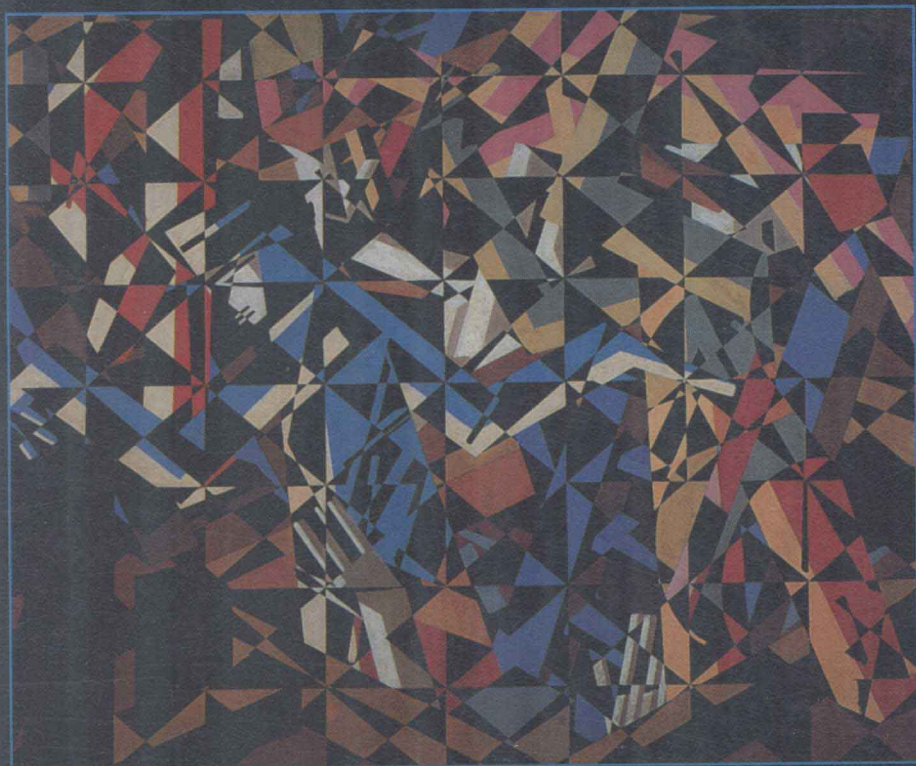


大眾傳播理論

Mass Communication Theory
An Introduction, Third Edition



Denis McQuail 著 潘邦順譯 彭懷恩校審

Denis McQuail 著
潘 邦 順 譯

大眾傳播理論 (第三版)

Mass Communication Theory:
An Introduction, Third Edition

風雲論壇出版社有限公司

目 錄

第一章 導論：大眾傳播媒介的興起／31

第一部分 理 論

第二章 概念和模式／47

第三章 傳媒理論與社會理論／89

第四章 大眾傳媒和文化／139

第二部分 結 構

第五章 傳媒行為的規範理論／181

第六章 傳媒結構和傳媒機構／231

第三部分 組 織

第七章 環境中的傳媒組織／275

第八章 傳媒文化的生產／317

第四部分 傳播內容

第九章 問題、概念與種種論述／351

第十章 類型和分析方法／395

第五部分 受眾（閱聽人）

第十一章 理論與研究傳統／425

第十二章 受眾經驗的社會性／459

第六部分 傳播效果

第十三章 短期變化過程／489

第十四章 長期的和間接的變化／527

第十五章 尾聲：最後線索／561

附 錄 英文參考書目／575

第一章

導論：大眾傳播媒介的興起

大眾媒介的重要性

本書的一個基本的假定是，大眾媒介（特別是報紙、電視和廣播等，本書簡稱為媒介）在現代社會裡相當重要，並且其重要性仍在增加。人們對媒介廣泛持有這種看法，原因似乎在於這樣的事實：

1. 媒介是一種**權力資源**(a power resource)——是社會中影響、控制和革新的潛在工具：是對大多數社會機構的運轉必不可少的主要傳送工具和資訊來源；

2. 媒介是全國性地和國際性開展許多公共生活事務的**場所**(location)或**領域**(arena)；

3. 媒介是社會**真實**的種種界定和種種圖象的主要**來源**(source)；因此也是建構、貯備和最明顯地表達變化中的文化、社會與群體的價值觀的場所；

4. 媒介對於**名聲**(fame)和名人地位，並對於在公共場所的有效行為，起著最主要的關鍵作用；

5. 媒介是有序的公共意義系統的來源，該系統從經驗上和評價上提供一個水準基點。表明什麼是**正常的**；根據公眾對正常狀態的這種看法，明確各種越軌情況，作出各種比較。

此外，媒介是無與倫比的閒暇時間活動中心和娛樂手段。它們也有助於人們組織剩下的空閒時間並把它們聯繫起來。結果，媒介成了一個主要的、並不斷發展的產業，提供就業和廣泛的潛在經濟利益。

如果這些觀點被接受，那麼就不難理解何以大眾媒介自早期起就一直具有的巨大魅力，也不難理解為什麼媒介常受到這麼多的公共調查和公共管制，為什麼關於媒介建立了這麼多的理論。國內外的民主（或非民主）政府行為越來越依賴於大眾媒介，如果完全忽視大眾媒介的作用（不管是出於善還是惡），重要的社會問題就幾乎都得不到關注。正如將會看到的，大多數社會基本問題——那些問題涉及權力的分配和行使、各種難題的處理，以及整合和變遷的過程——都依賴於傳播，尤其依賴於大眾傳播工具所傳遞的訊息，不管這些訊息是以資訊、意見、報導的形式還是以娛樂節目的形式出現。

媒介與社會關係

本書是論述大眾傳播理論，但要在關於大眾媒介的思想和更廣的社會理論之間劃一界線是困難的。但是，人們起碼可以試著找出對媒介與社會之間關係的一些基本的根本假定。最基本的是把大眾媒介視作一種既定的社會機構，有其自身獨具的一套規範和做法。但其活動

範圍，容易受到更大社會的界定和限制。這意味著媒介本質上是由「社會」，尤其是由政府 and 經濟的權力機構決定的（儘管有機會轉過來產生影響）。同時，媒介機構的自主性可能正在增加（這完全是媒介活動數量和活動範圍擴大的結果）。即使這樣，歷史上，在社會和更大世界中起作用的軍隊，要比媒介或媒介可能發揮的間接影響更加有力。

媒介與社會之間關係的性質取決於時空環境，本書主要論述在現代「已發展」國家，即主要是實行自由市場（或混合）經濟的選舉民主國裡的大眾媒介和大眾傳播，自由市場（或混合）經濟被併入一套更大的經濟和政治方面的國際性交流、競爭和支配或衝突的關係中。作者的看法是，本書裡討論的理論和相關研究普遍涉及各種社會環境，這些社會環境的特點是，各社會經濟階級之間在經濟福利和政治權力方面，存在著種種結構性差異。

儘管在這些社會環境裡具有明顯的穩定性，但在國內和國際都存在著深刻的潛在衝突，這一點在思想衝突中和對各種資源的彼此衝突的要求中表現出來，偶爾也在社會危機中表現出來。作為事件和公共社會生活環境的意義的製造者、傳播者和貯存者，媒介深深地捲入了這些事情。因此，大眾傳播研究就無法不涉及價值問題，無法輕易做到中立和科學的客觀性。

當碰到對媒介所傳資訊的意義或「接受者」所理解的意義，進行闡釋的問題時，這種特殊問題就以另一種形式出現。客觀知識的可能性再次成了爭論的問題，並因此也成了系統地提出理論和檢驗理論的可能性問題。這個問題在社會科學中，大家都已十分熟悉，儘管由於價值和意義是問題的核心，它在傳播方面可能以非常尖銳的形式出現。

研究途徑的基本差別

觀點廣泛分歧，是大眾傳播理論的特徵。除了在建構理論方面起主要作用的政治領域的左翼和右翼之間（進步的和保守的之間或批評目的和應用目的之間）的基本差別外，有關大眾媒介和社會的還有兩個主要的觀點差別。

(一)其中之一是區別「媒介中心的」(media-centric)方法和「社會中心的」(society-centric 或 social centric)方法。前一種方法認為，傳播擁有較大的自主性和影響力。並傾全力於媒介自身的活動領域；後者把傳播看作簡直是政治和經濟力量的反映，因此傳播理論可能幾乎是更大的社會理論的一種特殊應用（戈爾丁 <Golding>、默多克 <Murdock>,1978）。媒介中心理論，把大眾媒介視作社會變革的主要動力，同時認為，它們自身也常受到勢不可擋地發展的傳播技術的推進。不管社會是否受傳媒推動，都不可否認，大眾傳播理論就是這樣受推動的。它往往要對媒介技術和媒介結構的每次重大改變作出應答。

(二)第二條主要界線存在於這樣兩類理論家之間，一類理論家的興趣（和思想感情）在於文化思想領域，另一類理論家則強調物質力量和物質因素。這種界線大概是與某些其他維度相適應的：人文主義的對科學主義的；質化的對量化的；主觀的對客觀的。儘管這些差別可能僅僅反映了在一個廣泛領域裡進行某種分工的必要性。但它們常常包含著對如何提出問題、如何進行研究和如何提供解釋的彼此競爭而矛盾的觀點。這兩種選擇方案彼此獨立，因此對媒介和社會的若干不

同看法，實際上是可識別的（圖1.1）。

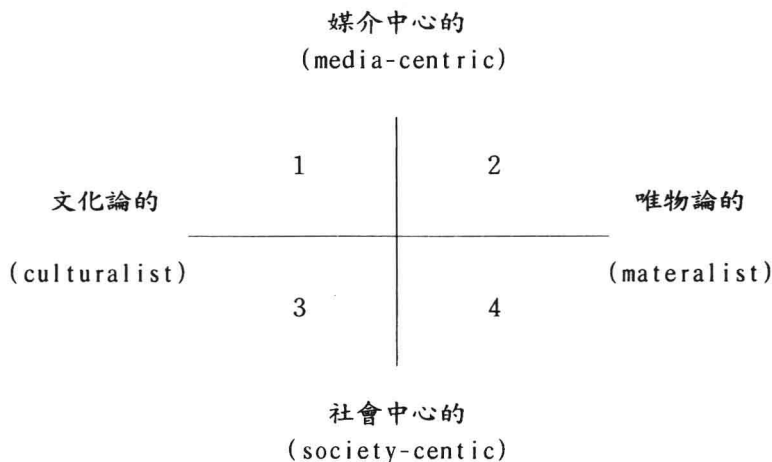


圖1.1 傳媒理論的維度和類型：根據兩種維度(dimensions)——媒介中心V.S.社會中心，文化論的V.S.唯物論的——可以識別四種主要方法。

四種不同的觀點可以簡單地描述如下：

1. **媒介文化論的觀點**，主要關心的一方面是內容，另一方面是贊成媒介訊息受直接的個人環境的影響。

2. **媒介唯物論的觀點**，最強調媒介自身的政治經濟和技術方面。

3. **社會文化論的觀點**，強調社會因素對媒介生產和接受的影響，強調媒介在社會生活中的作用。

4. **社會唯物論的觀點**，把媒介主要看作社會經濟和物質條件的反映，而不是第一推動力。

不管是比較激進的觀點，還是比較保守的觀點，都可以運用這四種觀點中的任何一種。不過，現存著一種趨勢，即批判觀點與社會中心觀點或文化論觀點（或兩者）的聯繫更加密切。

不同種類的理論

如果不僅是把理論理解為由類似法律的命題組成的體系，而且把它理解為可以有助於弄懂某一現象的意思、指導行動或預示某一結果的任何一套思想，那麼起碼可以區別四種與大眾傳播有關的理論：社會科學理論、規範理論、操作理論和日常理論。

(一)在像這樣的一本教科書中，最明顯的理論種類皆是由**社會科學理論** (social scientific theory) 組成的。也就是由關於大眾傳播的性質、作業和結果的一般命題組成的，這些一般命題建立在，對媒介及其他有關消息來源進行系統而客觀地觀察的基礎上。

這種理論的主體架構很龐大，儘管它是鬆散地組織起來的，同時也沒有得到很清楚的系統闡述，甚至很不連貫。它也覆蓋了一個很大的範圍，從廣泛的社會問題到個別資訊的傳送和接收的細節。有些「科學」理論所探討的是正在發生的事情，有些則朝批判的方向發展，而有些則是探討公共資訊或勸服過程中的實際應用（參見溫陶爾 <Windahl> 和西格尼澤 <Signitzer>, 1992）。

(二)第二種理論稱作**規範的** (normative)。因為它所關心的是仔細考慮或規定媒介**應該**如何運作（如果必須遵守或獲得某些社會價值觀的話）。這樣的理論通常源自更廣泛的社會哲學或某個既定社會的意識形態。這種理論在形成媒介機構和使媒介機構合法化方面起著一定作用。同時也極大地影響著其他社會機構（甚至媒介自身的受眾）對媒介所寄的希望，因此它是相當重要的。對大眾媒介的大量研究，是試圖應用社會文化行為規範的結果。在一個社會中，規範傳媒的理論通

常可以在法律、規章、媒介政策、倫理準則和公開論爭中見到。儘管規範傳媒理論本身並不是「客觀的」，但可以運用「客觀的」社會科學方法，對它進行研究（馬奎爾〈McQuail〉,1992）。

（三）關於媒介的第三種理論，被稱作**操作理論**（operational theory）。因為它是指媒介從業人員在從事媒介工作時，所聚集和運用的實用思想。在大多數有組織的職業環境中，都可以看到相似的、累積起來的實用知識群。就媒介而言，例如：如何挑選新聞、如何討好受眾、如何設計有效的廣告、如何保持在社會允許的範圍內，以及如何與資訊來源和受眾保持有效關係這樣的許多問題上，操作理論都有助於對經驗進行組織。在某些地方，它與規範理論可能會有些重疊——例如在新聞業的職業道德問題上。

這種知識作為理論是當之無愧的，因為它雖然從未經過整理，卻常常受到模仿並長期存在，同時對行為也有影響力。這一點可從傳播者及其組織的研究中顯露出來（例如：埃利奧特〈Elliott〉,1972；塔奇曼〈Tuchman〉,1978）；凱茲（Katz, 1977）把研究傳媒生產的研究者，比喻成音樂理論家或科學哲學家，後者可以看到音樂家或科學家看不到的、甚至不需要看到的規律性（雖然通常理論家本人，也不能作曲或從事科學研究）。

（四）最後，還有關於媒介用途的**日常理論**（everyday theory）或常識理論。它是指我們從我們自己長期的媒介經驗取得的知識，並從中了解正在發生什麼事。媒介如何能介入我們的日常生活，它打算讓人們怎樣「閱讀」它的內容，以及我們為何想讀它，而不同媒介、不同媒介類型和內容樣式之間又有什麼差別等等。人們能作出一連串的選擇、養成趣味和作出判斷的能力，就是建立在這種理論的基礎上。這種能力反過來又會影響媒介提供給受眾的內容，並且設定媒介影響的

方向和界限（例如，這種能力能使我們區分真實和虛構，「體會字裡行間的言外之意」，或識破勸服目的和廣告技巧，以及其他宣傳類型）。常識理論的作用，可以在許多人認識並遵從的媒介使用規範中看到（參見第12章）。並且不管是否得到科學證據支持，它都能對有關媒介的公開論爭的結果起重要作用。

本書最直接論述的是第一種和第二種理論，但其他兩種也是重要的。例如，在「什麼是大眾傳播？」這個問題上，如果不對它下一個正式的抽象定義，而只是作一個合理的回答，那麼答案也許就不過是「人們認為它是什麼，它就是什麼」——從而導致媒介傳播者、提供資訊者和委託人會產生不同的概念，許多不同的受眾，也會產生不同的概念。大眾媒介所獲得的正式定義，並不是傳播理論者或立法者賦予的，而是在現實生活實踐和經驗中得以確立的。媒介定義（真正的概念）的出現，以及它們對個人和社會的用途是一個復雜而漫長的過程。結論常常變化不定，模糊不清，當我們力圖明確界定它們時就會看到這一點。

四種傳媒理論

- 社會科學理論
- 規範理論
- 操作理論
- 日常理論

傳播學與大眾傳播研究

大眾傳播研究是社會科學的許多論題之一，它只是探索人類傳播的更大領域的一部分。在「**傳播學**」(communication science)名下，該領域已被柏格爾(Berger)和查菲(Chaffee)(1987, 第17頁)定義為這一門科學，它「試圖通過發展包含一般法則的可試驗理論，來理解符號和記號系統的製作、處理和效果。用來對與製造、處理和效果相互聯繫的現象進行解釋的」。當這一定義被當作「主流」定義，應用於大多數傳播研究時，事實上就非常偏向一種研究模式——對傳播行為及其原因的量化研究。

它尤其難以恰當地處理「符號系統」和表意過程的性質問題，通過表意過程，意義得以在不同社會環境中互相交換。對該領域的任何統一界定，都不可能完全覆蓋所出現的不同觀點和不同問題。假使傳播學在許多學科中有其淵源，傳播問題具有廣泛性，那麼任何「傳播科學」也都不可能永遠獨立自足。

傳播層次

要在更加廣泛的傳播研究領域中確定大眾傳播學的論題，一個比較恰當的方法是根據發生傳播的社會組織的不同**層次**。於是，大眾傳播可以被視作若干全社會性的傳播過程之一，根據這種標準，它在傳播過程的金字塔式分布狀態中處於塔頂(圖1.2)。

在所示的金字塔中，每下移一個層次就會看到更多的不同情況，

並且每個層次都向研究和理論建設提出了自身特殊的問題。在一個整合的現代社會裡，儘管傳播系統根據地區因素和其他社會因素或人口統計因素，通常也分裂成幾個部分，但經常會有一個大的公共傳播網絡，它通常依賴於大眾媒介，能夠在不同程度上影響所有公民。現在，可供選擇的全社會性的公共網絡很少，但教會或某個政治組織由於基於共同信仰並包括一個等級制的，但也是個人化的交際網絡，因此可能會提供過這種網絡。在利用大眾媒介管道的能力受到限制的情況下，這樣的可供選擇的網絡仍會發展，尤其會非正式地發展。

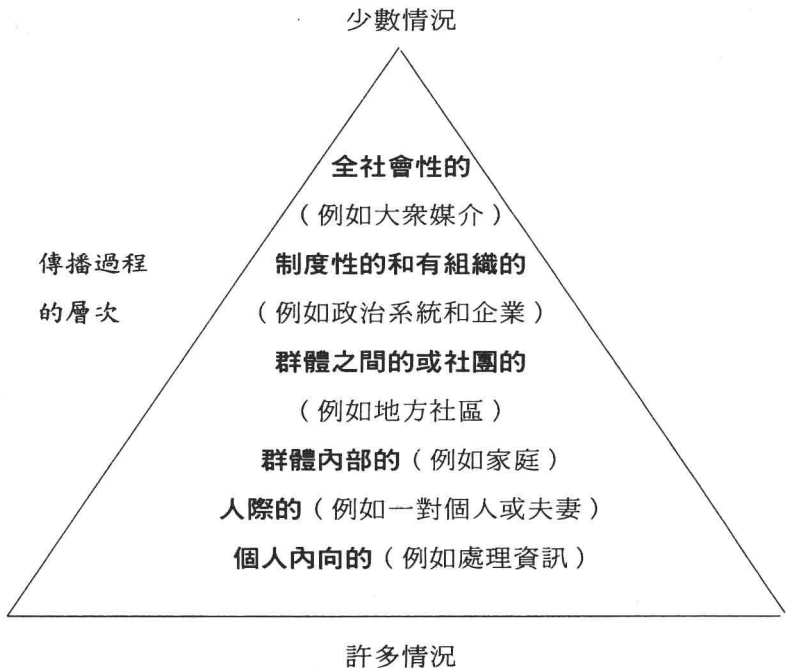


圖 1.2 傳播金字塔：大眾傳播是少數社會性過程之一。

不同網絡

根據既定的意義，要成為傳播網絡，就必須既是傳播和交流的工具，又是大多數人或所有人積極參與傳播的訊息流程。支持全社會性網絡的另類的（非大眾媒介的）技術存在著（特別是物理運輸網、電訊設施和郵政系統），但這些技術通常缺乏全社會性的社會因素，沒有大眾傳播所擁有的社會作用。

在全社會傳播網絡下面的層次上，有數種不同的傳播網絡。第一種是在生活水平相同的地區、城鎮裡建立起相同的社區對更大社會的複製，並且可能還具有一個相同的傳媒結構。第二種以商業組織或勞工組織為代表，它可能沒有統一的場所，但在其自身的組織邊界內通常卻非常統一，許多資訊流動就發生在組織內部。第三種以「制度」(institution) 為代表，比如政府機構、教育機構、司法機構、宗教機構或社會安全機構。一個社會制度的活動總是多種多樣的，也需要遵循標準路線和形式的相互聯繫和許多交流。根據組織和社會機構的特定任務，可以把它們與全社會性的網絡加以區分。它們也被限制在界限之內，是相對封閉的，儘管資訊流動的確在跨邊界進行（例如，當某個行政機構或某個公司與其委託人進行溝通時，反過來也是一樣）。

在這個層次下面，還有越來越多的不同類型的傳播網絡，這些傳播網絡建立在某種共同的日常生活特徵的基礎之上：某個環境（諸如一個居民區）、某種興趣（諸如音樂）、某種需要（諸如照顧小孩）、或某個活動（諸如體育）。在這個層次，主要問題是與依戀(attachment)和認同、合作和養成規範有關。在群體內部(intragroup) 層次（例如家庭）和人際(interpersonal) 層次，所關心的通常是談話形式

和互動、影響、附屬關係（不同程度的依戀）與規範控制的樣式。在個人內向 (intrapersonal) 層次，傳播學所關心的是，資訊處理（例如：注意、感知、理解、回憶和學習）和對知識、意見和態度的可能影響。

這種模式，表面上看來非常簡潔，但社會生活的日益「全球化」(globalization)（大眾傳播對此起了某些作用）已使之複雜化了。有一個更高的傳播和交流「層次」需要考慮——這一層次與活動範圍（經濟活動、政治活動、體育活動、娛樂活動等等）的日常擴大有關，它跨越、甚至無視國界。組織和制度較少受國界的限制，個人也可以在自己所處社會和直接社會環境之外，滿足資訊需要。共同時空裡的個人社會互動模式為一方，傳播系統作為另一方，雙方從前曾經有很強的一致性。但這種一致性，現在卻受到了很大削弱，我們對文化和資訊的選擇，已變得更加廣泛。

儘管各種現象千差萬別，但對於傳播理論和研究來說，每個層次都有一系列相似的問題。

傳播理論和研究的課題

- 誰向誰傳播？（提供資訊者和接收者）
- 為什麼傳播？（功能和目的）
- 傳播是怎樣發生的？（管道、語言、代碼）
- 傳播什麼？（內容、參考架構、資訊類型）
- 傳播取得了什麼結果？（意料之中的，或出乎意料的）

各種的分析傳統：結構的、行爲的、和文化的

儘管在不同層次提出的問題在這種抽象形式上是相似的，但實際上，傳播包含許多不同的概念，並且不同層次的傳播也大不相同。（例如，兩個家庭成員之間進行談話，所依據的「規則」，不同於那些負責向大眾作新聞廣播、主持某個電視答問比賽節目，或管理某個勞動組織指揮系統的人所遵循的「規則」。）由此可知，爲什麼任何「傳播學」(communication science)都必然要用數個不同的理論和證據加以建構，這些理論和證據，是從數門傳統「學科」（以前主要是社會學和心理學，但現在也包括經濟學、歷史學、文學和電影學）中提取出來的。在這個方面，最深遠的分歧，存在於人際傳播與大眾傳播之間，文化關係與行爲關切之間，以及制度的和歷史的觀點與文化的或行爲的觀點之間。簡單地說，基本上，有三種可供選擇的主要途徑(approaches)：結構的、行爲的和文化的。

(一)結構途徑(structural approach)：主要是從社會學衍生出來的，但它也包含來自歷史學、法學和經濟學的觀點。它的出發點是「社會中心的」，而不是「傳播中心的」。它的主要關注對象，可能是傳媒系統和傳媒組織，以及它們與社會的關係。至於所要探討的問題，焦點就可能放在社會結構和傳媒系統對內容樣式的效果上。到目前爲止傳媒的使用和效果問題是較常被探討的，採用這種研究途徑，我們可以從各種調查或成批統計數字中，得到的有代表性的統計資料。傳媒現象的基本動態面，可以在社會上的權力和生活機會(life chance)的差別中找到（參見圖1.1中的社會——唯物論觀點）。