

大眾傳播學理論

Theories of Mass

Communication

Melvin L. DeFleur

Sandra Ball-Rokeach

著

杜力平 譯

五南圖書出版公司 印行

大眾傳播學理論

杜力平 譯

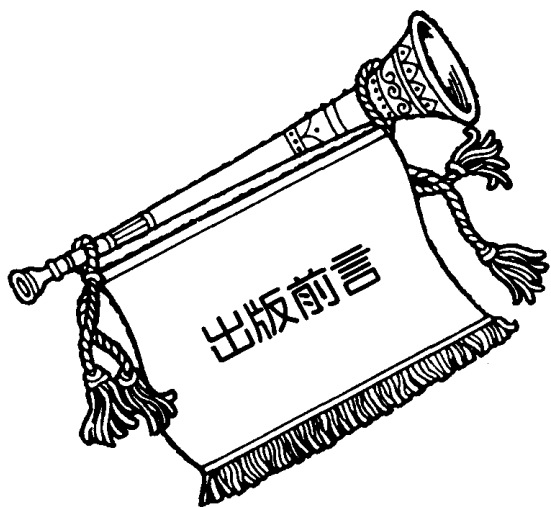


五南圖書出版公司 印行

Theories of Mass Communication

Melvin L. DeFleur

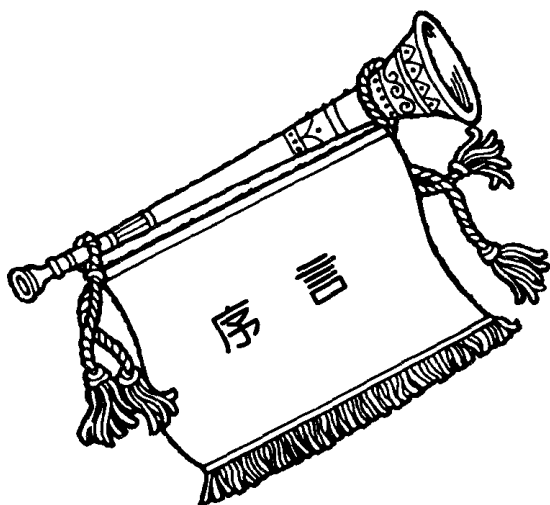
Sandra Ball-Rokeach



美國的德弗勒教授和鮑爾—洛基奇教授合著的《大眾傳播學理論》，是一部系統介紹和論述美國大眾傳播學諸種理論的學術著作，在美國傳播學界頗受歡迎，至1989年已發行第五版。

在這本書中，作者首先回顧了從遠古時代迄至今天的人類傳播史，以及報紙、電影、無線電廣播和電視這幾種現代大眾傳播媒介的誕生與發展經過，從中可以看出美國的傳播業是怎樣由美國的社會文化條件所形成的。在本書第二部分，作者以美國社會為背景，綜合了西方社會學、心理學和傳播學者的研究成果，分析了探討大眾傳播效果問題的多種理論，並聯繫美國生活中最常見的商品廣告、政治競選、社會募捐和娛樂節目的實際情況，闡述了利用媒介進行「說服」的幾種策略。最後，作者通過「媒介系統依賴論」分析了媒介系統與其他社會系統之間的相互依賴關係，以及電腦、電纜電視、衛星、雙向電視和視屏信息等新傳播技術的發展前景。

本書的兩位作者，紐約錫拉丘茲大學教授德弗勒和南加利福尼亞大學教授鮑爾—洛基奇，都是美國的著名傳播學家，各有多種著述。本書中談到的某些理論，就是他們自己提出的。



《大眾傳播學理論》第五版修訂之處頗多。討論多種媒介歷史發展狀況的各章與前幾版大體相同，其餘章節却要麼作了重大修改，要麼是完全新添的。

作者提供了若干完全新穎的理論觀點作為框架，來解釋傳播對個人、社會及文化的影響。例如，第一章包括了人類傳播的一種過渡理論，以試圖縮小研究人類傳播總體過程與研究大眾傳播具體過程這兩者之間的距離。這一理論集中探討了人們及社會在採用了全新的傳播形式後發生的廣泛變化。隨後各章也包括了一些新的觀點。

第二、三、四章提供了有關採納、推廣和使用各種傳播媒介的最新數據。此外，還增加了新型媒介（如有線電視和錄影機）的起源和發展情況的介紹。這些新型媒介現已成為我們媒介系統中的重要組成部分。

第五章集中討論了作為社會系統的大眾媒介，把它們的結構和功能與第一章中提到的理論觀點相聯繫，展示了大眾傳播和目前在美國使用的若干種媒介已構成一個制度化的體系，它與整個美國社會緊密結合。該章的分析還特別說明了為什麼這些媒介在近期的未來不大可能中止它們生產通俗文化的做法，而是將繼續側重較低水準的內容。

第六章與前幾版相比較有所改動。它為理解媒介所產生的社會類型和理解為什麼早期對媒介的影響和效果的解釋趨於某一特定方向，提供了重要的背景。「大眾」(mass)社會的觀念仍在有關媒介的思索中起一定作用，但從這類思考所引申出的早期理論觀點現今已不大有用了。儘管如此，這一章仍為理解大眾傳播理論的發展提供了一個重要起點，因為它既發生於基本社會科學，亦發生於傳播學科本身。

第七章從新的角度觀察了三個重要的概念：(1)由於早期心理學注重後天的學習而產生了對個人差異的研究；(2)社會學對現代工業城市多元社會成分的研究使人們認識到各種人的社會特徵差別；(3)社會關係的影響在有關大眾傳播過程本身的早期研究中已顯而易見。這三個概念——個人差異，社會分化和社會關係——對理解大眾傳播的短期選擇性影響，仍然起著重要作用。

第八章注重於大眾傳播在長期社會化(socialization)過程中的作用。在討論心理學模仿理論時，觀察了大眾傳播如何通過媒介的表述而成為人們學習行為方式的源泉。人們可以採用媒介展現的行為方式作為應付各自環境的手段。這一章還展示了一個新的理論觀念——社會期待論，它強調了大眾傳播作為有關社會規範、角色、等級和社會控制的信息來源的重要性。正是媒介內容的這些心理學和社會學方面構成了大眾傳播的間接社會化功能的核心。

第九章提出了一個有關意義構成的新穎看法，表明雖然社會意義構成對許多媒介學者來說還是較新的注意焦點，但它是西方知識界最早關注的問題之一。自柏拉圖至今，哲學家、理論家和不同領域的研究人員都在探索這方面的問題，如現實的性質是什麼，我們如何認識現實，我們對客觀世界的主觀概念如何影響我們的行為。為理解媒介在個人及社會構成中所起的作用，湧現了一些理論，如今這些理論已成為大眾傳播學研究的主要議題。

第十章把第七、八、九章提出的理論觀點結合起來，考察了基本理論在制定應用策略來改變傳播對象的行為方面所起的作用。這是傳播學研究中了解得最少的問題之一，而且也許是大眾媒介範圍內最難弄懂的問題之一。廣告、政治競選和遊說(lobby)活動每天費用浩大。然而，學術研究和傳播理論在預測某種遊說策略能否成

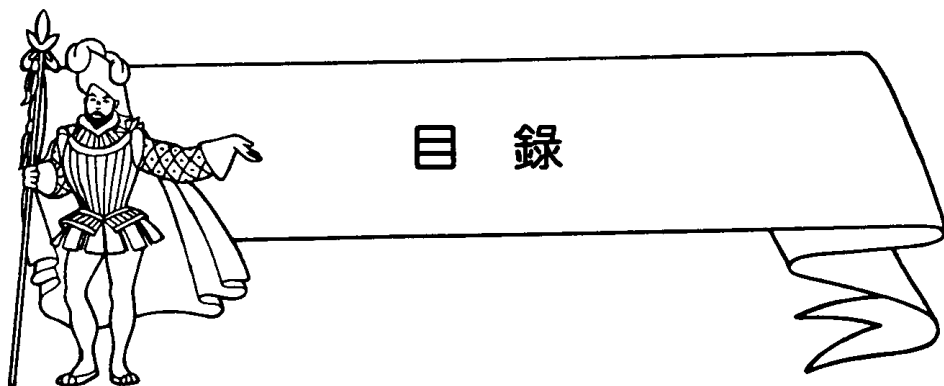
功這一點上，迄今沒有形成什麼可靠的指針。相對來說，它仍是一個尚未探明的研究領域。

第十一章是新添的一章，介紹了所謂媒介系統依賴論。它闡述了這一生態學理論的基本概念、論點和假設，指出其根源在於第一章中表達的基本理論範例。在控制個人、群體、組織和社會為達到各自目標所需要的信息資源方面，媒介系統具有作為信息系統的特殊性質，這方面的研討為考慮媒介效果的宏觀和微觀過程奠定了基礎。至關重要的是，它顯示了為什麼媒介控制的信息資源在現代社會的所有各層次形成了依賴關係，這種關係說明了媒介系統在組織個人、群體和社會生活中的中心作用。這一論述使媒介系統依賴論超越了作為媒介效果理論的應用範圍；而成為一種大眾傳播學理論。它使我們懂得為什麼大眾傳播在這個複雜的並且不斷變化的現代世界中，對於我們和我們的社會為理解、行動直至娛樂而進行的奮鬥來說，是如此不可或缺。如果我們設想一下，某天早晨醒來發現，由於某種神秘原因，媒介消失了，我們和我們的社會將會面臨著在沒有大眾傳播的情況下怎樣組織日常生活（且不說生存）的問題，我們也許就可以悟出這一理論在某種意義上所尋求的認識。

第十二章是新的一章，它涉及傳播技術的一些較為重要的發展，這些發展已經並且將繼續改變大眾傳播的性質。這一章研討了電腦、有線電視(cable T.V.)和交往性傳播技術目前和未來的含義，考察了將這些技術運用於媒介系統的各種成功的和不成功的嘗試，包括直播衛星系統，電話或電視交往系統及視屏信息。這一章還討論了在迅速變化的經濟背景下觀察新興媒介系統的重要性，以及這種發展是如何迫使當今占支配地位的大眾傳播系統去適應不斷變化的環境以保證自身的生存。這一討論把我們帶回了大眾傳播的發展史，使我們意識到老的媒介系統，如同現今的系統，何以不僅需要改變它們的技術，而且還需要改變它們在組織個人和社會生活中的大眾傳播作用。

桑德拉·鮑爾—洛基奇 於加利福尼亞州洛杉磯市

梅爾文·德弗勒 紐約州錫拉丘茲市



出版前言

序言

第一部分 大眾傳播的起源

第一章 人類傳播的發展階段 ————— 3

開端／4

過渡理論／7

☐ 符號和信號時代／11

☐ 說話和語言時代／16

☐ 文字時代／19

☐ 印刷時代／23

☐ 大眾傳播時代／27

大眾傳播的性質及影響／28

☐ 中心問題／31

☐ 社會學範例：社會組織／32

☐ 心理學範例：個人／41

注解／46

第二章 大眾報紙的出現 —————51

媒介發展的週期性方式／53

大眾報紙／54

☐ 先驅報紙／55

☐ 美洲殖民地報紙／56

☐ 人人看的報紙／57

快速擴散時期／60

☐ 社會及機械技術的進化／60

☐ 報紙普及的高峰期／61

衝突和報紙的變化／61

☐ 黃色新聞／62

☐ 社會控制系統的出現／63

大眾報紙的未來／64

注解／68

第三章 電影的發展 —————69

技術進步／70

☐ 投影和暗箱／71

☐ 連續動作幻覺／74

☐ 攝取暗箱成像／75

☐ 電影成爲現實／81

社會進化：電影成爲大眾媒介／82

☐ 初期電影的內容及觀眾／83

☐ 銀幣影院時代／84

☐ 成熟電影／85

量變方式／87

注解／91

第四章 廣播媒介的建立 ————— 93

電訊的進化／93

☐ 擴大傳播需求／94

☐ 電學的科學進步／96

☐ 電報／99

☐ 無線電報／100

從無線電報到無線電話／102

☐ 傳送人聲／103

☐ 私有制和贏利動機／104

☐ 無線電收音機／105

☐ 控制問題／107

☐ 開始定時廣播／107

☐ 干擾和經費問題／109

☐ 電台商業化／114

☐ 無線電的黃金時代／115

電視業的發展／119

☐ 電視機作為地位象徵／120

☐ 增長障礙／120

☐ 電視得到迅速採納／122

☐ 有線電視的到來／123

☐ 錄影機／126

綜述／131

注解／132

第五章 大眾媒介成為社會系統 —————135

美國社會中的媒介穩定性／138

具有長期歷史的問題／139

功能分析的基點／142

媒介系統的結構和功能／144

☐ 低級趣味內容的重複現象／145

☐ 系統的成分及範圍／146

☐ 外界條件／150

☐ 保持系統穩定／151

注解／154

第二部分 大眾傳播的效果

第六章 大眾社會及魔彈理論 —————159

進化論範例和大眾社會的概念／161

☐ 孔德的集體有機體觀念／162

☐ 斯賓塞的有機體比擬／165

☐ 特尼斯的社會契約理論／167

☐ 涂爾幹對分工的剖析／170

大眾社會理論的出現／173

大眾社會和魔彈論／175

☐ 戰時宣傳以及對媒介效力的信念／175

☐ 魔彈結論的假設基礎／179

注解／181

第七章 影響不一理論 —————185

個人差異論／189

☐ 個人差異原因：是學習還是遺傳／189

☐ 心理圖像和市場分割／197

社會分化論／199

☐ 社會分化的意義／200

☐ 現代社會的社會分化／202

☐ 社會學實驗性研究的興起／202

☐ 次文化／204

- ☐使用和滿足的觀念／205
- ☐「人口分布特徵」成為市場分割基礎／207
- ☐基礎研究和應用研究的聯繫／207
- ☐大眾傳播過程中的有選擇性的影響／208

社會關係論／209

- ☐兩極傳播及影響論／212
- ☐創新採納論／213

影響不一理論的現實意義／215

注解／219

第八章 社會化和間接影響理論 ————— 223

短期角度與長期角度／224

- ☐範例的局限／224
- ☐方法的局限／225

媒介作為社會化動因／229

- ☐社會化的性質／229
- ☐社會化和個人／230
- ☐社會化和社會／233

模仿論／234

- ☐社會或觀察學習論／234
- ☐模仿過程／238

社會期待論／242

- ☐社會組織論／242
- ☐媒介描述作為社會期待的來源／247

注解／250

第九章 大眾傳播和意義構成 —————253

過渡時代尋求原理／255

古老的問題：我們如何認識現實？／259

☐概念：知識的基礎／261

☐常規：傳播的根據／263

☐行為：認識現實的結果／266

☐對認識原理的漫長求索／268

現代答案：社會構成論／274

☐語言學：通過語言認識現實／275

☐人類學：意義構成過程中的文化相對性／277

☐社會學：象徵性相互作用和現實概念／279

☐社會心理學：現實意義的先驗圖式／283

大眾傳播和媒介轉述的現實的影響／286

☐報刊的意義構成功能／288

☐培養論／291

☐報界的議程安排功能／293

☐媒介的言談和語言功能／294

注解／298

第十章 幾種理論性的說服策略 —————303

心理能動策略／306

☐認識因素和行為／307

☐修正認識因素以影響行為／309

社會文化策略／312

☐社會期待和行為／313

☐修正社會期待以影響行為／315

意義構成策略／322

☐意義構成和行為／322

☐修正意義以影響行為／323

注解／327

第三部分 現代社會中的媒介

第十一章 媒介系統依賴論——331

媒介效果理論的根源／333

媒介依賴關係的概念化／336

☐媒介依賴關係的雙向性質／338

☐個人與媒介系統的依賴關係／340

基本範例與媒介系統依賴論／345

☐認識論範例的貢獻／345

☐象徵性相互作用論範例的貢獻／350

☐衝突論及結構功能論範例的貢獻／353

媒介依賴關係變化的說明／356

☐進化論範例的貢獻／357

☐變化的波紋效果／358

媒介和社會／360

注解／362

第十二章 新興媒介系統 ————— 365

電腦的影響／366

☐個人電腦／367

☐服務性經濟中的電腦／369

☐電腦和大眾媒介／373

基本有線電視／374

☐衛星傳送的有線電視／375

☐直播衛星系統／378

交往性傳播系統／379

☐電話基礎之上的系統／380

☐電視基礎之上的交往性媒介／381

☐交往性視屏信息／384

☐交往技術向媒介系統轉化／386

注解／391

第一部分

大眾傳播的起源