

／ 大 專 用 書 ／

大衆傳播理論 與實證

翁 秀 琪 著

三民書局印行

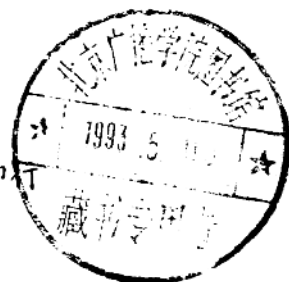
大專用書

大眾傳播理論 與實證

翁秀琪著

學歷：國立政治大學新聞系畢業
國立政治大學新聞研究所畢業
美國夏威夷大學美國研究碩士
西德曼茵茲大學大眾傳播學博士
現職：國立政治大學新聞研究所專任副教授

三民書局印行



國立中央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--初
版--臺北市：三民，民81
面； 公分
含參考書目
ISBN 957-14-1862-5 (平裝)

1. 大眾傳播

541.83

81000996

◎ 大眾傳播理論與實證

著者 翁秀琪

發行人 劉振強

出版者 三民書局股份有限公司

印刷所 三民書局股份有限公司

地址／臺北市重慶南路一段六十一號

郵撥／〇〇九九九八—五號

初版 中華民國八十一年三月

編號 S 89067

基本定價 玖元叁角叁分

行政院新聞局登記證局版業字第〇二〇〇號



ISBN 957-19-1862-5 (平裝)

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·伯瑞森(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展出中看見的那座五千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的出現，似乎暗指它們便是這個村莊的房舍。但是巴厄查活存一千年後就消失了，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。國際傳播協會 (International

Communication Association) 的分組一直在增加，已經達到今天的十六個組和興趣範圍。站在不同基地上企圖建造傳播理論的人越來越多，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「醱釀」出一種什麼東西來？或者是否會有「一種東西」被醱釀出來？（檢討傳播研究的第三十三卷第三期《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，是越來越不容易，而越來越需要學術上的功力了。但是在今天說中文的世界裏，值此越難把這門「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，則是越有迫切的需要。今日傳播教育發達，成羣的學生和研究者，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，在臺灣，恰好又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顆並不存在的「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，描畫了一羣各具自己生命的「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，但是「綠洲」上則實實在在已被耕作出來了一顆顆高矮不一、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，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做研究的報告。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

民國八十一年三月六日

自序

大眾傳播理論自七〇年代以後，二十幾年來的發展，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，舉其學學大者，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墨鐸克（G. Munday）和勾定（P. Golding）；倫敦大學苟德史密斯學院（Goldsmiths' College, University of London）以科倫（J. Curran）為首的傳播研究羣，其中寫《「全國」觀眾》和《家庭電視》二書的摩利（D. Morley），更是關心閱聽人研究的學者所耳熟能詳的。瑞典有以羅森袁（K. E. Rosengren）為首，以「文化指標」研究而著稱的斯德哥爾摩大學。荷蘭則有以寫《傳播理論》一書而聞名的馬奎爾（D. McQuail）和以編寫四大冊《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「沈默的螺旋理論」的諾爾紐曼（E. Noelle-Neumann）領導主持的曼茵茲大學的傳播研究羣為主。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）發表在一九九〇年出版的《歐洲傳播季刊》第五卷（*European Journal of Communication*, vol. 5, pp. 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”)，就把過去十五年來在歐陸，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。介於二者之間的，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。其間的代表人物有費斯克 (J. Fiske)，摩利 (D. Morley) 和安 (I. Ang) 等。

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。因為早在拉查斯非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的立場解讀訊息。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裏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那裏來的以後，才可能知道自己是要往那裏去。

翁秀琪 民國八十一年三月八日
於政大新聞研究所

大眾傳播理論與實證

目 次

徐序

自序

第一篇 理論部分

第一章 緒論	1
第一節 美國與歐陸的傳播研究之特色	1
第二節 理論分類	6
第三節 本書結構	32
第二章 理論與理論建構	33
第一節 理論的定義及結構	33
第二節 理論建構的主要名詞界定	34
第三節 演繹式理論的建構	38
第四節 歸納式理論的建構	40
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	47
第一節 源起	47

第二節	宣傳的歷史背景	48
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	51
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?	53
第一節	火星人入侵記	53
第二節	火星人入侵時的社會背景	53
第三節	堪垂爾的研究	54
第四節	堪垂爾的研究發現	55
第五節	易受煽惑的情況	56
第六節	堪垂爾研究的意義	57
第七節	火星人會再度攻佔地球嗎?	58
第八節	中廣童丐事件帶來的省思	58
第五章	親身影響——兩級傳播理論的起源與發展	65
第一節	源起	65
第二節	有關人際影響的早期研究	66
第三節	兩級傳播理論的發展	67
第六章	創新傳佈	79
第一節	前言	79
第二節	創新傳佈的模式	80
第三節	新事物傳佈過程的元素	81
第四節	新事物傳佈研究的貢獻	87

第五節 新事物傳佈研究的反省批判	87
第七章 耶魯研究—尋找一串開啓人類心靈的鑰匙	91
第一節 源起	91
第二節 賀夫蘭的耶魯研究簡介	92
第三節 耶魯研究的特色與研究方法	93
第四節 研究結果與發現	95
第五節 相關研究與後續發展	100
第八章 傳播者研究	103
第一節 前言	103
第二節 守門人理論	104
第三節 媒介組織對媒介從業人員的影響	105
第四節 新聞室的社會控制	107
第五節 新聞價值	108
第六節 新聞從業人員的專業化研究	110
第七節 假事件與相關效果	113
第八節 客觀真實、符號真實、主觀真實	114
第九節 記者與訊息來源人物	117
第十節 媒介霸權論	119
第九章 閱聽人研究	121
第一節 前言	121
第二節 效果研究	122
第三節 文學批評	123
第四節 文化研究	124

第五節	使用與滿足研究.....	126
第六節	接收分析.....	135
第七節	未來閱聽人研究的方向.....	137
第十章	議題設定理論.....	139
第一節	源起.....	139
第二節	議題設定理論的內涵.....	140
第三節	議題設定理論的研究類型與設計.....	144
第四節	討論與批判.....	147
第五節	結論.....	147
第十一章	議題建構理論.....	149
第一節	前言.....	149
第二節	議題建構理論一些概念上的問題.....	150
第三節	議題的類別.....	152
第四節	一九七二年大選：為什麼水門事件未能成為重要議 題？.....	153
第五節	水門事件如何成為重要議題的？.....	155
第六節	事件與飽和報導.....	155
第七節	媒介環境.....	156
第八節	議題建構.....	157
第十二章	葛柏納和他的涵化理論.....	159
第一節	源起.....	159
第二節	理論背景探討.....	160
第三節	對「訊息系統」的分析.....	161

第四節	涵化分析	166
第五節	最新的研究取向：「主流效果」研究	167
第六節	批評與結論	170
第十三章	瑞典的文化指標研究	175
第一節	羅森哀的文化——社會關係類型說	175
第二節	戰後瑞典的一般情況	177
第三節	瑞典文化指標研究的理論背景	177
第四節	瑞典文化指標（CISSS）研究計畫的初步結果	180
第五節	結論	181
第十四章	知溝理論	183
第一節	前言	183
第二節	理論背景	183
第三節	實證研究	188
第四節	對知溝研究的批評及檢討	192
第十五章	民意與大眾傳播研究的結合	195
第一節	諾爾紐曼其人其事	195
第二節	「沈默的螺旋理論」源起	197
第三節	理論的架構及內涵	205
第四節	「沈默的螺旋理論」的實證研究	209
第五節	對「沈默的螺旋理論」的批評	212
第六節	國內的相關研究	213
第七節	結論	213

「理論部分」參考書目..... 215

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.....243

第一節 研究動機與價值..... 243

第二節 研究方法..... 243

第三節 本研究主要發現及摘述..... 244

第四節 建議..... 257

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」..... 259

第一節 前言..... 259

第二節 四種研究取向..... 261

第三節 國內相關研究簡介..... 271

第四節 研究方法之探討..... 276

參考資料..... 278

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...285

第一節 新聞法保障個人辦報及從事新聞事業之自由..... 285

第二節 新聞記者進入報社工作之途徑·····	286
第三節 記者同業組織·····	289
第四節 記者的教育和在職訓練·····	290
第五節 記者的待遇和工作時數·····	292
第六節 記者與報老闆間的關係·····	292
第七節 報業的內部新聞自由·····	293
第八節 報業集中及其因應之道·····	296
第九節 記者的工作權·····	299
第十節 記者編輯的罷工權·····	301
參考書目·····	302

知溝研究實例

知溝模式在臺灣地區之初探——以民國七十八年

選舉期間之選舉、股票知識為例·····	305
---------------------	-----

摘要·····	305
第一節 緒論·····	306
第二節 文獻探討及研究架構·····	307
第三節 研究方法·····	322
第四節 結論與建議·····	325
參考書目·····	339

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·····	345
------------	-----

第一節 緒論	345
第二節 理論建構與文獻探討	364
第三節 研究方法	384
第四節 資料的分析和解釋	405
第五節 結論與討論	437
參考書目	452

第一章 緒 論

第一節 美國與歐陸的傳播研究之特色

一、美國與歐陸的傳播研究

由於發展的歷史情境不同，導致歐陸和美國的大眾傳播研究有極不同的風貌。美國的傳播研究是在一個商業的傳播體制下發展，而歐陸的傳播研究萌芽及茁壯時期則正是歐陸公共廣播制度蓬勃發展的時期。(Blumler, 1985, p. 185) 正是這樣截然不同的發展情境，導致歐陸傳播學者們對(1) 批判研究及(2) 政策研究產生較大的興趣。

自從七〇年代末期以來，闡釋兩派差異，提出整合兩派研究的呼聲甚囂塵上。(Blumler, 1980, 1981, 1982, 1985; Carey, 1979; Lang, 1979; Rogers and Balle, 1985)。

布魯勒即指出(Blumler, 1985, p. 185)，今後美國學者們應多著重於大眾傳播的整體情境，而歐陸的學者們亦應多收集實證資料以支持其所提出之理論觀點。

事實上，隨著時間的演進及傳播研究成果數量的累積，純粹以地理(歐陸或美國)來劃分傳播研究已愈來愈困難。不過，比較歐陸和美國的傳統，還是可以看出其間的差異。

二、歐陸大眾傳播研究的特色

歐陸的大眾傳播研究約源起於六〇年代中期。(Blumler, 1980,