

最新大眾傳播史

從古騰堡到網際網路的時代

Asa Briggs · Peter Burke 著

李明穎 · 施盈廷 · 楊秀娟 譯

A Social History
of the Media
FROM GUTENBERG
TO THE INTERNET



大眾媒體館 7

最新大眾傳播史

從古騰堡到網際網路的時代

A Social History of the Media From Gutenberg to the Internet

作者：Asa Briggs

Peter Burke

譯者：李 明 穎

施 盈 廷

楊 秀 娟

Weber
韋伯文化
良知・品味・責任

國家圖書館出版品預行編目資料

最新大眾傳播史：從古騰堡到網際網路的時代
/ Asa Briggs, Peter Burke 著；李明穎、施盈廷、
楊秀娟譯. — 臺北縣永和市：韋伯文化國際，
2006 [民 95]

面；公分. -- (大眾媒體館：MD01-007)
含索引

譯自：A Social History of the Media: From
Gutenberg to the Internet

ISBN 978-986-7557-87-2 (平裝)

1. 大眾傳播 - 歷史

1. 541.8309

95016826



Weber Publication International Ltd
Since 1998 良知 品味 責任
將學術當成一生的志業

大眾媒體館 MD01-007

最新大眾傳播史：從古騰堡到網際網路的時代

版權聲明

Chinese Translation © 2006 Weber Publication International Ltd
Copyright © 2002 Polity Press. (Author: Asa Briggs and Peter Burke).
Published by arrangement with Polity Press
through Bardon-Chinese Media Agency. All Rights Reserved.

作者：Asa Briggs and Peter Burke
譯者：李明穎・施盈廷・楊秀娟
發行人：陳坤森
出版者：韋伯文化國際出版有限公司
責任編輯：趙偉姣、江海寧、吳雅樂、李雅琳
客服專員：陳玉蟾
營業事業登記證字號：13118544
住址：台北縣永和市永和路街二段 285 號 6 樓
網址：<http://www.weber.com.tw>
Email：weber98@ms45.hinet.net
電話：(02)22324332
傳真：(02)29242812
出版：2006 年 11 月
ISBN-13：978-986-7557-87-2
ISBN-10：986-7557-87-5

◎個人郵政劃撥訂書一律九折優待，團體訂購另有優惠價格

郵撥帳號：19686241 戶名：韋伯文化國際出版有限公司
特價：350 元 版權所有 翻印必究

◎本書如有缺頁、破損、裝訂錯誤，請寄回本公司更換新書

指正候教區

本書前一版中譯本書名是：《大眾傳播史》，讀者除非經過評估，否則請勿重覆購買。敝社對品質期望甚高，且不斷地追求進步，此譯本是根據原文書 2005 年第二版重譯，新版增加不少內容，尤其是第八章「多媒體」幾乎是全新的章節。敝社又花近二個月時間，請趙偉紋、江海寧、吳雅樂、李雅琳等四人補譯並重新校正，品質有非常大幅度的躍升。敝社非常有心做好每一本書的翻譯工作，因此針對文中若仍有錯譯之處，歡迎讀者隨時至敝社網站(www.weber.com.tw)的「翻譯指正區」提供意見，若本書有再次出版的機會，敝社將秉持虛心受教的態度且不計成本再度改正之。

■追求社科優良品牌■

序言

本書藉由一個浩瀚且不斷延伸的主題，企圖呈現從過去至今，歷史帶給媒體研究以及媒體引入歷史研究的相關性。我們對於媒體的選擇，反映了本書對未來有所保留的樂觀，我們認為順著較新的傳播形式，它會持續在媒體間以一種嶄新的分工存在著，正如紙本印刷時代的表現一樣。

就本書的分工而言，伯克(Peter Burke)主要負責第一章至第三章，布里格斯(Asa Briggs)則是第四章至第八章的部份，至於本書內容的修訂則由兩位作者協力完成。從國王十字車站(King's Cross Station)到克萊橋(Claridge)等地方，他們在不同的場合定期地見面討論，並且以電話保持聯繫。二十一世紀的歷史學者也許會想記下本書的創作過程，兩位學者部份採手稿方式，部份則運用個人電腦書寫。儘管作者排斥開車和使用電子郵件，但這絕不會與他們對昔日、現在和未來的科技與社會變遷的研究興趣有所抵觸。

我們應該感謝勞芮尼(Amleto Lorenzini)，一開始就將我們結合在「傳播史」這個計畫中，以及湯普生(John Thompson)對於本書的期望。此外，本書其中一位作者：布里格斯(Asa Briggs)要感謝史賓塞(Pat Spencer)在秘書事務上的協助，另一位作者：伯克(Peter Burke)則感謝雷蒙(Joad Raymond)對於第三章草稿的評論。

目錄

圖表目次	v
序言	vii
第一章 緒論	1
第二章 印刷革命的脈絡	17
壹、重新思索印刷革命	24
貳、實體傳播	25
參、帝國與傳播	27
肆、跨大西洋傳播	30
伍、口語傳播	31
陸、書寫傳播	36
柒、傳播語言	39
捌、視覺傳播	41
玖、印刷圖像	42
拾、多媒介傳播	46
拾壹、媒介間的互動	50
拾貳、審查制度	56
拾參、秘密傳播	59
拾肆、市場的興起	63
拾伍、閱讀的歷史	70
拾陸、教育和娛樂	76
拾柒、印刷革命的再思考	78
第三章 近代歐洲媒介與公共領域	87
壹、宗教改革	88
貳、宗教戰爭和荷蘭暴動	97

參、從清教徒革命到光榮戰役·····	103
肆、啟蒙運動與法國大革命·····	112
伍、公共領域的多樣性·····	119
陸、商業、工業和傳播·····	121
第四章 從蒸汽到電力 ·····	123
第五章 過程與型態 ·····	141
壹、鐵路·····	141
貳、船艦·····	147
參、郵遞·····	150
肆、電報·····	154
伍、電話·····	165
陸、無線電·····	175
柒、電影與電視·····	188
捌、留聲機·····	208
玖、結論·····	211
第六章 資訊、教育與娛樂 ·····	217
壹、「第四階級」：新聞界·····	222
貳、廣播時代·····	252
參、電視時代·····	273
肆、評論與研究·····	286
伍、變遷的動力·····	296
陸、資訊社會·····	307
柒、結論·····	311
第七章 匯流 ·····	315
壹、豐饒、選擇與危機·····	317
貳、電腦·····	323
參、衛星·····	337
肆、有線電視·····	345
伍、視訊系統·····	349
陸、網際網路·····	357

柒、結論·····	363
第八章 結論：多媒體 ·····	371
壹、新的千禧年·····	373
貳、九一一事件與其後果·····	377
參、轉變中政治、科技背景下的公共廣電服務·····	381
肆、尾聲·····	390
傳播大事紀 ·····	393
延伸閱讀 ·····	409
索引 ·····	437

圖表目次

圖一：安農，〈聖柏納的幻覺〉	2
圖二：提多瑞多，〈聖馬克拯救奴隸〉	4
圖三：安農掛毯，啟示錄，〈十四世紀〉	11
圖四：勃頓在一六二一年出版《憂鬱的剖析》第一版中的樹狀圖	23
圖五：一六七五年出版第一份英國道路地圖《不列顛尼亞》	27
圖六：瑞典家庭識字測驗登記簿	37
圖七：一七六五年法令廢止，或稱美籍稅法女士的送葬隊伍	44
圖八：傑哈與弗拉戈納爾所繪之《讀者》	73
圖九：耶穌與教皇對比圖	94
圖十：戴著光環的馬丁路德木刻畫	95
圖十一：一九五六年反偶像膜拜的十七省與主要城市	100
圖十二：一六四四年，歐福頓於坎特伯利創作的小冊子	106
圖十三：載有政治符號的盤子，一七八九年	118
圖十四：蒸汽大王和煤炭大王焦慮地看著新生的電力	138
圖十五：〈平放的大西洋線電纜〉	149
圖十六：工作中的愛迪生	164
圖十七：「言語的織者」	119
圖十八：年輕的馬可尼	176
圖十九：〈爵士歌手〉，華納兄弟公司一九二七年影片	198
圖二十：哈姆史沃	212
圖二十一：在體育場上希特勒在宣傳活動部長歌培斯的協助下， 把麥克風當成是擴音筒一樣使用	254
圖二十二：圍爐夜話	256
圖二十三：瑞斯，英國廣播的締造者	260

圖二十四：電晶體收音機改變了空無一物的海灘與沙漠生活……	267
圖二十五：登陸月球……	299
圖二十六：報紙保有其力量……	312
圖二十七：白金漢郡的貝奇里園區使用「巨人」電子編碼遮斷器…	324
圖二十八 a：教育在傳播科技中發現同夥……	367
圖二十八 b：一九七〇年空中大學的首任校長派瑞……	368
圖二十九：網路搜尋引擎雅虎的創辦人……	387

1 緒論

根據《牛津英文字典》(*Oxford English Dictionary*)的說法，在一九二〇年代，人們就開始談論「媒體」(media)。一個世代以後，也就是一九五〇年代時，人們開始談論「傳播革命」(communication revolution)，但是對於傳播方法的探討，則遠遠早於傳播革命的討論。在古希臘、羅馬時代，人們已相當重視修辭學(rhetoric)這門屬於口語藝術與書寫傳播的學問。時至中古世紀，人們開始研究修辭學，到了文藝復興時期則投注更多熱情。

當十八、十九世紀開始出現其他重要思潮時，修辭學仍然備受重視。十八世紀末，首次出現了「民意」(public opinion)這個觀念，但是關於「大眾」(masses)的觀念，卻要到十九世紀初期以後才會被發現。當報紙的沿革被標示在歷史各個重要時期時，民眾得以藉此瞭解其他同胞的想法，進而形塑國族意識。

二十世紀前半葉，尤其是兩次世界大戰的發生，使學界的興趣轉向研究宣傳活動。到了最近，從法國人類學家李維斯陀(Claude Lévi-Strauss)到德國社會學家盧曼(Niklas Luhmann)，這些野心勃勃的學者延伸了「傳播」的觀念，並使其更廣泛。李維斯陀提出關於商品與女人的交換；盧曼提出關於權力、金錢及愛的交易，都構成各式各樣的「傳播媒體」(Kommunikationsmedien)。如果狀況真是如此，讀者或許已捫心自問，世上到底什麼才不算是傳播呢？另一方面，傳播歷史往往藉由演說、書寫、印刷、廣播、電視及近來的網際網路，把自身的內容限定在透過語文與圖像所進行資訊、觀念及娛樂的傳播。

特別有意義的一點是：學者在廣播的年代，才開始注意到口語傳播在古代希臘與中古世紀的重要性。一九五〇年代，電視發展

初期帶來了視覺傳播，並刺激了跨學科媒體理論的興起。從經濟學、歷史學、文學、藝術學、政治學、心理學、社會學到人類學，都對傳播學有所貢獻，也導致傳播與文化研究這類學術科系的出現。許多膾炙人口且融合新觀念的詞彙被學者創作出來，像是殷尼斯(Harold Innis, 1894-1952)曾提出「傳播偏向」(bias of communications)；談論「地球村」(global village)的麥克魯漢(Marshall McLuhan, 1911-1980)；追溯「野蠻心靈之馴化」(domestication of the savage mind)的古帝(Jack Goody)；還有提出「公共領域」(public sphere)的德國社會學家哈伯瑪斯(Jürgen Habermas)。公共領域是一個「論述」(discourse)的場域，人們在那個地方探究想法，並表達「公眾的觀點」(a public view)。

不論從那個出發點來說，本書所欲探討的是：對於愈來愈多在傳播與文化研究領域工作的人，還有那些不論專注於某個時期或某些事物的歷史學家而言，認真看待傳播(包含了傳播理論)及傳播科 3
技是有其必要性的。

例如，傳播科系的學生應該知道，某些媒體現象比一般認知的還要久遠，在此可用兩個例子來說明。今日的電視影集是遵循廣播劇的模式而來，而廣播劇則是延用了十九世紀雜誌裡故事集的模式，包括狄更生(Dickens)，到杜斯妥也夫斯基(Dostoevsky)等小說家，一開始都是採用這種方式，在雜誌裡出版他們的作品。同樣地，在一些二十世紀的傳統漫畫中，都是直接或間接採用更早以前的視覺慣用手法。在十八世紀的印刷品中，可以發現汽球對話框(Speech Balloon)，這種對話框採用了讓對話內容依次出現的「文本捲軸」(text scrolls)，在中古世紀宗教藝術中，聖母瑪利亞(the Virgin)和其他人物的口中會出現「文本捲軸」(參見圖一)。在提多瑞多(Jacopo Tintoretto, 1518-1594)的畫作〈聖馬克拯救奴隸〉(St Mark rescuing a slave)當中，聖馬克(St. Mark)被呈現的方式，是從天堂竄出並向下俯衝，就像是四百年後連環漫畫裡的超人(Superman)一樣，去拯救一名基督徒的俘虜(參見圖二)。

對新媒體的指責也都是因循相似的模式而來，不論指責的對象是電視或是網際網路，都把我們帶回早在十六世紀就曾經出現的



圖二：提多瑞多(Tintoretto)·〈聖馬克拯救奴隸〉(St Mark rescuing a slave, 1548)

爭辯中：強調刺激情慾的愛情小說或是戲劇，對閱聽眾有負面的影響。米蘭大主教聖巴瑞蒙(San Carlo Borromeo, 1538-1584)曾說過戲劇是「罪惡的禮拜」(liturgy of the devil)，而丹尼斯和美林(Dennis and Merrill)的《除去電視的四個論點》(*Four Arguments for the Elimination of Television*)一書中，第一章標題即為〈野獸的胃〉(The Belly of the Beast)。報紙的角色及靠報紙維生的新聞記者角色，一直頗具爭議：十七世紀時，對「公報」(gazeteers)的不信任以及對記者「扒糞」(muck-raking)行徑的指控，都變得司空見慣。

儘管這些事件都具有連貫性，但本書將專注探討媒體的變遷。在呈現這些變遷上，本書將試圖避開兩項危險：即主張每件事會變得愈來愈糟，或是假定每件事將會持續地進步。儘管作家相信這些潮流在他們的領域內常常是極具說服力且出色的，但我們應該要否定「潮流會朝著單一面向發展」這樣的暗示。因此，義大利歷史學家西普拉(Carlo Cipolla, 1969)在其《西方的識讀能力與發展》(*Literacy*

and Development in the West)研究中，強調識讀能力對於工業化、以及廣義的「進步」及「文明化」富有貢獻，並且認為識讀能力的普及意謂著……一個更具理性與包容性的生活取向。就這個觀點而言，西普拉的研究代表了二十世紀中期對於「現代化」(modernization)的信念，而聯合國教育科學暨文化組織(UNESCO)和第三世界國家(例如古巴)致力於推動識讀能力運動，便是植基於此信念。

這種取向所引發的問題需要被討論。所以，我們也要討論網際網路以及網際網路作為「民主化」(democratization)代理機制的潛力。就這點來說，我們不可能在網際網路的歷史裡作出下列總結：擴大接近使用的機會，和「由下而上」(from below)開始的轉變，最終會使得網路實現代理機制的角色。已經有些批評家擔心網路會逐漸損及各種形式的「權威」，對運作產生不利影響，並危及個人與集體安全。事實上，有些媒體專家關注於他們所謂的「媒體爭論」(media debates)，同時也關心媒體議題和長期發展。

像這種相對上較為簡短的歷史，肯定具有極端的選擇性，並有利於探討特定的主題：像是公共領域的角色、資訊的供應與散佈、網絡的成長以及中介性娛樂(mediated entertainment)的興起。雖然讀者對於「當引進新媒介時，舊媒介並未遭到淘汰，反而與新媒介共存與互動」這樣的現象經常謹記在心，但我們也必須關注於變遷，勝過關注於連續性。在印刷時代，手稿依舊是重要的，就好像電視時代中的書本與廣播。我們應該將媒體視為一個長期處於變遷狀態的系統，不同的元素會扮演不同程度大小的角色。

基本上，跟隨在社會與文化歷史之後的是政治、經濟，還要特別加上科技，儘管我們駁斥科技決定論(科技決定論依賴於易令人產生誤解的簡化概念)。我們受到美國政治學家拉斯威爾(Harold Lasswell, 1902-1978)著名但簡單的經典公式所影響，他將傳播描述成：誰(who)、說了什麼(what)、說給誰聽(to whom)、藉由什麼管道(in which channel)、達成什麼效果(with what effect)。「什麼」(內容)、「誰」(控制)、和「給誰聽」(閱聽人)這幾件事是同樣重要的，傳播環境(where)也一樣，不同群眾團體所聽到、看到或是讀到的反

- 5 應，都需要被研究。團體的規模有多大，和這些人是否形成「一個大眾」(a mass)息息相關。十九世紀期間，開始出現大眾語言，並且提醒我們以「人數多少」(how many?)來思考拉斯威爾所謂的「受眾」(whom)。

在歷史的每個時點上，傳播者的直接意圖、策略和技巧，都需要和傳播者操作於其中的脈絡產生關聯，而傳播者的操作是隨著彼此交換的訊息而進行的。就算有後見之明，要將長期效果分離開來也是相當困難，特別是使用某一項特定的傳播工具、而不使用另一項傳播工具時，所產生意想不到且有時令人驚訝的長期效果。的確，不論指涉一種單向因果關係的「效果」(effects)一詞是否正確，這個詞本身就是個具有爭議性的主題。至於「網絡」(network)和「網狀組織」(web)等詞，在十九世紀時就已經在使用了。

本書關注的是十五世紀末期之後的現代西方世界。敘述始於印刷時代(西元一四五〇年)，而不是字母時代(西元前二〇〇〇年)、書寫時代(西元前五〇〇〇年)或口語時代，儘管印刷的重要性通常歸因於這位最近被英國報紙《星期泰晤士報》(*Sunday Times*)(28 November 1999)讀者票選為「一千年來重要人物」的古騰堡(Johann Gutenberg, c.1400-1468)，但是印刷技術的歷史並沒有一個很明確的斷裂或起始點，有時候我們必須簡要地回溯自古代或中古世界。在那些時期，傳播無法達成立即的效果，但是傳播卻早已觸及已知世界的各個角落。

一些學者注意到媒體在古代世界的重要性，二十世紀的加拿大人殷尼斯(Harold Innis)即是其中之一。殷尼斯是位經濟學家，以他在加拿大發展的「大宗物資理論」(staple theory)享譽盛名，該理論提到在商業交易裡，毛皮、漁穫和紙張的交易相繼居於主導地位，還有這整個過程對加拿大社會的影響。「每類大宗物資都會依次地留下痕跡，當原有的大宗物資轉變為新的大宗物資時，便會無可避免地產生一段危機時期」。這篇研究促使他投入用來說明傳播對經濟、政治發展、殖民和後殖民重要性的新聞史與加拿大研究，並把他引領進入帝國與其傳播體系的比較歷史研究中，這些帝國包