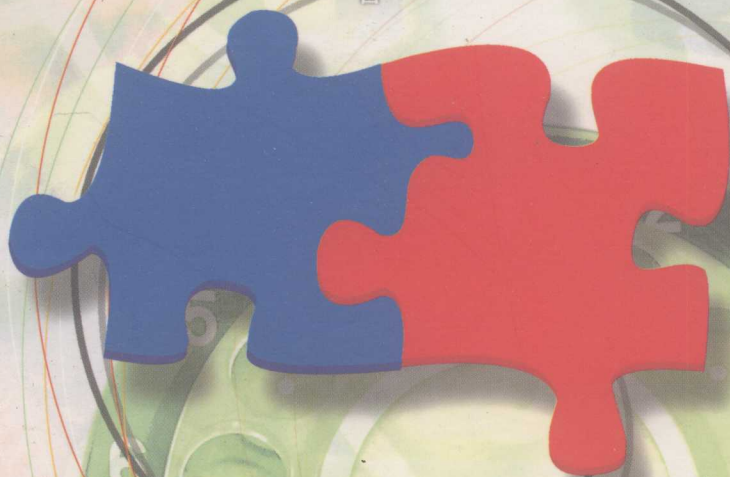
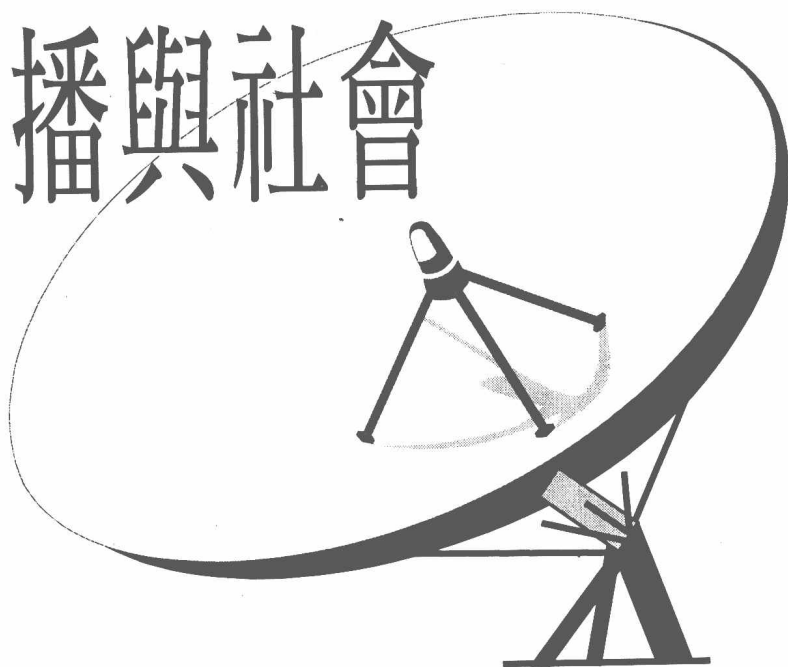


傳播與社會

世新大學新聞學系／編著



傳播與社會



世新大學新聞學系／編著



傳播與社會

傳播網 1

作 者 / 世新大學新聞學系
出 版 者 / 揚智文化事業股份有限公司
發 行 人 / 葉忠賢
執行編輯 / 鄭美珠
登 記 證 / 局版北市業字第 1117 號
地 址 / 台北市新生南路三段 88 號 5 樓之 6
電 話 / (02) 23660309 23660313
傳 真 / (02) 23660310
E-mail / service@ycrc.com.tw
網 址 / <http://www.ycrc.com.tw>
郵政劃撥 / 19735365 戶名：葉忠賢
印 刷 / 偉勵彩色印刷股份有限公司
法律顧問 / 北辰著作權事務所 蕭雄淋律師
初版六刷 / 2004 年 2 月
I S B N / 957-818-051-9
定 價 / 新台幣 550 元

* 本書如有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回更換。

版權所有 翻印必究。

作者介紹

劉新白

世新大學新聞學系專任副教授兼系主任
美國哥倫比亞大學傳播教育博士

彭懷恩

世新大學傳播研究所專任教授
台灣大學政治研究所博士

黃西玲

世新大學新聞學系專任副教授
政治大學新聞研究所博士

李茂政

世新大學新聞學系專任副教授
政治大學新聞研究所碩士

黃惠英

世新大學新聞學系專任副教授
美國佛羅里達州立大學大眾傳播研究所博士

鍾起惠

世新大學新聞學系專任副教授

政治大學新聞研究所博士

蔡鶯鶯

世新大學新聞學系專任副教授

美國杜蘭大學公共衛生研究所博士

林佳蓉

世新大學新聞學系專任助理教授

美國南加大表現科技博士

余陽洲

世新大學新聞學系專任講師

美國阿拉巴馬大學新聞碩士

董素蘭

世新大學新聞學系專任講師

輔仁大學大眾傳播研究所碩士

荊溪人

世新大學新聞學系兼任講師

政治大學新聞研究所碩士

成天明

世新大學廣播電視學系專任副教授
法國第七大學東亞研究所博士

邱如美

世新大學新聞學系兼任講師
美國密蘇里大學大眾傳播研究所碩士

侯志欽

政治大學廣播電視學系專任講師
美國愛荷華大學教學設計與科技研究所碩士

張冀明

世新大學法律學系兼任講師
美國哥倫比亞大學法學碩士

劉 序

世新大學從民國四十四年成立新聞職業學校以來，歷經專科（四十九年）、學院（八十年），始終以新聞傳播教育為主軸。民國八十六年改制大學以後，雖然擴展成四個學院、十六個系，校長成嘉玲博士仍然堅持開設四學分之「傳播與社會」為全校必修課程。

傳播對社會的影響甚大，處在這一個劇烈變動的時代，學校期望以「傳播與社會」這門課，協助所有的世新同學藉此瞭解傳播與社會的關係，從「觀察媒體」、「瞭解媒體」，進而「掌握媒體」；延續創辦人成舍我先生的不朽精神。

新聞學系一直是世新的招牌，傳播學院彭院長擔任新聞系主任時，特地引進了Ray Hiebert著作的*MASS MEDIA*當這門課的教材。目前系上的老師們在教授這本書多年後，決定以台灣的傳播媒體和社會互動為內容，撰寫《傳播與社會》。

傳播與社會範圍相當廣大，本書選擇了〈大眾傳播過程的批判性消費者〉、〈集體化的傳播者〉、〈大眾傳播的控制〉、〈受眾：濾器與回饋〉、〈大眾傳播媒介的影響效果〉、〈新聞與信息〉、〈新聞評論〉、〈新聞媒介和政府公共關係〉、〈報業〉、〈現代廣播概論〉、〈電視產業：發展現況與觀眾〉、〈法律規章與媒體的關係〉、〈傳播新科技對社會的影響〉、〈教育傳播〉等十四章，希望能提綱挈領的一窺堂奧。

新聞系的十五位老師，在百忙中，根據專長認養了《傳播與社會》的每一章節。感謝專任的彭懷恩、黃西玲、李茂政、黃惠英、

蔡鶯鶯、鍾起惠、林佳蓉、余陽洲、董素蘭老師，以及兼任老師荆溪人、成天明、邱如美、侯志欽、張冀明的拔刀相助；其中余陽洲、黃惠英、李茂政和林佳蓉老師，為本書貢獻了比較多的力量。此外，也要感謝系秘書李蘭琪小姐，承擔了所有的行政工作，協助本書順利誕生。

希望「傳播與社會」，除了是世新大學的共同必修外，在最近的將來能成為所有大學的通識課程，協助閱聽人監督媒體，促進社會祥和進步。

世新大學新聞系系主任

劉新白

目 錄

作者介紹 i

劉 序 v

第1章 大眾傳播過程的批評性消費者 1

前 言 3

人類傳播活動之演進 5

傳播的概念和傳播過程模式 8

大眾媒介訊息流程及衝擊力 19

大眾社會vs.網絡社會 24

大眾傳播過程的批評性消費者 32

第2章 集團化的傳播者 49

何謂「集團化的傳播者」？ 50

集團化大眾媒體機構的組織特性與功能 53

集團化媒體經營的實際狀況 61

集團化的傳播者之優點與缺點 69

結 語 72

第3章 大眾傳播的控制 79

前 言 81

「控制」、「管理」與「規約」之析辨 83

媒介控制的歷史與目的 86

媒介控制的類別與形式 91

媒介控制形式的比較與討論 101

結 語 107

第4章 受眾：濾器與回饋 121

前 言 123

受眾的定義與特質 124

效果研究中的受眾 129

媒體市場的受眾 137

網路與受眾 143

結 語 146

第5章 大眾傳播媒介的影響效果 151

前 言 152

傳播效果的定義 154

大眾傳播效果相關理論 155

傳播效果研究應用的研究方法 172

測量效果的指標	176
大眾傳播效果實證研究	179
台灣地區傳播效果研究	190
傳播效果研究的限制	193
傳播效果研究發展趨勢	194
結語	195

第6章 新聞與信息

209

新聞價值	211
新聞選擇過程	213
新聞品質	215
議題設定與議題建構	216
新聞媒介更上層樓	219
媒體與新聞報導的比較	222
結論	225

第7章 新聞評論

231

新聞評論的界定	232
新聞評論的功能	233
新聞評論的形式	237
新聞評論的原則	242
如何從事新聞評論？	245
小結	248

第8章 新聞媒介和政府公共關係	253
-----------------	-----

前 言	254
新聞媒介	255
輿論和公共關係	265
政府公共關係	282
結 論	288

第9章 報 業	297
---------	-----

前 言	299
報紙與社會的關係	300
中國報業發展的軌跡	303
中國近代報業的演進	306
日據時代的台灣報業	310
光復後的台灣報業	312
中國大陸和海外的報業	318
瞻望二十一世紀華文報業的前景	320

第10章 現代廣播概論	325
-------------	-----

廣播起源及功能	326
我國廣播事業發展現況	328
台灣地區廣播收聽行爲	333
現代廣播節目製播	335

我國廣播事業未來展望 343

第11章 電視產業：發展現況與觀眾 353

前言 355

無線電視 357

有線電視 365

多頻道環境與觀眾收視 374

第12章 法律規章與媒體的關係 393

前言 394

法律規章與媒體 395

值得法律與媒體省思的問題 412

結語 419

第13章 傳播新科技對社會的影響 427

前言 429

傳播新科技所帶來的問題 432

結論 455

第14章 教育傳播 469

前言 471

學習理論 472

動機理論	480
教學內容的訊息設計	484
教學媒體的選擇	490

大眾傳播過程的批評性消費者

李茂政

內容摘要

大眾傳播在社會生活中的重要性是毋庸置疑的。媒介擔任著守望、決策、教育、娛樂及商業的功能，但是媒介的表現是否稱職，這是值得大眾關心的。目前極須做的是：隨著大眾傳播的發展，對社會潛在的閱聽人給予適當的專屬於傳播方面的公民教育，俾能作為媒介的批評者及監督者。

本章從人類傳播活動之演進談起，接著介紹傳播的概念和傳播過程模式、大眾傳播媒介訊息的流程及衝擊力、大眾社會與網絡社會的內涵等，並闡明為何要做個大眾傳播過程中的批評性消費者，及如何做個批評性的消費者。期使可能的閱聽人（或未來傳播的專業工作者）能瞭解媒介的特性及規律、大眾傳播的過程及效果，進而採取主動的消費態度。

我們強調新聞與傳播教育中必須負起新的使命，擴大為全公民的資訊教育，對大眾提供有關資訊構成之知識，使大眾認知資訊意

義及邏輯分析的受播能力，俾落實其資訊權利，並制衡大眾傳播，因為畢竟在某種程度上，大眾品味高低是媒介內容的原因，也是媒介內容的結果。

前 言

大眾傳播媒介每天給人們自世界各地傳來所發生或正在發生的種種新事物和新情況，給人們報導上自天文下至地理的各種各樣知識、觀念和消息，使人們打破了沉悶的氣氛，結束了「閉目塞聽」的局面。進一步說，大眾傳播從情感和理智上把我們與別人、別的團體和別的機構聯繫起來。今天社會上的各種行業，已沒有能比得上大眾傳播事業，對人類有那樣的影響性。因之，對大眾媒介及其規律的瞭解，是我們生活中所必須。

尤其是，今天是一個科學的群眾時代，社會上的萬事萬物像大潮一般往前推進。它不等待我們給予通行證，也不等待它自己到底是否已辨清路標，就這樣向前直奔而去。而這個直奔而去的龐然大物，我們或許可從大眾傳播活動看到它的身影，從大眾媒介的內容看到了一些變遷的輪廓。

報紙、廣播、電視、電影、雜誌、書籍、唱片、錄音帶、錄影帶或電腦傳播，自從其誕生的時刻起，就為它的角色設下了一定的特性。它們的社會功能是守望者、決策者、教育者、娛樂者，或是產品和勞務的推廣者。

媒介就如原始部落中的守望人，守候在地平線上，隨時報告危難與機會一樣。生活在現代社會中的廣大人群，對變化既迅速又複雜的環境，需要媒介來擔任守望的工作。譬如，颱風和洪水的速報、登革熱的流行、某社區的公寓出現電梯之狼、爆發東南亞金融風波等，都是典型的例子。但是，如何確保媒介報導的客觀性、中立性