

大雅叢刊

電視新聞神話的解讀

梁欣如 著
／ 三民書局印行

翁 序

丹麥的大眾傳播學者簡生及瑞典的羅森袞曾在「歐洲傳播季刊」上為文討論有關大眾傳播媒介與閱聽人關係網絡的主要研究傳統，這五個傳統分別是：(1)效果研究；(2)使用與滿足研究；(3)文學批評；(4)文化研究，以及(5)收訊分析。其中效果研究和使用與滿足研究屬社會科學典範，文學批評和文化研究屬人文典範，而收訊分析則兼具二者的特色。

促成收訊分析研究的兩位關鍵性學者，一位是英國的摩利(David Morley)，另一位是美國的拉爾(James Lull)。摩利強調，要了解人解讀媒介的行為，僅憑閱聽人的社會階層或他們使用文字的習慣是不夠的。而拉爾也認為，看電視是一種社會建構的經驗，必須透過研究者有系統地參與研究，才能一窺閱聽人行為究竟。兩人的研究為傳統的閱聽人研究帶來了不小的刺激。到了一九八〇年代，「收訊分析」和「閱聽人的俗民學研究」及一些同類型的研究取向被匯集在一起，成就了一項驚人的研究領域——閱聽人質的研究取向。

收訊分析與其他閱聽人研究傳統最大的不同在於它研究文本與閱聽人互動的過程，在過程中，研究者比對閱聽人詮釋的意義與文本間意義的異同，更可看出閱聽人是如何建構意義的。

國外有關收訊分析的研究已累積了不少，其中最有名的研究包括摩利的「『全國』觀眾」研究，它針對荷蘭女性對Dallas的收視反應的研究，雷得威對於羅曼史讀者的研究。其中極重要而經常被引述的一個研究則是屬伯茲和凱茲對於Dallas一劇的跨文化研究。

國內有關收訊分析的研究，梁欣如小姐的碩士論文「影響閱聽人解讀型態之因素研究——電視新聞之神話敘事體為例」是第一篇，三民書局的「大雅叢書」將之收編出版易名為「電視新聞的神話解讀」。

本書不同於以往國內閱聽人研究之處，在於它採擇了收訊分析所提示的文本與閱聽人並重的研究取向。在文本的分析方面，作者以普洛普神話敘事體分析自治的電視新聞中，先挑選出具神話敘事體結構的新聞文本，再以之給閱聽人觀賞，並以霍爾發展出來的「優勢」、「協商」和「對立」三種解讀型態來建構國內閱聽人的解讀型態。

本書的出版，對於國內讀者了解閱聽人研究的最新趨勢——收訊分析，極有助益，尤其難能可貴處，在於它是此一最新研究取向之本土研究。

梁欣如小姐以一年半的時間完成這本論文，從文獻的整理，電視文本的錄影、挑選，到閱聽人的施測、訪問，一步步踏實地走過，雖然論文中仍難免還有瑕疵，但對於國外最新研究取向的本土化做出了貢獻，應具有拋磚引玉的功能。做為她論文的指導老師，我樂於見到這麼一本書的出版。

翁秀琪

一九九三年三月
於政大新聞研究所

自序

吉爾滋(Geertz, Clifford)曾言：「人類在符號之海中漂浮」。在這資訊爆炸的時代，社會大眾去了解這個世界最方便的管道，便是：從「電視新聞」。本書與當代最具說服力的神話之一——電視新聞——有關。基本上，這是一本由古代神話分析的角度來解構電視新聞的書，是一本想了解電視新聞的神話性對觀眾的認知有什麼影響的書，也是一本想了解具有什麼特質的觀眾，比較容易受電視新聞神話性影響的書。

這本著作是筆者想為國內大眾傳播研究做突破所盡的棉薄心力。當三民書局通知我要出版這本書時，除了相當的驚喜外，也夾雜了一份安慰。在輔大大眾傳播研究所讀書時，我時常想，究竟在這段學術研究的日子中，我應該做些什麼？既然進了學術研究的殿堂，就不該白走這一遭。抱著這種心情，我以近一年半的時間，完成了碩士論文「影響閱聽人解讀型態之因素研究——電視新聞之神話敘事體為例」。這本碩士論文，就是本書的前身。

這個題目進行的一路上，從研究架構的建立、資料的蒐集到研究結果的呈現，每個步驟都碰到障礙。本著一顆接受挑戰的心，我幾乎天天都苦思如何解決困難。現在回想起來，這段路走來相當辛苦。

這本著作雖然無法與一些堂堂巨著相比，但它卻是國內大眾傳播界首度嘗試將質化與量化研究作整合的研究報告。它是理論與實證研究兼備的。想將本書當作學術參考的讀者，可透過本書接觸到國外最新的閱聽人研究趨勢——收訊分析，及接觸到如何著手進行這類研究

的資料。想透過本書瞭解目前臺灣電視新聞的讀者，不妨把本書的分析觀點和一些報章雜誌上的論述，作一些比較。關心電視新聞對社會大眾有何影響的讀者，也可由本書中省思電視新聞對認知具有強大宰制力的問題。

本書中的研究設計雖是大膽的，但也經過小心求證。相信有許多的閱聽人研究比本書進行得更嚴謹。或許本書尚有若干考慮不周之處，不過我期望這本著作能提供一些基本的參考材料。以整合的觀點來看，本書在國內大眾傳播領域初探質、量研究的結合，這對其他的社會科學，亦具有參考的意義。

這本著作能出版，要特別感謝三民書局的厚愛，本人由衷感謝。對於三民書局的編輯部同仁在編務上的煩勞，我也致上十二萬分的謝意。

此外，也謝謝所有曾經給過這本著作意見及關心的老師、同學和朋友，由於他們的關心及寶貴的意見，這本書才能更好。最要感謝的是指導教授翁秀琪老師，她的嚴謹治學，使這本著作受惠良多。對於翁教授給我的不斷鼓勵，我亦無任感荷。

最後，願將本書獻給我的父母及文榮。而本書如果能對社會大眾有任何貢獻的話，我願將此榮耀歸於主。

梁欣如

一九九三年三月

電視新聞神話的解讀

目 錄

翁 序

自 序

第一章 緒論

第一節 研究動機與研究特色	1
第二節 研究取向的價值與探討	6
第三節 研究範圍與目的	12
第四節 本書的結構	15

第二章 理論建構與文獻探討

第一節 電視新聞的分析——神話敘事體的角度	17
第二節 閱聽人的解讀活動	28
第三節 電視新聞神話敘事體與閱聽人的解讀活動	32
第四節 影響解讀型態之因素	36

第三章 研究設計與研究方法

第一節 研究架構與研究假設	59
第二節 研究方法	62

第四章 資料分析與解釋

第一節 主要變項的基本資料分析	89
第二節 自變項／中介變項與解讀型態的相關性	106
第三節 自變項與電視新聞形象的關聯性	121
第四節 預測解讀型態的逐步多元迴歸分析	131

第五章 結論與討論

第一節 本書的重要發現	139
第二節 研究發現與理論印證	147
第三節 研究的價值	159
第四節 研究檢討與未來研究建議	161

參考書目	167
------------	-----

附錄

附錄一 第一次預訪問卷	185
附錄二 第二次預訪問卷	189
附錄三 正測問卷	201
附錄四 電視新聞內容的陳述	217
附錄五 附錄表格	227
附錄六 指導語	240
附錄七 故事功能與解讀量表測驗題對照表	243

圖表目錄

表 3.2.1: 「取締 KTV、MTV、三溫暖等影響治安行業逾時營業」 敘事結構分析	66
表 3.2.2: 「釣魚台主權糾紛及聖火傳遞釣魚台」敘事結構分析	68
表 3.2.3: 樣本分配情況	84
表 3.2.4: 受試者個人基本資料列聯表	85
表 3.2.5: 受試者政黨傾向表	85
表 4.1.1: 解讀型態的分佈	90
表 4.1.2: 權威性人格分析表	92
表 4.1.3: 性別、年齡、政黨傾向與權威性格的積差相關係數表	94
表 4.1.4: 電視新聞形象分析表	97
表 4.1.5: 媒介依賴及使用活動分析表	100
表 4.1.6: 受試學生在媒介依賴與使用活動上得分的平均數與組間 的差異	101
表 4.2.1: 性別、年齡、政黨傾向對（影帶一）解讀型態影響之卡方 檢定	106
表 4.2.2: 性別、年齡、政黨傾向對（影帶二）解讀型態影響之卡方 檢定	107
表 4.2.3: 未控制電視新聞形象，及控制電視新聞形象後，人口變項、 政黨傾向對解讀型態的影響	108
表 4.2.4: 媒介依賴、使用活動與解讀型態之變異數分析	113
表 4.2.5: 控制電視新聞形象後，媒介依賴、使用活動對解讀型態的 影響	113
表 4.2.6: 權威性人格與解讀型態之變異數分析	117
表 4.2.7: 控制電視新聞形象前、後，權威性人格對解讀型態的影響	118

表 4.2.8: 電視新聞形象與解讀型態之變異數分析	120
表 4.3.1: 性別、年齡、政黨傾向與對電視新聞形象之平均值、差異 考驗	122
表 4.3.2: 性別對電視新聞「時間安排」形象的影響	123
表 4.3.3: 報紙依賴、電視新聞依賴與電視新聞形象的皮爾森積差相 關係數表	125
表 4.3.4: 報紙依賴、電視新聞依賴與對電視新聞形象的平均數 ...	126
表 4.3.5: 權威性格與電視新聞形象的關聯性	128
表 4.3.6: 權威性格程度與對電視新聞形象評估的平均數	128
表 4.3.7: 工具性使用、儀式性使用與電視新聞形象的皮爾森積差相 關係數表	129
表 4.3.8: 工具性使用、儀式性使用與對電視新聞形象的平均數 ...	130
表 4.4.1: 自變項、中介變項對「取締」新聞之解讀型態的影響 ...	132
表 4.4.2: 自變項、中介變項對「釣魚台」新聞之解讀型態的影響...	133
表 4.4.3: 預測 12-15 歲年齡層對「取締」新聞的解讀型態	134
表 4.4.4: 預測 12-15 歲年齡層對「釣魚台」新聞的解讀型態	135
表 4.4.5: 預測 16-18 歲年齡層對「取締」新聞的解讀型態	135
表 4.4.6: 預測 16-18 歲年齡層對「釣魚台」新聞的解讀型態	136
表 4.4.7: 預測 19-22 歲年齡層對「取締」新聞的解讀型態	137
表 4.4.8: 預測 19-22 歲年齡層對「釣魚台」新聞的解讀型態	137
圖 3.1.1: 研究架構圖	60
圖 5.1.1: 解讀型態與受訪學生特質分佈圖	146
圖 5.2.1: 權威服從體系圖	155

第一章 緒 論

第一節 研究動機與研究特色

電視節目的形式，主要包括新聞、紀錄片、戲劇和娛樂(Silverstone, 1981:83)。其中，對社會大眾的生活有深遠影響的，首推電視新聞，這是因為許多人把電視新聞當作知道外在世界的主要管道。根據調查，電視新聞亦是可信度(credibility)最高的新聞來源，獲得廣大閱聽人的信賴(Dahlgren, 1988:286；蒯光武，民七八)。

然而已有許多學者發現，電視新聞其實提供的是一種經過選擇、建構的世界觀(Tuchman, 1978; Glasgow University Media Group, 1976)。也就是說，在我們和我們的電視機之外，其實有一個真實的世界被電視新聞所包裝、潤飾和過濾。這個真實世界被電視新聞包裝成什麼樣子？閱聽人又是如何去理解這個被包裝過的真實？電視新聞會不會影響閱聽人對真實世界的認知？這些問題一直是傳播學者們急於尋求答案的問題，同時也產生筆者進行研究的動機。

本書在研究設計上至少有下列幾項特色：

一、理論部份：結合定質、定量研究所發現的理論

定質研究的理論，把電視新聞當作一種神話(myth)、一種故事。從這種角度觀察電視新聞，可以讓我們了解電視新聞如何包裝真實世

界(Dahlgren, 1988:289)。此外，近來定質研究也逐漸朝符號學(Semiology)理論的角度探究閱聽人接收／解讀(reception/interpretation)媒介文本(text)。如果能將這些理論和定量研究之理論結合，相信對於電視新聞與閱聽人認知之間的關係，應能獲得進一步深入的了解。

二、研究方法部份：結合定質、定量的研究方法

在定質的研究方法上，本書將使用形式主義(formalism)學家弗拉基米爾·普洛普(Vladimir Propp)建立的敘事結構分析法分析電視新聞的故事功能(function)，並大膽運用故事功能作為測量閱聽人認知的基礎。在定量的研究方法上，則採用實地實驗法請受測者觀看電視新聞並填寫問卷，再將搜集之資料以統計的方法加以分析。

整體來說，本書的研究設計可歸在「接收分析」(reception analysis)之研究取向中。詹森和羅森衰(Jensen & Rosengren, 1990)在最新發表的研究報告中，曾將閱聽人研究區分為五個研究傳統(traditions)，分別是：效果研究(effects research)、使用與滿足研究(uses and gratifications research)、文學批評主義(literary criticism)、文化研究(cultural studies)和收訊分析(reception analysis)。

過去六十多年來，大眾傳播研究的主流，主要是針對媒介效果的探討，以大眾媒介對閱聽人的影響力為研究前提。推究其發展歷史，可發現效果研究的過程是循環性的。一九三〇年代晚期，媒介被認為在塑造意見、信念，以及改變生活習慣方面具有很大的效果。至一九五〇、一九六〇年代，大眾媒介的影響力陡降，被認為只具有間接的效果；存在於媒介和閱聽人之間的一些中介因素，例如：社會、文化、心理，才是效果的主因。然而一九五〇、一九六〇年代電視興起後，這種媒介「最小效果說」，又被重新反省。包含「知溝」(knowledge

gap)、「議題設定」(agenda setting)、「電視的暴力效果」(the effects of television violence)都指出大眾傳播的效果其實很強；至諾爾紐曼(Noelle-Neumann)提倡「重返媒介有力的概念」，更肯定媒介效果研究又回到強有力的論說(McQuail, 1987:252~256; Jensen & Rosengren, 1990:209; Severin & Tankard: 1988)。

使用與滿足研究的基本理念為「閱聽人如何使用媒介」(What does the individual do with the media)。此研究領域起始於一九四〇年代初期拉查斯斐(Lazarsfeld, Paul F.)等人研究閱聽人由廣播劇、廣播猜謎節目中得到的滿足。之後，使用與滿足研究的發展有四個階段：由表面的描述，到建立變項的系統化操作類型，再到詮釋工作的努力，最後是系統化的理論建立。近年來，使用與滿足研究也在社會心理學中加以取材，比較為人所知的有「期望—價值」取向(expectancy-value approach)。事實上，最近使用與滿足和效果研究這兩個領域已有整合的跡象，此即為「使用和效果研究」(uses and effects research)(Jensen & Rosengren, 1990:210)。

接下來再略述詹森和羅森索指的第三個研究領域：文學批評。

二千五百年來，西方藝術和科學的發展，一直和文學的傳播形式有關。傳統上，文本的詮釋與認知經驗和(或)美學經驗的傳遞有關。而文本的詮釋規則，能塑造社會生活力和不同的文化運作。以《聖經》為例，不同的詮釋規則，便區隔一些不同的文化社羣。隨著現代社會秩序的發展，文學批評的角色被凸顯，它將讀者界定為一具有隱私權的個體，試圖解釋文學形式被某一特定時空的作者所掌控。因此文學批評暗示讀者必須被教育，才能以適當的反應面對文學的傳播形式。大部份文學批評的研究，都著重於文學作品的結構、語言學和語文規則的分析。讀者的角色、讀者與文本的互動(讀者—反應理論(reader-response theory))在文學批評中亦佔有相當的份量(Jensen &

Rosengren, 1990:211~212, 217)。

文化研究的根源很多，包含一些文化批評學者，如：赫加(Hoggart, Richard)、威廉斯(Williams, Raymond)、湯普森(Thompson, E. P.)，其研究主要是優勢意識形態如何在日常生活中被反應和被習得。文化研究的根源亦包含葛蘭西(Gramsci)的霸權論，用於解釋資本主義社會如何認可和抗拒優勢的觀念；符號學家，如：巴特(Barthes, Roland)解析大眾文化的語言符碼，亦為文化研究的根源之一。之後，英國伯明罕(Birmingham)中心在赫爾(Hall, S.)的領導下，使文化研究有了轉捩點。其將文化界定成意義製造的過程，視大眾文化為一有價值的論述(discourse)，這和文學批評只關注精緻文化是不同的。除一些少數的研究外（例如：Morley, 1980；Radway, 1984），文化研究並不進行實證的閱聽人研究，而著重於傳播論述方面——文本的語言及意識形態的研究上，並由媒介論述的結果推衍，而認為不同的社會系統，如：性別、階級、種族、次文化對傳播的解讀不同。至1980年代，文化研究已漸漸離開它原本在政治經濟學方面的根基，而吸收了許多後結構主義(poststructuralist)的觀點(Jensen & Rosengren, 1990:212~213, 217; Lindlof, 1991:27~28)。

至於收訊分析的崛起，與近年來對讀者「定位」(position)的研究，有直接的關係。其來源，可包括接收美學(reception aesthetic)和讀者反應理論(reader-response theories)。此外，由使用與滿足研究延伸出來的收訊研究與文化研究學者赫爾(Hall, S.)對批判理論(critical theory)的闡釋(意識形態內容有宰制力)，亦可算是收訊分析的啓蒙源頭。收訊分析認為媒介訊息是一文化性符碼的論述，把閱聽人定義為一製造意義的單位，能主動消費媒介、將媒介訊息加以解碼。其研究前提為文本——閱聽人的結合，這是與其他研究傳統最大的不同處。故收訊分析包含媒介論述及閱聽人對媒介論述之反應的實證資料

蒐集。其過程是由閱聽人之處得知閱聽人對文本的解讀，再將其與文本作比較，以了解閱聽人如何建構意義。在收訊分析中，最具影響力的概念是「解讀社羣」(interpretive community)。此觀念在本書後面的章節將再詳細介紹(Jensen & Rosengren, 1990:213~214、217~218; Lindlof, 1991:28~29; McQuail, 1987:242~243)。

以上筆者針對五個閱聽人研究傳統作了介紹。詹森和羅森奈他們指出，收訊分析是閱聽人研究最新的發展趨勢，約在一九八〇年代中期才逐漸出現。在理論部份，企圖整合社會科學和人文學的理論觀點，在方法學上，則同時針對閱聽人與媒介內容作資料的收集（通常以質化的研究法收集），而研究興趣則在閱聽人解碼(decoding)的探討(Jensen & Rosengren, 1990:213~214)。

在國外，美式主流研究仍以效果研究及使用滿足研究為盛，並不由接收／解讀的角度分析閱聽人解碼的問題；歐式傳播研究則多以理論探討媒介內容，極少進行閱聽人之實證研究。因此國外以收訊分析為取向的研究仍是鳳毛麟角；國內，則付之闕如。本書基本上即屬於一種收訊分析取向，並且在理論建構及研究方法上都以初探性的組合進行嘗試，希望藉此激發拋磚引玉的效果。具體來說，本書研究之架構模式是以收訊分析為導向，符號學理論為骨架，因此以「符號學的收訊分析」來稱呼本書的研究設計。這個名稱乃筆者根據本書的研究性質所給予的，目前在國外的文獻上可能看不到。大膽賦予此名稱，是有原因的。由於收訊分析目前也才在國外起步，其中有很多概念仍有待闡釋、釐清與整理。而且「收訊分析」一詞，就像效果研究、使用與滿足研究一樣，係代表某一研究取向、領域或傳統，本身不是一個理論。為了使讀者能清楚本書在理論及取向的設計，因此在「收訊分析」前冠上「符號學」三字，即「符號學的收訊分析」，以方便讀者了解。

第二節 研究取向的價值與探討

一、符號學的收訊分析

電視新聞和閱聽人的關係密切，因此以其作為研究對象，便一直是許多大眾傳播研究者的興趣。在這數不清的理論架構和研究模式中，可發現大部份研究都以「資訊」(information)的概念審閱電視新聞，並強調它傳輸的是「明顯」與「不連續」(manifest & discrete)的單元化(bits)事實內容(Dahlgren, 1988:288~289; Fry & Fry, 1986:457~458; Livingstone, 1990:72)。進一步探究，我們可發現大多數以新聞內容為對象的研究，受此前提影響，都把問題放在新聞內容為何、新聞內容正不正確、偏頗與否的探討上；而大多數以閱聽人為對象的研究，則將研究問題置於閱聽人對新聞內容的回憶、理解、評估、認知——感情的滿足、新聞的使用與行為及態度的效果上(Dahlgren, 1988:286; Lindlof, 1988:84~85)。

一九七〇年代，一個不同於資訊觀點的研究取向出現，即符號學取向(semiotic approach)。荷羅斯·紐康(Horace Newcomb)稱它為「人文主義」(humanistic)取向，格利佛·吉爾滋(Clifford Geertz)稱為「解讀人類學」(interpretative anthropology)取向，而詹姆士·凱利(James Carey)則將之歸類為「文化研究」(cultural studies)(Robinson, 1984:200)。

符號學取向首先出現在一九七〇年代中期，透過歐洲及北美洲這兩個管道而發展。歐陸派主要有三個來源：(1)法國結構主義學者（李維史陀(Lévi-Strauss)、傅柯(Foucault)、得利達(Derrida)，(2)英國電影學會(British Film Institute)，(3)伯明罕文化研究學派(Bir-

mingham school of cultural studies)。北美洲管道則以文學批評(literary criticism)和人文研究(humanistic studies)作基礎，由荷羅斯·紐康(Horace Newcomb)發揚光大(Robinson, 1984:201)。

符號學取向在早期以探討意義如何由文本中產生，符號、符號的規則和功能為何為重心(Berger, 1982:14~16)。在電視文本方面，符號學取向一直十分強調電視的意識形態面向，指陳電視的視聽結構是一種霸權(hegemony)，對閱聽人的影響力是潛在的、不明顯的(Dahlgren, 1988:287)。然而迄今學者們逐漸關切另一個比意識形態更基本的問題，即電視如何製造及傳輸意義？意義的主體又是什麼？(Dahlgren, 1988:287)。這種趨勢奠定一個以符號學為基礎的新的閱聽人研究開展。此種閱聽人研究在取向上可被視為一種「收訊分析」(reception analysis)的研究型態，理論重點在於視閱聽人有能力從電視文本中解讀意義，並強調文本對閱聽人的意義，來自文本與閱聽人交互作用的結果(Jensen, 1990:57; Dahlgren, 1988:289)。換言之，它強調由傳播鍊的兩端——文本的建構力與閱聽人的解讀能力同時進行研究。如此的研究取向，旨在避免只選擇傳播鍊的一端來研究而已。它認為媒介文本的意義，不應完全由媒介文本的力量來決定（例如某些符號學文本分析），亦或全憑閱聽人的解讀能力而取捨（例如某些使用與滿足研究）(Fry & Fry, 1986:444,457)。

史崔特(Streeter, 1984:93)對此曾作深入說明。他認為只選擇傳播鍊的一端來探究，就意謂傳播鍊另一端的被犧牲或簡化。他批評過去許多研究，只注重媒介文本的，便往往犧牲閱聽人這一端的探究，只將大量閱聽人的不同經驗，以社會學類目（例如：中產階級）或市場調查類目（例如：白天的觀眾群）加以歸納。研究重心若只在閱聽人，那麼媒介文本的分析通常不是遭到省略，就是被過份簡化，只以「娛樂」或「資訊」等類目將之納入。

根據以上論述，可進一步了解為何符號學的收訊分析地位日趨重要。它避免把閱聽人當作「文化祭品」(cultural victim)，代之以強調閱聽人在解讀上的主動形象；但同時，它亦不願完全忽略媒介文本的力量(意識形態／霸權)(ideology/hegemony)，而避免陷於唯心主義(idealism)的泥淖中(唯心主義在此指的是：媒介文本意義的取決全由閱聽人的解讀所決定)(Dahlgren, 1988:291)。這樣的理論觀點，不啻為在省思過去的研究缺失後的重新出發，亦至少紓解了部份媒介與閱聽人關係研究的瓶頸。無怪乎當一九八八年十一期的傳播年報(Communication Yearbook)邀請巴瑞·甘特(Barrie Gunter)、法蘭克·比爾寇(Frank A. Biocca)、湯瑪斯·林達夫(Thomas R. Lindlof)三位學者針對電視文本與閱聽人關係作論述與討論時，三人一致公推「符號學分析」(semiological analysis)，即符號學的收訊分析研究，為未來研究的重要趨勢之一。

二、符號學的收訊分析與一些研究理論／取向的比較

符號學的收訊分析研究，與過去許多定量及定質研究比較，有實質的調整及演變，茲探討如下。

1. 馬克斯主義典範

張錦華(民七九，頁一九〇～一九一)曾指出，以馬克斯架構為主的文化批評，試圖解釋社會結構與文化現象(包含各類大眾傳播層面)之間的關聯性。然長久以來馬克斯主義典範為架構的研究，其實預設了閱聽人會「全盤被動接收」媒介內容，研究者所分析的「媒介意含」似乎等同於閱聽人所接收的「媒介意含」，絲毫不曾質疑閱聽人「解碼」的過程。

此預設當然過於大膽，因為馬克斯主義之研究缺乏以閱聽人為主體的研究；雖然閱聽人意識建構過程已預設為媒體內容所「決定」，但