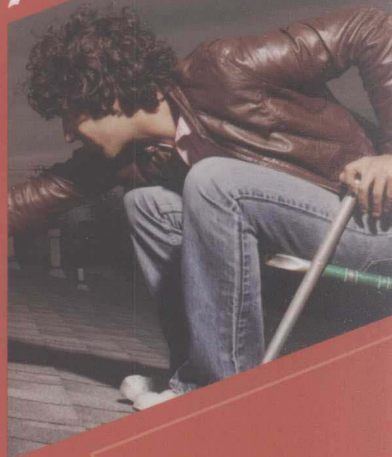


# 大眾傳播 理論與實證

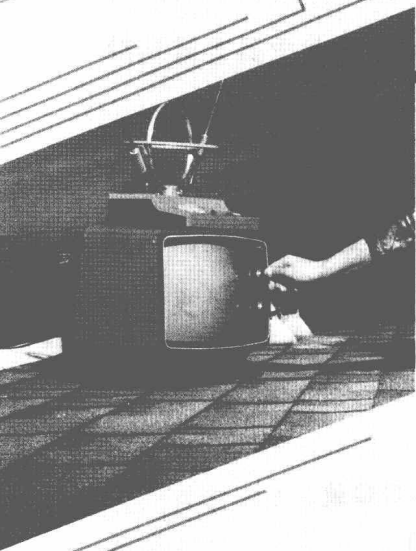


翁秀琪 著

三民書局

Communication

# 大眾傳播 理論與實證



翁秀琪 著

 三民書局

*Communication*

國家圖書館出版品預行編目資料

大眾傳播理論與實證 / 翁秀琪著. -- 三版一刷. --

臺北市: 三民, 2011

面; 公分

ISBN 978-957-14-5437-5 (平裝)

1. 大眾傳播

541.831

99026199

◎ 大眾傳播理論與實證

著 作 人 翁秀琪  
發 行 人 劉振強  
著作財產權人 三民書局股份有限公司  
發 行 所 三民書局股份有限公司  
地址 臺北市復興北路386號  
電話 (02)25006600  
郵撥帳號 0009998-5  
門 市 部 (復北店) 臺北市復興北路386號  
(重南店) 臺北市重慶南路一段61號

---

出版日期 初版一刷 1992年3月  
三版一刷 2011年3月  
編 號 S 890670  
行政院新聞局登記證局版臺業字第〇二〇〇號

有著作權・不准侵害

ISBN 978-957-14-5437-5 (平裝)

<http://www.sanmin.com.tw> 三民網路書店

※本書如有缺頁、破損或裝訂錯誤，請寄回本公司更換。



## 修訂三版序

在臺灣，凡修讀傳播科系的學生，或對傳播領域有興趣的一般讀者，對於翁秀琪教授的《大眾傳播理論與實證》一書應該都不陌生。作者融匯歐美傳播理論與國內實證研究的深厚學養，使本書長年以來一直是坊間同類書籍中的典範。

唯在歲月巨輪的刻蝕下，既有之銅版鉛字已略顯漫漶，版式亦有異於現代出版潮流。此次再版，除了放大字體，還重新設計版式，不唯美觀，而且大方；並梳理文句，使字詞行文更臻完美，期望能讓讀者在閱讀時更加流暢與舒適。

三民書局編輯部

2011年3月



## 徐 序

---

大眾傳播理論似乎是諸種社會科學中，演變得最為詭譎的一個領域。遠在幾乎半個世紀之前，吾師已故的宣韋伯先生 (Wilbur Schramm) 曾把傳播研究比喻為許多不同學門的學者從不同的地方，走到了一個交叉路口，停下來逗留了一會兒，又朝向他們各自原來的方向遠離而去。不過有一些人留了下來，使宣韋伯先生感到樂觀，認為大家可以從這個交叉口，開闢一條新路。

假使所謂新路是指一條相當平坦，相當獨立，朝著一個固定方向，向前伸展的道路的話，則這條新路到今天都還沒有開闢出來。我們從這個交叉口試行闢出另一條道路的人——傳播研究者，必須承認這一點。有一位傑出的前輩，甚至斷言：新路是開闢不了啦！他是伯納·貝勒森 (Bernard Berelson)。他說：傳播研究「正在凋零」。宣韋伯不敢苟同，認為傳播研究沒有凋零。但他再也沒有用一條新路來作比喻，而把傳播研究形容為在一片綠洲的四周建立的村莊——人們放棄遊牧生活而開始農耕的新土。就像他在史密斯桑尼恩博物館 (Smithsonian Institution) 展出中看見的那座 5,000 年前座落於死海東邊一塊綠洲上的巴厄查 (Bab elh-Dhra)。

宣韋伯列述美國大學傳播研究單位有如雨後春筍般地出現，似乎暗指它們便是這個村莊的房舍。但是巴厄查活存 1,000 年後就消失了，傳播研究的命運又將如何？為什麼宣韋伯不再堅持要建立一條路——一門獨立的學科？

跟傳播有關的學科或行業實在太多。國際傳播學會 (International Communication Association) 的分組一直在增加，已經達到今天的 16 個組和興趣範圍。站在不同基地上企圖建造傳播理論的人愈來愈多，培植生機的已經不是一塊單純的綠洲了。各類繁殖迅速的菌子都進入了同一個空間，這將產生什麼結局呢？

所以，傳播研究這個領域被形容為「正在發酵」。但是這將「醞釀」出一

種什麼東西來？或者是否會有「一種東西」被醞釀出來？（檢討傳播研究的第33卷第3期《傳播學報》(Journal of Communication)就冠名為“Ferment in the Field”)

我追述這些演進，目的在於說明一點：撰寫一本書來綜述「大眾傳播理論」，隨著時日的前進，是愈來愈不容易，而愈來愈需要學術上的功力了。但是在今天說中文的世界裡，值此愈難把這門「學問」說得清楚的時日，這樣一本異於坊間已有的同樣篇名的著作的新書，則是愈有迫切的需要。今日傳播教育發達，成群的學生和研究者，都需要有人帶著去探訪這個「村莊」。

幸運得很，一位有功力的學者產生了這樣一本著作作為導遊。翁秀琪教授親身接受過美國和西歐兩個傳統的學術薰陶，她的這本作品恰好彌補了今日臺灣傳播理論的觀念主要是由美國輸入的缺憾。

翁女士深知今日傳播理論的現實情態，沒有試行在本書中描畫一頭並不存在的「完整的豹子」。她似乎誠實地承認了「全豹」的缺乏，而用了詳簡不一的方式，描畫了一群各具自己生命的「理論」。因為一門可以與心理學、社會學、經濟學等老資格學科構成「並聯」關係的傳播學尚不存在，但「綠洲」上則實實在在已被耕作出來了一棵棵高矮不一、強弱互異的單獨作物。你可以稱它們是「一片一片」關於傳播的理論，但還沒有辦法說它們構成了一個整合一塊自成體系的理論實體。翁女士目前用這個方式處理是很恰當。假使要吹毛求疵的話，你可以問一聲，她所檢閱的理論是不是已夠周全，有無遺漏？我相信，如果有遺漏的話，可能是翁女士認為被捨棄的觀念還沒有成長為一個理論。

本書前面兩章對傳播研究的演進和不同學術傳統下傳播理論建構過程的描述，則為讀者提供了其他同類著作未能顧到的寶貴資訊，是本書另一項對中文讀者的獨特貢獻。

但這也不是一本純粹介紹理論的書。後半部稱為「實證」，內容是書中所述幾則理論在臺灣地區被作為基礎而作的實徵研究的報告。假使這些研究沒有達到充實或修正從西方社會所誕生的有關理論的話，至少它們初步探究了這些理論在另一文化環境中的適用性。它們一方面豐富了今日臺灣傳播研究

的成果，一方面因為刊在本書中，與前半部的內容產生了對讀者十分有用的呼應作用。對於研究生而言，則有示範性。

總之，這是今日我國傳播學術界應該熱烈歡迎的一本新著作。

徐佳士

1992年3月6日



# 一版自序

大眾傳播理論自 1970 年代起，20 幾年來的發展，使得傳播研究的重鎮從美國快速地向歐洲延伸。

當代歐洲傳播研究的重鎮，舉其犖犖大者，例如：英國伯明罕大學的伯明罕當代文化研究中心 (Birmingham Centre of Contemporary Cultural Studies)，代表人物首推當代文化研究大師賀爾 (S. Hall)；李斯特大學的李斯特大眾傳播研究中心 (Leicester Centre for Mass Communication Research)，代表人物為政治經濟學派大師莫多克 (G. Murdock) 和高汀 (P. Golding)；倫敦大學苟德史密斯學院 (Goldsmiths' College, University of London) 以科倫 (J. Curran) 為首的傳播研究群，其中寫《「全國」觀眾》(*The 'Nationwide' Audience: Structure and Decoding*, 1980) 和《家庭電視》(*Family Television: Culture Power and Domestic Leisure*, 1986) 的摩利 (D. Morley)，更是關心閱聽人研究的學者所耳熟能詳的。瑞典有以羅森袞 (K. E. Rosengren) 為首，以「文化指標」研究而著稱的斯德哥爾摩大學 (the Universities of Lund and Stockholm)。荷蘭則有以寫《傳播理論》(*Mass Communication Theory. An Introduction*) 而聞名的馬奎爾 (D. McQuail) 和以編寫 4 大冊《論域分析手冊》(*Handbook of Discourse Analysis*) 而著稱的范狄克 (T. A. Van Dijk)。德國當推以發展出「沉默螺旋理論」的諾爾紐曼 (E. Noelle-Neumann) 領導主持的曼茵茲大學的傳播研究群為主。另外，丹麥的簡生 (K. B. Jensen) 和挪威的拉森 (P. Larsen) 亦有盛名。

總結上述歐陸大眾傳播理論發展的脈絡，英國傳播學者科倫 (J. Curran) 發表在 1990 年出版的《歐洲傳播季刊》第 5 卷 (*European Journal of Communication*, 5: 135-164) 中的一篇論文〈大眾傳播研究的新修正主義：重新評估〉(“The New Revisionism in Mass Communication Research: A



Reappraisal”），就把過去 15 年來在歐陸，特別是英國的傳播與文化研究趨勢稱為「新修正主義」。

科倫指出，這種「新修正主義」在權力及意識型態表徵的問題上受到傅柯 (M. Foucault) 很大的影響，因此強調權力是分散的而非集中的，強調媒介呼應的社會情境是父權中心而非階級剝削的。影響所及，所謂「符號民主」(semiotic democracy) 及「消費者主權的多元主義」(sovereign consumer pluralism) 也引起了相當熱烈的討論。而實證多元傳統的研究也拋棄效果研究，轉而研究社會認同、媒介與社會變遷等論題。介於兩者之間的，則更有閱聽人研究中的新趨勢——接收分析 (reception analysis)，強調(1)文本的內在衝突與差距；(2)閱聽人是文本的主動釋義者；(3)大眾媒介之所以受歡迎，不因政治因素或剝削宰制，而是源於閱聽人的「愉悅」(pleasure) 需求。其間的代表人物有摩利、費斯克 (J. Fiske) 和安 (I. Ang) 等人。

其實，科倫也認為，這種新修正主義的作法等於是繞了一個大圈，是新瓶裝舊酒，了無新意。因為早在拉查斯菲 (P. Lazarsfeld) 等人的選舉研究中就發現了：媒介效果很小，閱聽人非同質大眾，會以預存立場及社區次文化立場解讀訊息。過去許多有關選擇性暴露、理解及記憶的研究，更揭示了閱聽人是主動的；使用與滿足理論近期的發展則更一再強調閱聽人的主動性。

似乎，我們又回到傳播研究的原點？其實，科倫一文給我們的啟示是，當我們在傳播研究的領域裡勇往直前開闢新途徑的當兒，似乎應該隨時停下來反思一下，到底我們是真的在開闢新路，還是我們正像一頭追逐自己尾巴的貓在繞圈子走路？

我們只有在了解自己是從哪裡來的以後，才可能知道自己是要往哪裡去。

翁秀琪

1992 年 3 月 8 日

於國立政治大學新聞研究所



# 大眾傳播理論與實證

## ◆目次◆

徐 序

一版自序

### 第一篇 理論部分

#### 第一章 緒 論

- 第一節 美國與歐陸傳播研究之特色 ..... 4
- 第二節 理論分類 ..... 8
- 第三節 本書結構 ..... 31

#### 第二章 理論與理論建構

- 第一節 理論的定義及結構 ..... 34
- 第二節 理論建構的主要名詞界定 ..... 35
- 第三節 演繹式理論的建構 ..... 39
- 第四節 歸納式理論的建構 ..... 41
- 第五節 社會科學質的研究的探討 ..... 42

#### 第三章 媒介大效果理論——宣傳

- 第一節 源 起 ..... 48
- 第二節 宣傳的歷史背景 ..... 49
- 第三節 宣傳的定義 ..... 49
- 第四節 宣傳的七種技術 ..... 50
- 第五節 宣傳的效果 ..... 52
- 第六節 納粹宣傳的效果 ..... 52

**第四章 恐慌研究——火星人會再度攻佔地球嗎？**

第一節 火星人入侵記 .....	56
第二節 火星人入侵時的社會背景 .....	56
第三節 堪垂爾的研究 .....	57
第四節 堪垂爾的研究發現 .....	58
第五節 易受煽惑的情況 .....	59
第六節 堪垂爾研究的意義 .....	60
第七節 火星人會再度攻佔地球嗎？ .....	61
第八節 中廣童丐事件帶來的省思 .....	61

**第五章 親身影響——兩級傳播理論的起源與發展**

第一節 源 起 .....	68
第二節 有關人際影響的早期研究 .....	69
第三節 兩級傳播理論的發展 .....	69

**第六章 創新傳佈**

第一節 前 言 .....	82
第二節 創新傳佈的模式 .....	83
第三節 創新傳佈過程的元素 .....	83
第四節 創新傳佈研究的貢獻 .....	90
第五節 創新傳佈研究的反省批判 .....	90

**第七章 耶魯研究——尋找一串開啟人類心靈的鑰匙**

第一節 源 起 .....	94
第二節 賀夫蘭的耶魯研究簡介 .....	95
第三節 耶魯研究的特色與研究方法 .....	96
第四節 研究結果與發現 .....	98
第五節 相關研究與後續發展 .....	102

**第八章 傳播者研究**

第一節 前 言 .....	106
第二節 守門人理論 .....	107

第三節	媒介組織對媒介從業人員的影響	108
第四節	新聞室的社會控制	109
第五節	新聞價值	111
第六節	新聞從業人員的專業化研究	113
第七節	假事件與相關效果	115
第八節	客觀真實、符號真實、主觀真實	116
第九節	記者與訊息來源人物	118
第十節	媒介霸權論	121
<b>第九章 閱聽人研究</b>		
第一節	前言	124
第二節	效果研究	125
第三節	文學批評	125
第四節	文化研究	126
第五節	使用與滿足研究	128
第六節	接收分析	137
第七節	未來的閱聽人研究方向	139
<b>第十章 議題設定理論</b>		
第一節	源起	142
第二節	議題設定理論的內涵	143
第三節	議題設定理論的研究類型與設計	145
第四節	討論與批判	149
第五節	結論	150
<b>第十一章 議題建構理論</b>		
第一節	前言	154
第二節	議題建構理論一些概念上的問題	155
第三節	議題的類別	156
第四節	為什麼水門事件未能成為重要議題?	157
第五節	水門事件如何成為重要議題?	159

第六節	事件與飽和報導	160
第七節	媒介環境	160
第八節	議題建構	161
第九節	後續研究	162
<b>第十二章 葛柏納和他的涵化理論</b>		
第一節	源起	166
第二節	理論背景探討	167
第三節	對訊息系統的分析	168
第四節	涵化分析	174
第五節	主流效果研究	175
第六節	批評與結論	177
<b>第十三章 瑞典的文化指標研究</b>		
第一節	羅森袞的文化—社會關係類型說	180
第二節	戰後瑞典的一般情況	182
第三節	瑞典文化指標研究的理論背景	182
第四節	瑞典文化指標 (CISSS) 研究計畫的初步結果	185
第五節	結論	186
<b>第十四章 知溝理論</b>		
第一節	前言	188
第二節	理論背景	188
第三節	實證研究	192
第四節	對知溝研究的批評及檢討	197
<b>第十五章 民意與大眾傳播研究的結合——諾爾紐曼和她的沉默螺旋理論</b>		
第一節	諾爾紐曼其人其事	200
第二節	沉默螺旋理論的源起	201
第三節	理論的架構及內涵	209
第四節	沉默螺旋理論的實證研究	212

第五節	對沉默螺旋理論的批評	214
第六節	國內的相關研究	215
第七節	結 論	216
<b>第十六章 閱聽人研究的新趨勢——接收分析的理論與方法</b>		
第一節	閱聽人研究質的與量的傳統	218
第二節	解釋和批判的爭論	222
第三節	接收分析三大流派和接收的三種型態	224
第四節	接收分析方法上的問題	228
第五節	結論：未來的發展方向	230
<b>第十七章 批判理論與文化研究對傳播研究的貢獻——代結語</b>		
第一節	從 1961 年杜賓根的方法論辯論談起	234
第二節	批判理論	237
第三節	美國的批判理論傳統	242
第四節	文化研究對當代傳播研究的貢獻	247
第五節	結 論	250
「理論部分」參考書目		252

## 第二篇 實證與專論部分

### 閱聽人研究實例

#### 國小、國中和高中學生的公視收視行為、滿意程度和休閒活動區隔化分析

第一節	研究動機與價值	288
第二節	研究方法	288
第三節	本研究主要發現及摘述	289
第四節	建 議	301

### 電視與兒童研究實例：專論

#### 從研究取向及方法看「電視與兒童」

第一節	前 言	304
-----	-----	-----

第二節 四種研究取向	305
第三節 國內相關研究簡介	315
第四節 研究方法之探討	318
參考書目	321

### 傳播者研究實例：專論

#### 西德新聞記者的養成教育、工作權及內部新聞自由

第一節 新聞法保障個人辦報及從事新聞事業之自由	328
第二節 新聞記者進入報社工作之途徑	329
第三節 記者同業組織	331
第四節 記者的教育和在職訓練	332
第五節 記者的待遇和工作時數	333
第六節 記者與報老闆間的關係	334
第七節 報業的內部新聞自由	335
第八節 報業集中及其因應之道	337
第九節 記者的工作權	340
第十節 記者編輯的罷工權	341
參考書目	343

### 知溝研究實例

#### 知溝模式在臺灣地區之初探——以 1989 年選舉期間之選舉、股票知識為例

摘要	346
第一節 緒論	347
第二節 文獻探討及研究架構	348
第三節 研究方法	361
第四節 結論與建議	363
參考書目	377

**大眾傳播與社會變遷研究實例****傳播內容與社會價值變遷——以報紙對勞工運動的報導為例**

第一節 緒論	384
第二節 理論建構與文獻探討	401
第三節 研究方法	418
第四節 資料的分析和解釋	437
第五節 結論與討論	463
參考書目	477
附錄一 樣本登錄簿	484
附錄二 樣本登錄表	506
附錄三 臺灣勞工運動大事紀	511



# 第一篇

## 理論部分

