

大眾傳播導論

Essentials of Mass Communication Theory

董素蘭等 著譯



大眾傳播導論

Arthur Asa Berger、董素蘭著

林佳蓉、葉蓉慧、董素蘭合譯

PE 學富文化事業有限公司

大眾傳播導論 / Arthur Asa Berger、董素蘭著；
董素蘭、林佳蓉、葉蓉慧譯. -- 初版. -- 臺北市：學富文化，2000 [民89]
面；公分
參考書目：面
譯自：Essentials of Mass Communication Theory
ISBN 957-97684-7-1（平裝）

1. 傳播理論—哲學，原理

541.8301 89006359

大眾傳播導論

再版三刷 2009年9月

著者	Arthur Asa Berger、董素蘭
譯者	董素蘭、林佳蓉、葉蓉慧
發行人	于雪祥
發行所	學富文化事業有限公司
地址	台北市大安區106和平東路二段118巷2弄20號
電話	02-23780358
傳真	02-27369042
E-MAIL	proedp@ms34.hinet.net
I S B N	957-97684-7-1
電腦排版	煥晨國際印前有限公司
印刷	宏韋印刷設計公司
定價	320（不含運費）

“Translation copyright © 2003 by Pro-Ed Publishing Company
(Original English language title from Proprietor's edition of the
Work)

Copyright by PINE FORGE PRESS, A SAGE PUBLICATIONS
COMPANY

All Rights Reserved.

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



出版者序

本書於西元2000年初版，2003年再版。再版時，除了勘正錯誤外，已將章節加以調整與增加。

書中內容除了原先的六章外，特商請世新大學新聞系專任講師董素蘭女士，增著「傳播與社會的關係」、「傳播的社會功能與角色扮演」兩章；增譯「名詞解釋」108則。希望藉此更加堅實本書的架構與參考價值。

本書的作者之一Arthur Asa Berger，現任美國舊金山州立大學教授，並曾擔任南加州大學傳播學院的客座教授，他是一位作家，也是一位藝術家，個人風格強烈。其著作包括：《百聞不如一見：視覺傳播導讀》（Seeing Is Believing：An Introduction to Visual Communication，1989）、《媒介分析藝術》（Media Analysis Techniques，1991）、《細說幽默》（An Anatomy of Humor，1993）、《瞎子與大象：幽默的真義》（Blind Men and Elephants：Perspectives on Humor，1994）、《文化批判的基本概念》（Cultural Criticism: A Primer of Key Concepts，1995）。他同時並擔任《社會雜誌》、《幽默雜誌》等多本雜誌的編審或編輯，並時常參與舊金山當地電視節目的製播工作。

本書另一位作者是世新大學新聞系專任董素蘭講師，曾任中華民國新聞評議委員會副秘書長，並曾兼任輔仁大學、青輔會及松年大學的講師，著作及譯作包括：「大眾傳播概論」（1998）、「傳播與現代社會」（1999）、「傳播與社會」（1999）、「大眾傳播理論精華」（2000）、「傳播/社會：產業、形象，與閱聽大眾」（2001）、「當代用語百科（「新聞」部份）」（2003）等。



此外，參與翻譯的兩位學者是林佳蓉助理教授及葉蓉慧助理教授。

林佳蓉助理教授是美國南加大（University of Southern California）表現科技博士，曾任淡江大學大眾傳播學系兼任助理教授、美國甲骨文（Oracle）電腦總公司教育多媒體產品研發及訓練師、世新大學新聞學系專任助理教授；現任國立台北師範學院初等教育學系助理教授。

葉蓉慧助理教授則是美國奧克拉荷馬（University of Oklahoma）大學傳播博士，現任世新大學口語傳播學系專任助理教授。

本書各章的著譯狀況如下：

Arthur Asa Berger: 著1、4、5、6、7、8章

董素蘭：著2、3章；譯6、7章、名詞解釋。

林佳蓉：譯1、4、5章

葉蓉慧：譯1、8章。

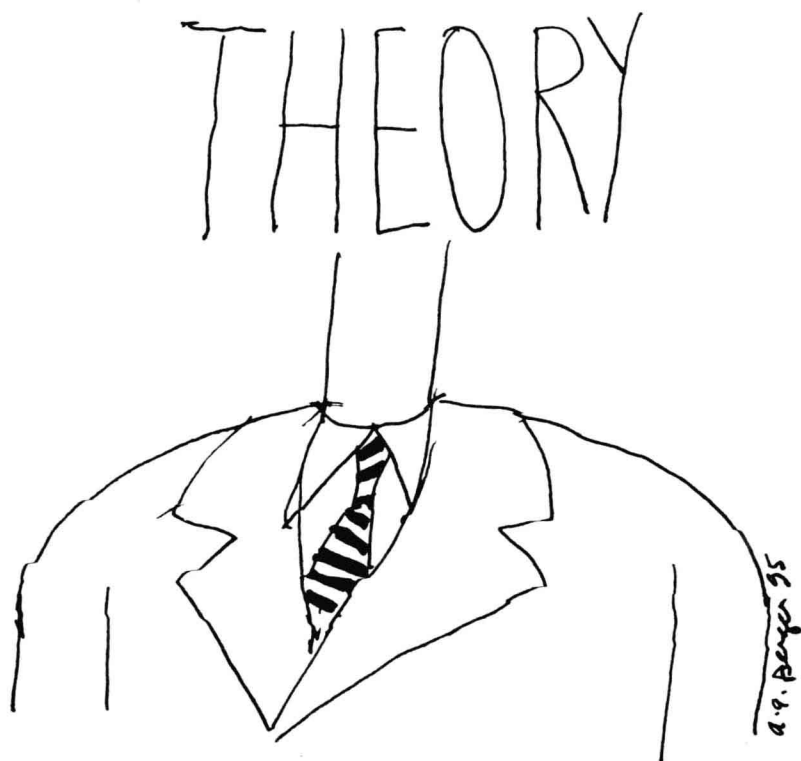
綜觀本書的內容，Arthur Asa Berger 及董素蘭女士依序從「瞭解大眾傳播」、「傳播與社會的關係」、「傳播的社會功能與角色扮演」、「媒介」、「閱聽人」、「藝術家」、「藝術作品（文本）」、「傳播的過去與未來」等篇章來剖析傳播的基本定義及深層意義，並進一步探討大眾文化與傳播媒介間的潛在影響。

第1章，對傳播的定義和模式做了基本的介紹與描述。第2、3章，闡明傳播媒介與社會的密切關係，以及其所擔負的社會功能及角色扮演，並輔以時事說明。第4章，以媒介為主軸，論及麥克魯漢的冷熱媒介理論，並提及媒介效果、所有權、媒介美學等相關議題。第5章，先論及美國的文化及次文化，並提到政治文化理論、使用與滿足理論、接收理論、分眾等概念，探討個人在大眾傳播過程中扮演的角色，以及大眾傳播媒介如何來影響閱



聽大眾。第6章及第7章，則以日本名導演黑澤明的作品《羅生門》來闡述文本分析、符號學、心理分析、女性主義、倫理學、美學、創作心理學等觀點，並說明藝術家與藝術作品之間錯綜複雜的關係。第8章，則是以鉅觀的角度來釐清大眾傳播系統、功能，並探討一些對大眾傳播的批評，最後則是闡述後現代主義與大眾傳播之間的關係。

綜觀全書，雖然只有八章，但論及大眾傳播相關學理的廣度及深度，十分可觀；加之所附的中英對照「名詞解釋」，更增添其可讀性與參考性。對傳播學子與一般大眾而言，絕對是值得展閱的一本書。





目 錄

出版者序.....	iii
-----------	-----

瞭解大眾傳播	1
--------------	---

1

情境.....	2
大眾傳播五焦點	4
大眾的定義.....	7
個人主義和大眾媒介.....	9
傳播的定義.....	10
傳播的層面.....	12
拉斯威爾的傳播模式.....	13
奧斯古·宣偉伯的循環模式.....	17
薩皮爾——渥爾夫假設及對媒體研究的涵義.....	18
大眾傳播的遊戲理論.....	20
對爭論的注解.....	22
媒體影響是強是弱？.....	23
大眾傳播研究的學者辯論	24
名詞和定義的註解	24
結 論	26



2 傳播與社會的關係29

社會有機論.....	30
系統論	33
功能論	35

3 傳播的社會功能及角色扮演37

傳播是現代社會環節中的重要角色	38
拉斯威爾（Harold Lasswell）.....	38
萊特（Charles R. Wright）.....	40
史帝文生（William Stephenson）的「遊戲理論」.....	41
拉查斯斐與墨頓（Paul Lazarsfeld & R.K.Merton）.....	45
宣偉伯（Wilbur Schramm）.....	48
霍金斯委員會的三大建議、五大責任.....	50
媒介的中介比喻（mediation metaphors）.....	52



4 媒 介59

媒介的輸送，回音、和儀式理論	61
麥克魯漢的理論：媒介即信息.....	63
麥克魯漢的熱媒介和冷媒介理論	65
媒介效果	67
媒介所有權.....	81
暴力問題	83
被忽略的媒介美學.....	88
結 論	91

5 閱聽人93

大眾與公眾.....	95
美國的文化及次文化.....	96
艾瑞克森、生命週期、和電台偏好	97
音樂品味的假設	100
對常看電視者及電視迷的假設.....	100
韋達夫斯基的政治文化理論	103
使用與滿足理論	107
功能分析	111
脫軌解碼的問題	114
媒介和態度.....	115
解碼的社會經濟面	116
達肯姆的集體表徵.....	117
接收理論	119
分眾.....	120
結 論	123



6

藝術家125

各種類型的藝術家	126
製碼藝術家	128
作家與閱聽人	129
菁英藝術的作品並非件件都是傑作	130
媒介左右訊息	131
藝術的社會功能	132
新科技與新媒體	133
藝術家的矛盾形象	134
大眾媒體的創作	135
創作者的意圖	136
創作心理學：佛洛伊德觀點	138
作者理論	141
電影導演黑澤明	143
結 論	145

7

藝術作品（文本）.....147

《羅生門》劇情簡介	148
《羅生門》現象	151
文本分析與詮釋	152
以符號學觀點詮釋《羅生門》.....	154
以精神分析觀點詮釋《羅生門》.....	156
以馬克思主義觀點詮釋《羅生門》.....	157
以女性主義觀點詮釋《羅生門》.....	157
以社會學觀點詮釋《羅生門》.....	158
以倫理學觀點詮釋《羅生門》.....	160



以神話 / 儀式 / 象徵觀點詮釋《羅生門》.....	161
以美學觀點詮釋《羅生門》.....	162
探討文本功用的理論.....	163
如何定義文本.....	165
認識類型.....	166
內容分析.....	169
結 論.....	173

8

傳播的過去與未來175

四種大眾傳播的系統.....	176
挾天子以令諸侯.....	178
大眾傳播的某些社會功能.....	179
論功能失調及潛在功能.....	183
對大眾媒體及大眾傳播的批評.....	184
媒體的解放及支配理論.....	189
抗拒：大眾傳播的解放功能.....	190
幽默及反抗拒：案例分析.....	191
大眾傳播的行政與批判研究.....	194
後現代主義與大眾傳播.....	197
結 論.....	201



名詞解釋	203
參考書目	225
建議讀本	233
名詞英漢索引	245

瞭解大眾傳播

1

- 情境
- 大眾傳播五焦點
- 大眾的定義
- 個人主義和大眾媒介
- 傳播的定義
- 傳播的層面
- 拉斯威爾的傳播模式
- 奧斯古·宣偉伯的循環模式
- 薩皮爾——渥爾夫假設及對媒體研究的涵義
- 大眾傳播的遊戲理論
- 對爭論的注解
- 媒體影響是強是弱？
- 大眾傳播研究的學者辯論
- 名詞和定義的註解
- 結 論

葉蓉慧、林佳蓉 合譯





本章首先描述不同背景的讀者，和對大眾媒介與大眾傳播不同的看法與參與之情境。本章建議，在面對大眾傳播時，我們可以考慮五大焦點：文本或藝術品（媒介的內容）、藝術家（創造媒介內容的人）、閱聽人（讀、聽、看大眾媒介內容的人）、地域或社會（閱聽人存在的地方）、和媒介（傳達載運文本並對其產生影響）。作者指出，可以分別處理這五焦點或領域，抑或是以不同方法綜合視之。接下來，作者定義大眾（mass）和傳播（communication）的專門術語，並將探討一些更重要的層次及傳播過程的模式。本章結論於對一些大眾傳播理論上具爭議性的討論並區別理論、觀念、以及其之應用。

讓我們首先以大眾傳播開始。我將提出一些情境給本書的讀者，這些情境描述的也許是讀者群中的某些人和也許正在做或已經做過的事。其中的一些情境，也許和你們或你們的朋友使用的媒介有相似的部分。

◎情境

情境1 芝加哥市的傍晚（或你居住的某個城市），你正聽你喜歡的古典流行音樂電台，KPOP。Johnny Mathis（或其他你喜歡的歌手）正唱著It's All in the Game（或任何你喜歡的歌）。你所選擇的電台，和電台所播放的歌是被你的年紀、教育背景、種族、性別、朋友、或其他種種的原因所影響。

廣播電台窄播的原因，是因為節目直接訴求的聽眾是從一般大眾中分割出來的。假使你正聽的是輕搖滾電台，也許你是三十多歲或四十多歲。若你所聽的是古典流行音樂電台，你有可能五十多歲。若你所聽的是重搖滾樂，有可能你正是二十歲上下的年



紀。你也許正聽著電台播放Madonna的歌，或饒舌歌，或鄉村風格，或脫口秀。在較大的市場上，如舊金山市，有超過60個以上的電台，就是服務各種不同人的需求。

情境2 舊金山市的早上七點，你正在看今日秀（或其他的節目）。

為什麼你看的是今日秀，而不是其他電視網上的節目。原因是因為你比較喜歡這主持人甚於其他？或是你有強烈不喜歡的主持人在你所不看的其他節目上？

情境3 午夜。你睡不著，所以你正聽者由Vladimir Horowitz所演奏的蕭邦樂曲。你正邊聽音樂邊閱讀海明威的書《The Sun Also Rises》。其實，你是可以聽不同的樂曲看不同的書。而你的選擇正關係到你的年紀、教育背景、性別、社會階級、審美觀、職業、和社會學家所描述的你生活方式。為什麼有些人喜歡閱讀經典小說，而有些人就喜歡「無價值」的羅曼史。這個疑問就是出版商、作者、及大眾傳播研究者的興趣所在。

讓我們來分析上述的情境。以下為我們的發現：

1. 情境中的「你」可被視為是閱聽人（audience）
2. 閱聽人所聽或看的節目或所讀的書可視為是藝術品（artworks）或文本（text）
3. 節目製作人或作家，可視為是藝術家（artists）
4. 其中涉入了一些媒介（media）如收音機、電視、光碟、書
5. 這些情境正在美國（America）的某處上演著

上述所列的正是我要大家注意的或是可以考慮探討的，大眾傳播和大眾媒介之五大焦點。在這本書裡，我針對這五焦點分別寫出五個章節。當然，在坊間也有許多其他看法或論點的書，但



當人文學評論家越來越顯著的去聲明讀者的權力，是高於印刷品上的影像或電影時，少有人去注意到新媒體的崛起，以及新媒體所浮現的問題如特有分類的作者、讀者、和文本……互動式的電腦軟體（如電腦遊戲、超本文、桌上軟體、和資料庫），其所連接對立位置的「讀者」和「文本」，「閱讀」和「寫作」，共同在回饋的循環下，造成不可能去區分誰是開始者以及誰是結束者。識別一位讀者改變的期望和反應，當作是線性文本的顯露是一回事，但是我們該如何談論有關文本的互動，每個反應所刺激的瞬間文本改變，而引發了一個新的文本，等等。這個答案還是不明顯的，人文學研究者有滿腹的理論去解釋印刷品、電影、和電視，但卻沒有「軟體理論」。

Ted Friedman, "Making Sense of Software," 1995, p. 73

我認為這五大焦點，提供了一個在重要議題探討上很好的涵蓋面。

◎大眾傳播五焦點

在這裡我提出了一種有助於大家記憶的方法（很簡單，請注意了），會幫助你記住這五個焦點：除了媒介（media）以外，其他四個都是以英文字母A為開始的字（artwork, artist, audience, America）。現在就讓我們把這五個考慮焦點，放入先前所提的情境1中，有一個人在聽It's All in the Game的歌。

藝術品（artwork） 第一個讀者聽的歌曲（或者，直接指歌詞更為恰當，也就是文本之意），It's All in the Game，正是藝