議／ 372

一、賀須的質疑·····	373
二、葛柏納的反駁·····	376

第三節 涵化分析／ 377

一、涵化分析的概念與方法·····	377
二、電視涵化共同符號環境·····	380

第四節 文化指標研究／ 383

一、文化指標·····	384
二、主流傾向效果·····	387
三、共鳴效果·····	387
四、涵化研究與效果研究的比較·····	388

第五節 結語與批評／ 391

一、涵化理論研究方法上的問題·····	391
二、對涵化理論的批評·····	393
三、涵化理論與文化研究·····	395

第十章 媒體守門人研究／ 409

第一節 守門人的研究／ 410