

傳播理論講義

第一回

407782-1



社團
法人
考試
證照
考試
升學
考試
檢定
考試

考友社

出版
發行
考試
證照
考試
升學
考試
檢定
考試

傳播理論講義 第一回



第一講 大眾傳播概說.....	1
命題重點.....	1
重點整理.....	3
一、傳播的意義.....	3
二、傳播行為的要素.....	3
三、傳播的結構與模式.....	4
四、傳播學的發展.....	6
五、大眾傳播的意義與特質.....	12
六、大眾傳播的功能.....	12
七、大眾傳播理論與方法.....	16
八、大眾傳播的模式.....	19
九、大眾媒介的演進與特性.....	23
十、大眾傳播制度.....	28
精選試題.....	29

第一講 大眾傳播概說



- 一、傳播的意義
 - (一)字典及百科全書的定義
 - (二)傳播學者的界定
- 二、傳播行為的要素
 - (一)來源 (source) 與製碼者(encoding)
 - (二)受播者 (receiver) 與譯碼者 (ecoding)
 - (三)訊息 (message)
 - (四)通道 (hannel)
- 三、傳播的結構與模式
 - (一)傳播行為的結構與形式
 - (二)傳播模式的結構與內容
- 四、傳播學的發展
 - (一)傳播學兩大學術典範
 - (二)大眾傳播理論的發展
 - (三)著名的傳播學者
- 五、大眾傳播的意義與特質
 - (一)意義
 - (二)特質
- 六、大眾傳播的功能
 - (一)守望功能
 - (二)協調反應功能
 - (三)傳遞文化的功能
 - (四)提供娛樂的功能
 - (五)引導政商發展的功能
- 七、大眾傳播理論與方法
 - (一)大眾傳播理論的類型
 - (二)大眾傳播理論的觀點
 - (三)大眾傳播理論的研究途徑
 - (四)大眾傳播研究的範疇
 - (五)大眾傳播的研究方法

(六)大眾傳播研究的相關學術領域

八、大眾傳播的模式

(一)傳送模式

(二)儀式模式

(三)宣導模式

(四)接收模式

九、大眾媒介的演進與特性

(一)大眾媒介的簡史

(二)大眾媒介的特徵

十、大眾傳播制度

(一)大眾傳播制度的特徵

(二)大眾傳播系統的重要



一、傳播的意義

(一)字典及百科全書的定義：

1. 《牛津英文辭典》(Oxford English Dictionary) 將傳播定義為：藉說話、寫作、或形象，對某一觀念與知識等達成分享、傳遞或交換的過程。
2. 《哥倫比亞百科全書》(Columbia Encyclopedia) 的定義為：是一種思想與訊息的傳送，它與物的輸送不同，傳播基本的形式乃是透過形象的閱覽和音效的聆聽。

(二)傳播學者的界定：

1. 學者弗斯瑞翰 (Wallace C. Fotheringham)：「有關符號選擇，製造和傳送的過程，幫助接受者理解傳播在心中相似的意義」。
2. 學者李奇 (Andrea L. Rich, 1974)：「對一個訊息來源透過媒介；語文或非語文，記號或符號的傳達，並能在接受者的一方引起反應的過程」。
3. 學者強森等人 (R. A. Johnson et. al) 表示：「傳播是由一位發訊人及一位收訊人之間所建構的傳輸系統，在兩者間進行著回饋、控制的作用」。
4. 近代傳播學者宣偉伯 (W. Schramm) 指出：「傳播具有目的與方向，是一種將個人意向企圖影響他人的所有歷程」。他同時指出：「傳播的效能有賴傳送給接受者的『意義』，能為其產生所希望的行為的結果為何」。
5. 綜合上述各家學說立論的結構，歸納傳播的意義為「在一個情境架構中，由一個人或更多的人發出訊息，並由一個人或許多的人接收產出的訊息，再傳達出去並產生一些效果，這其中並含有一些回饋的行為」。

二、傳播行為的要素

所有傳播行為活動的結構要素主要包括有來源 (source)、訊息 (message)、通道 (channel)、受播者 (receiver) 這四大元素群組。

(一)來源 (source) 與製碼者 (encoding)：針對來源和製碼者，必須要考慮傳播技術的部分是指說話和寫作，受播者部分是指收聽和閱讀者他們的態度、知識程度、文化背景以及他們所身處的社會系統等領域。

(二)受播者 (receiver) 與譯碼者 (decoding)：傳播「來源」與「製碼者」及「譯碼者」及「受播者」，雖在傳播歷程的兩端，但因傳播行為係一種連續活動，因此「來源」可以變為「受播者」，「受播者」也可以變為「來源」，所以影響受播者與譯碼者的因素是為傳播技術、態度、知識、社會系統、文化。

(三)訊息 (message)：影響訊息的因素包括：

1. 符碼：包括語言、文字及音樂等。
2. 內容：訊息內容是「來源」為達到目的必須慎選題材及結構。
3. 處理：處理是對「來源」部分選擇安排符碼和內容的形式的。

(四)通道 (channel)：通道就是傳播訊息的各種工具，包括感覺器官、載送媒介等。選擇有利的通道增效於傳播的功能。因此，訊息對於通道的選擇至為重要。換言之，訊息的內容、符號及處理，均須與通道的選擇契合互動。

三、傳播的結構與模式

(一)傳播行為的結構與形式：

1. 結構：傳播學者法蘭克、譚希 (Frank, E. X. Dance) 認為，在現有的傳播結構定義中，在組織上包含了下列十五項具體明顯的結構成分 (conceptual component)，茲將其內容分析如下：
 - (1)意念的表達：傳播是將一種思想或意念經由符號或語文傳達交換。
 - (2)瞭解的達成：藉由傳播的過程瞭解他人，反之致力於他人對我的瞭解。
 - (3)社會互動的交往：即使在生物層次上的互動亦是傳播的一種，否則共同行動無以產生。
 - (4)去除不確定狀態：傳播因環境需要而產生，目的在去除不安定狀態並強化自我。
 - (5)傳輸：使用符號象徵事物如文字、圖畫、形象等，達成資訊、理念、感情、技術等傳輸的功能與過程。
 - (6)移換：傳播是一條聯接的線索，將某一事物的理念由單一的對象或一個人移向另一件事或另一個人的過程。
 - (7)連鎖的聯接：傳播是將生活世界中不相屬的部分相互串聯互動的過程。
 - (8)共構所有：傳播是將一個或多個獨占事物，並構人類相互間共有的過程。
 - (9)載具與通路：傳播是公文書類、商務契約、命令等傳輸的載具與通路。
 - (10)重現回憶：傳播行為的過程足以引一項思考注意，並藉以達成記憶的重現。



精選試題

一、人類傳播行為的形式有那些？

答：就微觀（micro）及宏觀（macro）兩個面向，人類傳播行為的形式可分為：

- (一)自我傳播（**intrapersonal communication**）：自我傳播（又稱內向傳播）係由個人自身發出訊號經處理（或直接反射）後，將接收訊號儲存運用的一項傳播系統。
- (二)人際傳播（**interpersonal communication**）：兩人或兩人以上之間（**inter-personal**）所進行的是一種連結互動的傳播活動與結構關係。亦即是藉由傳播雙方社會系統所訂定的傳播角色與規則，架構出傳播行為的社會關係，雙方在經驗領域交織的互動中建構資訊共通使用的組織結構。
- (三)面對面傳播（**face-to-face communication**）：參與傳播的成員在一個直接面對的相互空間下，進行一種能立即回饋形式的直接傳播。
- (四)小團體傳播（**small-group communication**）：兩人或兩人以上的組織在心理互動的活動下所形成團體，在這種結構關係內成員間進行一種直接而充分的傳播活動過程。
- (五)公眾傳播（**public communication**）：一種個人對群體進行的傳播活動；受播者在一定的目標引導下聚合在一定的場合中，接受一種近似單向的傳播行為，如演講、說明會等。
- (六)組織傳播（**organization communication**）：在一種正式組織的體制內，經由職位階層執行分工產生，以正式的職位角色取代私人的關係，進行傳播行為。
- (七)大眾傳播（**mass communication**）：藉由大眾媒介將產製的具體意識內容，傳播給非特定組織社會大眾的一種傳播行為，其特點是回饋行為不是立即明顯的。
- (八)國際傳播（**international communication**）：
 1. 狹義：凡藉由大眾傳播媒介，進行一種跨越國境範圍的傳播活動。
 2. 廣義：凡對能促進國際交流增進理解的傳播行為皆屬之，它包括異文化間傳播（**cross-cultural communication**）以及全球化的傳播（**global communication**）。

二、試述大眾傳播的功能。

答：拉斯威爾（H. Lasswell）在一九四八年即提出大眾傳播具有守望環境、聯繫社會各部門、傳遞文化遺產等三項功能。除了這三種功能之外，萊特（C. Wright）認為大眾媒介還有娛樂的功能。墨頓提出除了正功能外，大眾傳播也同時有負功能存在。分述如下：

(一)守望功能：

1. 大眾傳播提供資訊與新聞，告知環境中的危險，包括天氣預報及戰爭消息，使閱聽人能夠妥為因應，趨吉避凶。守望功能還包括提供與經濟、社會有關的基本資訊（如股票行情、商品行情、交通報導等）。
2. 大眾傳播執行守望功能時也有可能造成若干負面影響。比方說，大眾傳播提供潛在危險或威脅的消息時，可能造成大眾過度恐慌。拉查斯斐與墨頓則更指出，大眾傳播提供資訊時，也可能造成「麻醉人心」（narcotizing）的負功能。除此之外，大眾過度接觸「新聞」（不尋常、反常或特殊的消息）的同時，可能反而會忽略一些尋常、正常或一般性事務的重要性，變得喜新厭舊，甚至目光短淺。

(二)協調反應功能：

1. 媒介選擇及解釋與環境有關的資訊，對事件提出批評及若干解決之道。媒介在進行協調反應的工作時，常常是利用一些社論及宣傳，以便疏導社會各界的不同意見。媒介在呈現各種意見的過程中，能夠扮演強化社會規範及維繫共識（consensus）的角色，也能授予某些個人（如知識分子、政府官員等）獨特的地位，並且負擔起監督政府的責任。因為這種功能，媒介防微杜漸地消除了任何威脅社會安定的因素，而且也藉此使民意得到充分反映。
2. 媒介在「協調反應」的同時也可能造成反功能。例如，媒介灌輸刻板印象且強化人民安於現狀，可能阻撓了社會所需的良性變遷與創新，批評的聲音受到壓制，維護既得利益者。
3. 媒介在協調反應上的反功能，最常被提及的是伯斯汀（Daniel Boorstin）所創的「假事件」（pseudo-events）一詞，或是所謂的「『形象』或『人格』的大量生產」——這些是公關業者最在行的。

(三)傳遞文化的功能：

1. 將社會規範、價值傳遞給社會的新生成員。在此過程中，媒介透過擴大共同經驗的基礎，達成社會應有的凝聚與整合。這個過程是持續性的，媒介社會化的對象廣及受過教育後的成人，以及未受正式教育的兒童。值得一提的是，媒介在這過程中提供人們一個可以認同的社會，使個人不致無所適從，或產生無根的飄泊感。
2. 因為大眾媒介具有「非親身性」（impersonal）的本質，很可能使得它所描繪的社會變得「非人性化」（depersonalization），此即大眾媒介在傳遞社會遺產功能上可能衍生負功能。換句話說，大眾媒介很