

傳播館 17



Mass Communication and Everyday Life

D.K. Davis & S.J. Baran 著

蘇 蘅 譯

大眾傳播與 日常生活

理論和效果的透視

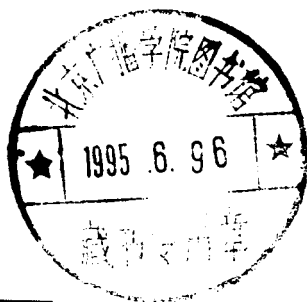



487390



487390

傳 播 館



 遼瀋出版公司

Mass Communication and Everyday Life

Copyright © 1981 by Wadsworth Publishing, A Division of
Wadsworth, Inc.

All rights reserved.

Chinese edition copyright © 1993 by Yuan-Liou Publishing
Co., Ltd.

All rights reserved.

傳播學名著譯叢

大眾傳播與日常生活——理論和效果的透視

原書名 / *Mass Communication and Everyday Life*

作者 / Dennis K. Davis & Stanley J. Baran

譯者 / 蘇 蘅

主編 / 陳世敏 · 潘家慶 · 鄭瑞城

責任編輯 / 廖春美

發行人 / 王榮文

出版者 / 遠流出版事業股份有限公司

臺北市汀州路三段 184 號 7 樓之 5

郵撥 / 0189456-1 電話 / (02) 365-3707

傳真號碼 / (02) 365-8989

發行代理 / 信報股份有限公司

電話 / (02) 365-1212 傳真號碼 / (02) 365-7979

排 版 / 天翼電腦排版印刷股份有限公司

印 刷 / 優文印刷股份有限公司

□ 1993 (. 82) 年 8 月 1 日 初版一刷

行政院新聞局局版臺業字第 1295 號

售價 270 元 (缺頁或破損的書, 請寄回更換)

版權所有 · 翻印必究

Printed in Taiwan ISBN 957-32-1913-1

Mass Communication and Everyday Life
D.K. Davis & S.J. Baran著
蘇 蘅譯

大眾傳播與 日常生活

理論和效果的透視

《傳播學名著譯叢》譯著前言

傳播學的發展，令人眼花撩亂？

這個學術領域，一度有人宣稱它逐漸消失了；有人說它走到十字路口，正待抉擇去路；有人說它潛沉蟄伏，蓄勢而發，就待春雷乍響。

這些片片馬賽克所拼湊的傳播學面目，像極了快速流洩而過的電腦動畫，令人無法預知下一秒鐘的圖像變化。新聞學延伸出來的媒介效果研究，歷經幾度枯榮，與社會科學結合，成為傳播學。還沒站穩腳跟，傳播學就迫不及待與其他學問進行分工與整合。現在的面目是：

第一、傳播學變成了其他學問的應用科學，產生了政治傳播、組織傳播、教育傳播、健康傳播、環境傳播、危機傳播等跨學科的新領域。

第二、傳播學向其他學問借光，逐漸自立門戶，形成傳播學的一部份枝幹，例如傳播社會學、傳播生態學、傳播政治經濟學、口語傳播學、大眾文化、傳播的文化研究、傳播的批判理論等領域，大大豐富了傳播學的內容。這方面，共同的源頭活水，是傳播革命。

短短五十年歷史，人類經歷了數次傳播革命，使傳播媒介深入社會，改造了當今人類社會的下層結構，也把傳播學術，一再推向另一個令人眼花撩亂的十字路口。

本譯叢目的，即在呈現傳播學繁複多變的面貌，選書時，不拘新舊、學派、取向、範疇，凡自成一家之言，或對傳播的學術和專業有

過顯著影響的著作，都予列入。我們認為，現階段呈現傳播學的諸般「可能」，遠比為它劃定界線重要得多。

譯者都是這一行學有專長之士，自選他們心目中的傳播學經典之作。有的選書，是因為那本書是他的「聖經」；有的選書，是因為那本書是他的「最愛」。編輯委員會都予尊重，因為這樣可以避免編輯委員會先入為主劃地自限；其次，無論是個人的聖經或最愛，多年廝磨，翻譯起來當更得心應手。謝謝他們為描繪傳播學面目所盡的力。

《傳播學名著譯叢》編輯委員會 謹識

民國八十年十月

目 錄

《傳播學名著譯叢》譯著前言

譯 序

原 序

第一章 對大眾傳播的批判性理解	13
一、引 言	13
二、傳播效果的辯論	15
三、七個問題與三種解答	16
四、結 論	29
第二章 我們理解的大眾傳播歷史	33
一、引 言	33
二、從自由主義到大眾社會理論	34
三、大眾社會與大眾文化批判者：傳統精英反擊	55
四、功能性中程理論興起：主導性典範的創造	59
五、結論：瞭解大眾傳播的另一條途徑	62
第三章 大眾傳播的架構分析理論	67
一、理論建構的替代性研究法	67
二、關於傳播的十一個基本問題	68
三、日常傳播的模式	97

四、結 論	99
第四章 用於日常傳播的架構媒介表象	103
一、引 言	103
二、孩童如何把媒介影像用於日常傳播	105
三、為何製造與日常傳播雷同的媒介影像	108
四、結 論	121
第五章 大眾娛樂與日常生活	125
一、引 言	125
二、戈夫曼的遊戲與主調的定義	129
三、傳播遊戲與日常生活	135
四、結 論	147
第六章 大眾傳播、自我和社會	151
一、引 言	151
二、自我體系	153
三、媒介使用的風格	161
四、建立風格：其他概念	169
五、結 論	171
第七章 大眾傳播與日常問題	175
一、引 言	175
二、簡單解決日常問題的風險	176
三、侵犯：對日常問題的簡單解決	178
四、三種簡單的解決方式	188
五、簡單解決的其他選擇	196
六、結 論	199

第八章 媒介虛幻與道德規劃	205
一、引 言	205
二、計劃與假計劃	206
三、大眾社會的個人責任	208
四、消費虛幻：主題的實例	210
五、計劃與道德：另一種傳播觀點	217
六、結 論	220
第九章 大眾傳播政策與研究	223
一、引 言	223
二、有關大眾傳播的決策	226
三、傳播研究在決策中扮演的角色	229
四、傳播朝人文科學發展的障礙	232
五、結 論	235
相關文獻	239
中英對照索引	
英中對照索引	

譯 序

正如本書作者所言，本書寫法是一種創新。至少這種寫法，使讀者在瞭解電視和生活的關係之餘，猶能不斷產生疑問，發人深省。

自有電視以來，電視的功能即是爭論不休的問題，而電視和民眾生活的關係確實令人又愛又恨。本文作者戴維斯和巴倫丟掉數字和圖表的證據，綜合自己和其他傳播學者所學所見，為「電視的社會傳播」作宏觀的描述。作者從頭到尾不時提出有力的批判，這正是本書最大價值所在。

就社會消息來源而言，電視確實是一種有力的影響媒介（media）。人們因電視的使用形成社會關係，提供談話素材，甚至成為生活中的模仿對象。這本書前面幾章從認識論的觀點，為讀者述說電視與日常生活的關係。

但本書作者認為，在電視實用價值的背後，電視已造成人類生活上各種迷思，如思考簡化、不能自省、習於用電視邏輯解答生活疑難雜症等問題。作者深入解釋人們為何沉溺於這種「電視虛幻」，這種「虛幻」又會帶給個人和社會什麼影響？並告訴讀者破解這些迷思之道。

本書的最後一章（第九章）提出對傳播學術研究發展歷程的批判，實踐作者在本書中始終強調的自省哲學。作者不僅質疑行政研究對理論的切割造成研究的支離破碎，也有感行政研究發展中程理論的瓶頸有待突破。作者更以沉重語氣呼籲傳播學者不要再以傳播研究仍處起

步的幼稚期，作為傳播研究不能創新的藉口。

作者認為，過去以美國為首的行政研究仍屬孤力式的努力，說穿了不過是偏重廣告和公關效果的實用研究，現在則有必要敞開大門，借著行政研究和批判研究兩種不同發展方向，使兩股學術思潮匯流，思考傳播研究對於傳播決策過程究竟有何助益，最終希望為未來傳播科技的發展找一條生路。

以較嚴苛的標準來看，這本書的最大弱點是因為出版時間稍早，以一九八〇年代美國科技發展的背景來看傳播問題，書中所舉許多實例在美國都已時移境遷。不過就本書作者所提的各種問題而言，許多思考方向仍是歷久彌新，特別以台灣的傳播環境而言，第九章所提出的疑問如：我們究竟從管制更多的大眾媒介中得到什麼？是更多更能負起社會責任的事業？還是拒絕言論和出版自由的事業？管制較鬆弛的大眾媒介是否比較有益社會？這些疑問使我們自己也不禁懷疑，我們已發展出的廣電制度是否提供不錯的服務？在台灣傳播科技轉型期間的新政策，應該朝保護商業和財務結構的方向制定呢？還是應該追求公益的文化目標？兩者如何獲得協調呢？這都是亟待深思的問題。

一九七〇年代後期，加州一位助教授^①魯爾(James Lull)提出電視與生活的新的研究方法，用社會建構概念(social-constructivist concepts)和常民研究法(ethnographic techniques)研究人們如何以最自然的方式收看電視，以重新評估電視對民眾生活的影響力。這類研究在一九八〇年代以後引起相當多傳播學者的關切，亦刺激許多創新的傳播研究

^①評註：助教授為美國大學學制中教授之最低一級，整個名稱按年資深淺應為一助教授、副教授、教授。我國中央研究院現已採取助研究員為有博士學位者起聘資格，助教授層級比講師高一級，但比副教授低一級，我國「大學法」原擬比照國外在教授層級中多加一級，藉此使拿博士學位者拉長升遷年限，以鼓勵努力任教和研究。

與研究方法產生。由此可知，兩位作者有關「電視與生活」的理念，實可擴及傳播政策、科技應用、傳播研究和整個社會文化延伸的討論上。

本書譯成，非常感謝陳世敏教授和《傳播學名著譯叢》編輯委員會。在翻譯過程中，深覺學術作品的譯作要達到精準目標，非得相當deliberate不可，但這樣一來，就無法期望這類譯作又快又好。雖然過程比想像艱辛。但仍然感謝我譯的是這本書，因為作者見地獨特，的確給我許多啟發。最後仍要向委員會「領導同志」陳老師致謝忱，除了促成傳播學名著問世之外，也感謝陳老師對本書譯筆及錯誤費心指正。

蘇 衡

一九九三年四月

你們和其他六千兩百萬美國人正在聽我說話，因為你們只有不到3%的人會讀書，不到15%的人會讀報，因為你們都知道，唯一的真理只有從這只真空管才能獲得。

你們這一代已經一腳踏進一個新紀元，除了真空管告訴你們的以外，對其他一無所知。真空管就是聖經的福音書，就是啓示錄。這只真空管能創造或毀滅總統、主教、總理，這只真空管令人敬畏，無神統治的世界裡存在著天譴的力量，如果我們落入歹人手中，我們就是罪惡的淵藪。

所以，請聽我說！聽我說！電視不是真理，電視就是天譴的娛樂樂園，電視是馬戲團，是嘉年華會，是巡迴表演的特技演員、吟唱詩人、舞者、歌者、雜技團、馴獸師、美式足球員，我們只是解決無聊的一種行業。

你要追求真理嗎？向上帝求吧！向巫師求吧！向你自己求吧！但人類，你千萬別向我們尋求任何真理。我們總以甘言誘你，我們像魔鬼一樣編織謊言，我們告訴你“警網鐵金鋼”永遠抓得住殺手，亞奇邦克家沒有人罹患絕症，不管英雄的遭遇多麼凶險，別擔心，只要看你的錶，時間一到，結局自然完美。

我們處理幻想，但純屬虛構。而你們人類竟然竟日枯坐在此，不分年齡、膚色和宗教信仰。你們清楚瞭解我們，你們開始相信我們製造的幻覺。你們開始以為電視是真實的，你們自己的生活才是虛假的。你們模仿電視吃飯、模仿電視教育子女，甚至連思考也模仿電視，這真是集體發狂，你們是一群瘋子！

奉上帝之名，你們人類才是活生生的，我們僅是幻覺。所以，關上電視，現在就關掉電視，關掉電視並棄絕電視，在我這段話還沒說完以前，就關掉它，關掉它。

——Howard Beale，米高梅電影“螢光幕後”虛構的UBS電視網「電視新聞報導」空中頻道的瘋狂預言」的一段，1976年出品。（Printed by permission of Simcha Productions, Inc. © Simcha Productions, Inc. 1976）

原序

這是一本論及大眾傳播和它在美國社會扮演角色的書，但別具創意。重點在討論大眾傳播對生活究竟有何貢獻，以及它如何侵入我們的生活。本書並未採用一般教科書的傳統寫法，而從大眾傳播理論與效果 (communication theory and effects) 著手。書中只用極少統計數字，甚至未使用任何圖表支持論點，但我們仍以嚴謹的社會科學訓練全力投入，採用這種寫作方式自然有充分理由。

當代許多大眾傳播研究以許多短篇報告為主。這些短篇報告多半在一個小型地區訪問一小群受訪者後，蒐集統計資料並分析結果，研究者通常根據研究結果綜合整理提出結論，篇末還包括一系列研究發現，最後提出推論。

本書揚棄這種寫法，我們摘要、評鑑和闡述的目的不在研究，而在瞭解我們這些人和社會如何從生活的角度界定媒介內容。我們也審查我們和其他人應用這些定義的結果，目的則在自創一種最佳的整合匯通。這種整合的結論希望幫助大眾傳播領域的學生對於大眾傳播理論和效果，獲得有用的啟蒙指引。我們也希望本書能成為傳播學者發掘學術問題的來源。總之，我們最期望激發人們對於大眾傳播在日常生活扮演角色的創造性和批判性思考。

為什麼對聰明又興趣盎然的學生來說，現有社會科學研究的實用價值那麼有限？為什麼大多數的研究發現如此支離破碎又相互矛盾？

一種寬廣、整合的、前後一貫的大眾傳播研究取向有可能實現嗎？這都是本書作者嘗試回答的問題。我們並不希望提出的答案在不加評斷下就被接受，但我們希望拋磚引玉，引起辯論。我們對這些觀點沒有最後答案，但我們對於這些觀點非常認真。我們相信這些觀點對於人們思考如何使用大眾媒介，和媒介在我們社會扮演的角色，具有啓發作用。

本書另一重要目的，在幫助上這門課的師生建立課堂討論的議題。我們兩人從不同的媒介環境中成長，因此我們可以相互學習。就大眾傳播進入我們個人生活的各種途徑而言，並沒有瞭解這個問題的真正專家，也沒有理論能正確預言我們開電視或看電影時到底在做什麼，沒有理論能正確預言我們離開這些情境時的行爲；但我們對大眾傳播的經驗和反應通常和別人沒有兩樣。不管我們喜不喜歡，我們和成千上萬群眾分享相同媒介訊息；所以身為觀眾，我們對訊息的反應應該和其他人很類似。我們從大眾傳播得到一些想要的訊息，並想分享這方面的經驗，如果本書能幫讀者做好和大眾傳播溝通的工作，已達到最重要的目標了。

本書大致分爲三大部分。第一部分我們把自己的取向和許多傳統取向做對比，以瞭解大眾傳播，並指出不同取向的優缺點。我們想強調，我們倒沒有把自己的取向視爲反對其他取向的反命題。事實上我們相信大多數現存有關媒介效果和理論的研究取向，彼此能夠互補，而非相互競爭。第二部分始於第三章，終於第八章。這部分詳細說明我們研究取向的重點——即如何以作者的觀點進行分析。每一章都提出一些高潮，並討論一組概念。這些概念有助瞭解大眾傳播。最後一部分(第九章)，我們指出我們的取向如何用於發展大眾傳播的社會科學

研究。

有些讀者可能以為我們的取向較接近「人文學科」，因為我們比一般社會科學更強調人文學術的方法和概念。但我們也引用及依賴實證社會科學研究者的發現和理論。我們還採用符號互動論和現象學的社會發展理論。我們認為這種整合式的大眾傳播研究取向，將可克服目前各種流派互不交流的缺點，並且能灌輸大眾傳播研究新的活水。

為了幫助讀者瞭解我們及其他學者不同的研究取向，本書第一章和第三章提出一些基本問題，也提出可能的答案，希望澄清並補充說明主要題旨。我們提出相關理論和重要概念的定義與解釋，書中並有許多概念方面的圖表和說明方塊，每章之後附上有用的參考資料，協助對該章所提大眾傳播理論做進一步討論。

感謝所有幫助我們完成這個寫書計劃的朋友。我們曾經得到克利夫蘭州立大學和奧斯汀德州大學同事的寶貴建議。這些機構提供我們許多資源使本書得以順利完成。也許我們貢獻的最重要資源是我們的時間，長期進行這個有價值的工作，使我們本身獲益匪淺：我們也非常感謝系主任Sidney Kraus 和Robert Davis對於本書的支持。

對一本書的作者來說，手稿評閱通常是「必要之惡」，對這本書而言，則是「必要之善」。本書的評閱者不僅相當深入，更對初稿的主要繆誤鞭辟入裡，使我們不僅受益也能從善如流。當然書中仍有其他疏失，皆應由我們本身承擔。我們對下列諸位教授由衷感謝：麻薩諸賽大學的Jennings Bryant，威斯康辛大學麥迪遜校區的Steven H. Chaffee，哈特福大學的T. R. Donohue，中密蘇里州立大學的David Eshelman，田納西大學的Dan Nimmo，明尼蘇達大學的Gregory P. Stone，紐約市立大學研究所中心的Gaye Tuchman，伊利諾大學