

社會學對媒體閱聽人研究之啓示*

黃靖惠**

《摘要》

本文以臺灣學者對閱聽人的研究為例，探討社會學對大眾傳播學的啓發。文章首先指出社會學與大傳學共同關切媒體文本、機構及閱聽人，接著析論閱聽人研究對社會學各學派的應用。分析發現，研究最常引用結構功能、衝突、社會變遷等理論，而呼應了社會學思潮的流變。此外，研究層面擴大，跳脫主流的傳播研究。最後，共同焦點為閱聽人的主體性，對各理論則予以支持或否證。社會學之啓示因此在於研究層面的多樣性及對閱聽人主體性的辯證。

關鍵詞：大眾傳播學、社會學、閱聽人

智慧藏

* 《中華傳播學刊》匿名審稿委員所提供的意見對本文的修改極有助益，作者致上誠摯謝意，同時感謝學刊主編及編輯委員會對編務的辛勤投入。
** 臺灣師範大學社會教育學系(新聞組)副教授。
E-mail: j_h_hwang@hotmail.com

壹、前言

某種知識領域受到其他領域的影響或啓發，並非罕見、也絕非只是照本宣科，例如：經濟學對於投資者心理的研究即大量引用心理學理論，不僅擴大心理學理論的應用層面，亦檢驗了理論的相關論述；教育界引用社會學的理论，探討學校教育在社會所扮演的各種角色，而系統地形成一門學科——「教育社會學」。同樣地，大眾傳播研究運用其他領域的知識或受到其他領域學者的影響，也可見不少例子。譬如，奠定傳播研究的四大始祖，不論是 Lazarsfeld、Lewin、Lasswell 或 Hovland，在「傳播的交叉口」停留一陣子、回答他們本行的問題後，在 1950 年代均又各自回到所屬的社會學、團體動力心理學、政治學及心理學等領域(李金銓，1988：10-15)。此外，十多年來臺灣學者紛紛關切媒體的性別議題，引用的理論也相當廣泛，包括心理學或精神分析等。可見從早期到近來，大眾傳播研究不時受到其他領域的啓發或影響。

這種所謂的啓示或影響，除了部份係由原生領域的學者主導「跨行」的研究之外，本質上多為受啓發或受影響的一方自行加以推演，將原生領域的概念進一步運用。這種推演的可行性與重要性，則可以由後續相關論述的多寡予以檢驗。值得重視的是，臺灣近年來引用社會學理論及觀點的大眾傳播研究在數量上有增無減。這或許由於學術環境愈加成熟而視野更加擴展之故；也或許因為傳播與社會本就息息相關，大眾傳播媒體是社會中的一個重要機制，許多傳播現象同時也是社會現象，因此以社會學角度來探討有其可行之處，甚至具有必要性。當然，傳播現象也豐富了社會學的研究範疇，並且可用以印證某些社會學說的觀點，因此傳播研究對於社會學也有所貢獻；然而社會學「輸入」傳播理論的情形較少、向傳播領域「輸出」理論的情形較多，可見二者彼此獲得的養分有別：社會學引用傳播現象來論證自己的理論，而傳播領域引

用社會學理論來研究自己的現象。

需要說明的是，傳播領域所引用的社會學理論，部份係由社會學者針對傳播現象所直接提出的看法，部份則為社會學者的立論被傳播界間接加以引用。這些引用，均形成社會學對傳播研究的啟示與影響。同時鑽研社會學理論並關切傳播現象的 Ryan 和 Wentworth(1999: 24-40) 即指出，儘管 19 世紀中葉至 20 世紀初期的一些社會學家，如 Karl Marx、Emile Durkheim、Max Weber，以及社會心理學家 George Herbert Mead 等人，並未直言媒體的效果及媒體在社會中所扮演的角色，但可以將他們的古典學理加以闡釋與延伸。引用他們及後起社會學者的論點來分析傳媒在社會中所扮演的角色，則包含下列四個取向(approach)：

- (1)人文取向——以媒體文本為分析的焦點，例如關切創作者的生活文化，至於媒體訊息的效果則限於臆測；
- (2)社會問題取向——關切文本對閱聽人所產生的影響，尤其是媒體的長期效果；
- (3)大眾傳播取向——關切媒體文本對閱聽人所產生的影響，著重於特定媒體訊息的短期立即效果；
- (4)產製文化取向——以媒體機構為分析的焦點，探討產製文本的機構組織文化或整體社會文化(Ryan & Wentworth, 1999: 19-21)。

筆者認為，第一個取向即是傳播研究的文本分析，第二、三取向依序可參照傳播的涵化理論及說服傳播，最後則是守門人理論或傳播政治經濟學；而進一步來看，這些取向的分析焦點可區分為：(1)傳播媒體的文本；(2)媒體與閱聽人的關係；(3)媒體機構的運作。以大眾傳播學來看，文本、閱聽人、機構此三者確為研究的焦點，例如 Taylor 和 Willis(1999)之專書即由它們分述相關的傳播理論與研究。因此，社會學及大眾傳播學兩者關切的焦點有不謀而合之處。當然，傳播研究的重點可更為細化，例如著名的拉斯威爾傳播模式就包括 who、what、which channel、whom、what effect 五個範疇。不過筆者認為，who 可以個別探討，但與 what 同為文本分析的重要層面之一；而分析 effect 時，一定會論及 whom。以此觀之，這五項仍可大致區分為媒體文本、機構、閱聽人等三個層面。

透過這三層面，我們可探討社會學對大眾傳播研究的啓示。其中，閱聽人層面特別引起筆者關注，因為社會學各個學派似乎都有觀點被引為閱聽人傳播研究的理論基礎，引用的情形值得探究。本文因此將焦點放在閱聽人部份，並舉臺灣學者完成的傳播論文為例，探討大眾傳播研究引用了哪些社會學理論與思潮。

貳、閱聽人研究：由社會學的學派與範疇析論之

顧名思義，社會學探究的對象為人類群居生活所形成的社會。人類社會種種現象及關係，包括宗教、社會階層、社會福利、社會變遷等，均為社會學這一門知識分析的焦點，因此其範疇廣大而內涵複雜，為人文社會科學的核心知識之一。然而，不同的時空背景與思想家產生不同的學說與理論，後人就立論角度的相似與差異，區分為不同派別。

一般均由功能學派、衝突學派、互動學派等析論各個古典的社會學理論，然而如何區分新興的社會學理論，則顯得見仁見智。在各家之言中，筆者認為 Wallace 和 Wolf (1998)提出的分類架構清楚而兼顧古典及新興的社會學思潮，值得加以參考與運用。詳言之，Wallace 和 Wolf 將社會學理論區分為五大學派(結構功能學派、衝突學派、符號互動論、現象學、理性選擇理論)以及三個新興的理論範疇(身體社會學/社會生物學、社會變遷理論、現代/後現代主義理論)，並指出各個學派及理論發展的時空脈絡。不過，Wallace 和 Wolf 指出，社會變遷理論、現代主義/後現代主義理論的焦點均在於社會的改變，因此筆者認為可將其同樣列為社會變遷的理論範疇，亦即將原來區分的五大學派及三個新興理論範疇，稍微簡化為五大學派及二範疇。下文將由這七類來析論閱聽人研究，而各個社會學家及理論分屬哪一學派或範疇亦以 Wallace 和 Wolf 的觀點為依據，儘管其他論者或有不同的看法。

一、結構功能學派

該學派強調，任何一項社會體系通常都具有特定的功能，而顯現的功能則讓該體系得以在整個社會結構中存在，社會結構中也存在著其他體系與之扣連與呼應。Emile Durkheim、Talcott Parsons、Robert K. Merton 都是結構功能學派代表性的學家，新興的社會學者則包括 Jeffery C. Alexander、Neil J. Smelser、Niklas Luhmann 等人(Wallace & Wolf, 1998)。

以該學派的主張來看，大眾傳播媒體在社會結構中亦具有特定的功能。不過，上述所舉代表性及新興的結構功能學者並未詳論傳媒在社會中所發揮的效用。其他學者加以引申思考，則未必強調傳媒的功能。例如，Ryan 和 Wentworth (1999: 28-30, 38-39)認為，以 Durkheim 的思想來看，符號或各種象徵的影響力取決於社會團體的結構強弱，以及個人的判斷或情感；處於團體結構不斷改變的當代社會中，媒體訊息被解讀的方式變得較個人化而難以預測，換言之個人不會輕易地接受符號或受騙。我們可說 Ryan 和 Wentworth 對於 Durkheim 思想的詮釋，一方面強調了社會中各個體系均有其結構與特性，另一方面則認為傳媒在社會中傳遞訊息的特性不具明顯的效用，儘管這應是媒體基本的特性與存在的價值；前者具有結構功能學派的精神，後者則似乎跳脫該學派的範疇。

值得注意的是，大量的傳播研究深具結構功能學派的精神，雖然並未特別引用相關社會學家的理論。自 20 世紀初期開始，奠立傳播研究的始祖包括 Lazarsfeld、Lasswell、Hovland 等人便紛紛關注傳媒的功能，後人亦前仆後繼加入研究的行列，媒體對閱聽人的「效果研究」因而被稱爲主流的傳播研究。陸續提出的傳播研究與理論，舉凡說服傳播、議題設定、涵化理論等，均以結構功能學派爲典範標竿(林東泰，1999：47-49)。臺灣學者在這方面完成了不少的研究，但未引用社會學家的論點，而以傳播理論爲探討基礎，包括說服傳播(陳尚永，1998；郭貞，張卿卿，2003；鄭自隆，1994)、議題框架的呈現與影響(林靜伶，1999；

陳憶寧，2002)、使用與滿足(劉幼琍，1998)、涵化理論(吳翠珍、楊幸真，1992；湯允一，陳毓琪，2003)等。

簡言之，結構功能學派對傳播閱聽人研究的啓示，在於該學派整體的主張與精神，不在於特定學者觀點的引用。結構功能學派曾在社會學佔有優勢主位多年，其他學派隨後崛起並具挑戰之姿，與該學派相關的傳播研究近年來即顯得不再獨領風騷。下文首先分析衝突學派以及相關的閱聽人研究。

二、衝突學派

對於社會結構的分析與研究，結構功能學派之外主要的選擇及取向即是衝突學派。結構功能論者著眼於社會各體系的互賴與協調，而衝突論者的視角在於各團體間權力的爭取與衝突。不過，衝突學派內存有觀點的分歧，主要區分為二支。其中一群論者認為社會科學家具有針砭社會的道德義務，故研究分析應帶有價值觀，並且相信有可能建立理想的社會秩序而衝突不再發生；另一派則主張社會科學應如同自然科學般客觀而不具價值判斷，並且視衝突為社會生活中無可避免且永久存在的一部份。屬於第一群的社會學家及思潮包括馬克思主義及新馬克思主義、法蘭克福學派、Pierre Bourdieu、C. Wright Mills，這些主要都受到 Karl Marx 的影響，並被稱為「批判的」理論家，因為總是批評社會，尤其是統治階級與權力的菁英份子等，而法蘭克福學派的主張更被慣稱為「批判理論」；第二群的學者包括 Ralf Dahrendorf、Lewis Coser、Randall Collins，他們的論述仍顯現 Marx 的影響力，但重要的影響則源自於 Max Weber 的作品(Wallace & Wolf, 1998: 69-70, 78)。上述的學家及思潮之中，有些會直接批判傳媒的表現及在社會中所扮演的角色，因此常被大眾傳播研究加以引用，包括了馬克思及新馬克思主義、法蘭克福學派、Bourdieu 等批判的論述，本節將依序予以探討。

(一) 馬克思及新馬克思主義

馬克思主義最顯著的特質，在於主張經濟因素決定社會的結構與改變，並且引發各階級間的衝突；人們只要改變生產方式，就改變他們所有的社會關係，一個社會的歷史因此是經濟地位與階級的奮鬥史。這種重視物質的歷史理論，強調生產的方式與關係是「下層結構」，同時決定了社會的本質以及「上層結構」如政府、法律及思想。

依據財物的擁有及生產的方式，Marx 區分了兩個對立的階級：資本家及地主 vs. 無產階級之普羅大眾，並強調前者剝削後者。除了經濟階級之外，他指出女性也被資本社會及有產家庭剝削(Marx & Engels, 1967: 77-78)。馬克思社會主義的女性主義論者引用這個觀點指出，家事勞動亦具有經濟價值，而女性從事沒有薪酬的家務是被剝削的(van Zoonen, 1996: 36; Wallace & Wolf, 1998: 84)。細究之，女性主義包含了不同的流派，馬克思社會主義只是其中之一。但不同流派對某些議題具有共同的立場，例如對於傳媒所扮演的社會角色，包括如社會主義的、自由的及激進的女性主義，均認為傳媒是傳遞性別刻板印象及父權價值的主要工具，而共同倡議媒體的改變(van Zoonen, 1996: 40)。整體而言，女性主義對傳播領域的影響，主要在促使學界重視女性的文本類型以及閱聽人。所謂女性的文本類型，即是女性比男性較常接觸的文本種類，例如羅曼史小說、電視劇、少女或婦女雜誌等。幾項經典的國外研究(如 Ang, 1985; Frazer, 1987; Radway, 1987) 顯示，此一類型文本的女性閱聽人似乎具有雙重主體性：一方面主動且積極地使用文本，因而對於父權文化所界定的順從角色具有抗拒的意義，但另一方面吸引女性的這些文本，其意識型態與兩性的日常角色扮演在本質上是一致的、均是支持父權文化的；亦即呈現了「主動使用媒體/抗拒父權 vs. 被動接受媒體/支持父權」的現象。由於這二者在本質上相互衝突，因此女性與文本互動的經驗及所代表的意義值得探討與思索。在臺灣，女性的媒體使用情形亦受到學界的重視，陸續針對不同性質的文本進行研究。研究結果分

歧，例如一部電視劇可以引起觀眾不同的共鳴並激發不同女性的自我實踐能力(林芳玫，1996：183-216)，然而女性對於瘦身廣告及言情小說的反應卻不具有顛覆父權結構的力量(林芳玫，1994：266-314；張錦華，1998)。筆者認為，儘管關於女性力量的研究結果有別，這些研究仍具有共同點，即：在批判媒體文本蘊含的意識型態之時，顯現了「女性的渴望與嚮往，以及由此而衍生的種種掙扎與努力」(林芳玫，1994：266)。

以馬克思主義來看，那些接受父權價值的女性閱聽人，係被「虛假意識」所欺瞞；一個社會存在的各種虛假意識，讓優勢階級的地位獲得合理化，而讓弱勢階級無法瞭解自身真正的利益。Marx 對於社會既存的意識形態提出批判，後人受到啓發亦提出相關論述，包括新馬克思主義論者如 Antonio Gramsci 與 Louis Althusser 等。他們除修正原始馬克思主義對經濟結構的重視，改而強調上層結構的重要性，並各別提出「文化霸權/爭霸」(cultural hegemony)以及「意識形態國家機器」(ideological state apparatuses)的主張，直指媒體具有的意識形態在階級、族群等權力關係的建構上扮演重要的角色，因此成為分析媒體文本的利器，例如被引用以探討新聞報導對特定政黨勢力加以維護或顛覆的意涵(張錦華，1991)。不過，兩位理論的引用在於文本意識形態的分析，至於閱聽人的解讀則需運用其他理論與研究方法。

(二) 法蘭克福學派

馬克思主義學者 Herbert Marcuse、Theodor Adorno 與 Max Horkheimer 等人所形成的法蘭克福學派，指稱標準化運作的媒體為「文化工業」(culture industry)，並批判媒體以營利為目的，輕視其大量生產的流行產物與文化 (Adorno & Horkheimer, 1947, 引自 Adorno, 1991: 85; Taylor & Willis, 1999: 94-96)。他們指出，媒體的大量產物所維持的都是人們未經思考的社會現狀，因此指出文化工業的效果是「反啓蒙」(anti-enlightenment)而大眾是被欺騙的，消費者並非文化工業的主體而是客體 (Adorno, 1991: 85, 92)。Adorno 表示，儘管以實驗法才能確認

文化工業對人們意識形態的作用，但以「滴水穿石」的角度來看，人們必然會受到影響而產生相似的行爲(Adorno, 1991: 91)。筆者認爲，這種觀點與之後於 1960 年代成形的大眾傳播涵化理論(cultivation theory)實相應和⁽¹⁾。而在傳播學界，後人關於媒體長期的效果則多引用涵化理論大將 George Gerbner 的研究、少引述 Adorno 的論點，這或許因爲 Adorno 主要提出了概念，而 Gerbner 的論述相對較爲完整，包括了假設與研究方法。

相較之下，法蘭克福學派對學界的影響不在於閱聽人研究，而在於媒體機構的分析。該學派以文化工業的概念來形容媒體商業取向，這個論點一方面遭致部分學者的批評(例如 Lull, 1995: 123)，因爲並非所有的媒體工作者都奉行資本主義，但另一方面成爲文化社會學的重要概念之一，並且經常出現在媒體分析的論述中，無論是綜論台灣相關產業的現況與未來(蔡英文, 2002)，抑或探討特定產業的經營與表現，如廣告業、報業及有線電視業等(張苙雲, 2000)。

(三) Pierre Bourdieu

Bourdieu 所提出「文化資本」(cultural capital)與階級不平等的複製，亦深受 Marx 的影響。在各種物質與非物質的資本中，Bourdieu 特別關注一個人所擁有的文化資本，亦即對文化價值的品味與消費模式；他強調，教育背景、內化而持久的習癖/生存心態(habitus)等因素，促使不同階級的文化資本在世代間複製(reproduction)而無法轉變(transformation)，優勢階級會在品味上顯現出一種自然而非刻意模仿的「秀異」(distinction) (Webb, Schirato & Danaher, 2002: 22-24, 146-147; Wallace & Wolf, 1998: 111-115)。至於媒體在文化資本的複製與轉變上所扮演的角色，Bourdieu 並未詳加探究，但相關主張對閱聽人研究具有啓發的作用，尤其在消費文化方面。例如，孫秀蕙及馮建三(1995: 83-88)分析發現廣告業者透過特定的製碼策略來彰顯商品的「名牌」特質，以吸引那些期待擁有特定社會地位的消費者；郭良文(1998)亦以廣告爲研

究焦點而指出，可以透過 Bourdieu 對於階層與品味的論述來析論商品化社會及認同的建構。

在資本的競逐方面，Bourdieu 另外指出，任何場域均具有支配者與被支配者的競爭，因此要分析各個行動者的日常生活，就是要了解在特定場域中，行動者如何運用習癖及資本來爭取有利的位置(蔡筱穎，2000：90-92；劉維公，1998)。Bourdieu 對於場域以及行動者的論述，對傳播學界亦具啟發性。首先，在研究方法與研究觀點上，翁秀琪(2000)指出這些論述有助於對研究方法的省思，例如以口述歷史來探討行動者的生活經驗；張錦華(2001)則運用這些論述，提出一個兼顧閱聽人主體與社會結構權力再製的辯證觀點。其次，在媒體批評上，馮建三(2000a)引用 Bourdieu 的論點，評論媒體的經濟運作導致某些社會成本，並掩蓋社會權力結構而掌控閱聽人的主體性。

上述分析顯示 Bourdieu 對閱聽人研究具有重要的影響，其論述分別被運用在消費文化的探討、研究方法與觀點的思考，以及媒體的評論。不過，尙未有實證研究以臺灣的閱聽人爲例，進一步檢驗 Bourdieu 的論點。

(四) 小結

本節探討衝突學派對傳播研究的啟發，而以馬克思主義及新馬克思主義、法蘭克福學派、Bourdieu 等論述爲例。首先，馬克思主義及新馬克思主義的引用主要在於閱聽人對媒體意識形態的解讀與接受，例如女性閱聽人與父權意識的研究；然而對女性閱聽人的關注，亦受到女性主義的影響，而女性主義具有不同派別及研究重點，故下文將另舉傳播研究加以探討。其次，法蘭克福學派對於文化工業的批判，所帶動的研究主要針對媒體機構而非閱聽人。最後，Bourdieu 的論述對於閱聽人研究深具影響，被運用在廣告及消費現象的分析、閱聽人研究的方法與觀點等，而焦點則爲個體文化資本的爭取以及社會權力結構的再製。

三、符號互動論

社會心理學家 Herbert Blumer 首創符號互動論一詞，來描述隸屬同一群體的人們所共同具有的符號與認知。除了 Blumer 之外，George Herbert Mead、Erving Goffman、Arlie Russell Hochschild 及 Patricia Hill 等人均為代表性的符號互動論學者，他們分析的重點為人際的關係與互動，但特別關切個體的特殊決定及行爲，故與結構功能學派對社會常規的重視有所不同 (Wallace & Wolf, 1998: 189-191)。

符號互動論學者對傳媒並未加以評析，而以該學派探討的焦點來看，其對傳播研究的啟發主要在於人際傳播，而非大眾傳播。不過，Ryan 和 Wentworth (1999: 34-38)認為，對於自我(the self)發展及姿勢動作(gesture)在人際溝通的符號意義均深入鑽研的 Mead，其論述可被應用來分析大眾傳媒在社會中所扮演的角色；詳言之，媒體一方面取代面對面、親密的人際互動與傳播，另一方面促成各種團體的形成，包括熱烈討論某新聞事件的話題圈(topic circles)、關切社會議題與利益（如環保、優生保健等）的群體(social interest collectivities)、以媒體所呈現的優質生活為依歸而聚集的群體(lifestyle clusters)。可見 Ryan 和 Wentworth 對 Mead 論述的延伸思考，兼顧了 Mead 對群體關係的研究以及大眾傳播的相關現象。

台灣的大眾傳播研究對於符號互動論的引用則不明顯。比較特別的是，林東泰(1999: 22-28)在探討該學派與大眾傳播理論的關係時，將焦點放在符號學而強調符號乃是傳播研究的根本，並指出無論是議題設定、涵化理論或自我認同的研究，都在探討媒體如何建構閱聽人的符號生活，因此「顯現符號學或符號互動論對傳播理論的重要性」。然而如上文所論，議題設定及涵化理論主要係以結構功能學派為典範標竿。

四、現象學

與上述各學派相較，現象學屬於較新的學派。如同衝突理論，現象

學亦包含了數種不同的角度與觀點。不過，彼此仍具有共同的主張，即人類每日經歷的真實與現象係由社會群體視為當然的概念所日積月累建構而成，例如女性每日生活的角色以及地位是由社會的看法所界定；而對於社會文化的觀點和秩序的維持，現象學派予以批判，因此與結構功能學派立場迥異(Wallace & Wolf, 1998: 253-254)。較具代表性的現象學論者，包括 Harold Garfinkel、Dorothy E. Smith 和 Peter Berger，而前二者對於傳播與女性研究有所啟發，本節分別討論如下。

(一) Harold Garfinkel

Garfinkel 被視為俗民方法論(ethnomethodology)的創始者，而自承觀點乃深受 Alfred Schutz 的影響。其實與結構主義論者相同，Garfinkel 亦關注人類行為的基本信任與功能；不過與結構主義不同的是，Garfinkel 意圖分析每日生活中有哪些觀點被視為理所當然，並打破對社會秩序加以質疑的禁忌。為了進行分析，他提出了民族誌方法論並以此為名於 1967 年出書，之後許多學者加入這個陣營，陸續提出相關理論與資料蒐集的方法，包括開放式或深入訪談、參與式觀察、錄影等(Wallace & Wolf, 1998: 258-271)。

俗民方法論因不採量化統計，故被歸為質性的研究方法，在質性研究的演變上扮演重要的角色(Denzin & Lincoln, 1994)。傳播學界對質性研究的重視則似乎是十多年來的事；筆者認為，在 Moores (1993)列舉出以質性方法進行的幾項閱聽人重要研究並說明該方法的價值之後，質性方法在傳播學界可說是確立了其與量化研究相輔相成的地位。台灣傳播學界在最近十年也紛紛出現質性的閱聽人研究，而於 90 年代初期開始受到台灣重視的文化研究對質性方法的採用則深具影響，因為文化研究所關注之日常媒體使用的情境以及文本意義的解讀均以質性方法進行研究。

就研究方法而言，我們可見閱聽人研究已採用 Garfinkel 的俗民方法論。然而以研究的論點來看，採用俗民方法論的研究未必對社會常規

加以質疑，例如僅是探討閱聽人對電視新聞畫面的接收(黃靖惠，2002)；分析社會規範的研究則並未特別引用 Garfinkel 的論述，而是另行參考研究主題的相關理論，例如林芳玫(1996)研究女性閱聽人對媒體再現兩性關係的看法，即綜論現象學並引述女性主義、文化研究及收訊研究等。因此，Garfinkel 對傳播領域的影響在研究方法而非理論觀點。

(二) Dorothy E. Smith

如同 Garfinkel，Smith 也意圖探討被視為理所當然的社會觀點，但對女性特質與角色的界定特別關注。雖然屬於現象學派，Smith 另外引用了衝突學派的思想，強調權力的差異，因此所提出的「女性主義者立場理論」(Feminist Standpoint Theory)旨在探討弱勢的女性身處父權社會的生活經驗，常被應用在其他弱勢階級的研究(Wallace & Wolf, 1998: 283-291)。

Smith 對於進行統治的各項機制相當關切，在傳統兩性觀念傳遞管道的研究上著述甚多⁽²⁾。然而與 Gramsci 及 Althusser 不同的是，Smith 並未特別強調媒體的力量，因此 Smith 的論述與女性主義的關係明顯，而對傳播研究的影響較不直接。在台灣對於女性閱聽人的分析之中，特別強調現象學的為林芳玫(1996: 10-12)的研究，指出可透過現象學的角度來探討媒體如何形塑人們對女性角色的認知並累積為無庸置疑的常識，但並未突顯 Smith 這方面的論述。

(三) 小結

上述的討論顯示，在方法方面，Garfinkel 的俗民方法論對於閱聽人研究在質性資料的蒐集上有所影響；在理論方面，現象學對於傳播研究的啟發則不在於個別學者的論述，而在於現象學基本主張的引申，即媒體如何塑造人們每日生活的常識。除了上文林芳玫針對女性閱聽人所進行的研究之外，戴育賢(1994)以現象學為基礎，詳論客觀、主觀、象徵真實三者的關係，並指出傳播研究應探討的重點包括三點：(1)媒體

如何透過客觀的社會真實來影響人們的行動；(2)人們如何透過媒體來維持或修改自己所能了解的主觀真實；(3)人們如何以其主觀的意識活動來改變所遭遇的客觀真實。蔡琰(1995)則以現象學的觀點，比較不同類型的電視劇反映社會真實的程度。戴育賢的理論分析及林芳玫的實證研究均強調文本所呈現的概念以及閱聽人的詮釋與行動，而蔡琰的分析著重在文本，三者顯示了現象學對於文本意義與閱聽人研究之啟發性。

五、理性選擇理論

該理論主張人類具有理性，而依據個人認為達成目標最有效的方法來行動；在資源有限的世界裏，這代表著人類不斷地評量可行方案並進行選擇，該學派的學者即主張：研究社會行為就是將人類視為資源缺乏的理性決策者而分析彼此的互動(Wallace & Wolf, 1998: 294)。這種研究取向包含了不同的理論，也產生不同的影響。首先，「交換理論」(exchange theory)於 1960 年代在社會學學界引起廣泛注意，強調社會互動乃是有形及無形資源的交換；這理論對政治學深具啟發性，經常被引用以分析選票等酬賞的交換。另外，探討求勝策略的「遊戲理論」(game theory，或譯博奕理論)則在國際關係及軍事策略研究佔有一席之地。整體而言，理性選擇理論的研究焦點可區分為：(1)個人及小群體的行為；(2)機構的、巨觀的層面，具代表性的社會學家則分別包括：(1) George Homans；(2) Peter Blau 與 James Coleman。

其中，Coleman 關於遊戲理論與公眾選擇的論述，結合了微觀與巨觀的層面，經常被理性選擇論的學者們引用來分析機構的發展。就傳播學界而言，Coleman 的論著對於媒介機構化研究亦具啟發性。由於是 Lazarsfeld 的門生，Coleman 對傳媒直接提出了評論，尤其強調傳媒與商業組織、政府機構等均是被建構的(constructed)，在社會體系中屬於新的元素，因此不是「自然人」(natural persons) 而是「法人行為者」(corporate actors) (Coleman, 1991)。至於媒體組織顯現了哪些活動與特質，以及媒介機構化研究如何引用 Coleman 的論述，由於本文重點在

閱聽人研究而非機構，故留待後續研究加以詳論。

六、身體社會學 / 社會生物學

部份社會學家強調人類行為除了受到社會常規、個人觀念與興趣的影響之外，也深受生理構造的影響。這種對生理層面的重視，可進一步區分為兩種主張：身體社會學(sociology of body)及社會生物學(sociobiology)。前者主張人類的認知與經驗乃社會文化與生理因素兩者不斷互動的結果，而身體受到社會的規範，因此在不同的社會之中表現出不同的行為與意義；後者重視不同社會的共同現象，強調人類的生物本質以及進化的理論與歷史(Wallace & Wolf, 1998: 368-369, 382)。

就上述論點的形成與發展而言，Michel Foucault 扮演了相當重要的角色，因為他喚起了社會學家對身體的重視。Foucault 指出，對人民的身體加以凌虐或處以極刑，都是政府維持社會秩序的手段；此外，對理智、瘋癲、正常的性關係之界定，均涉及權力的結構(Foucault, 1988: 189-190; Wallace & Wolf, 1998: 370-371)。因此透過人們如何看待及討論身體，Foucault 探討了知識的形成與權力的運作，而其論述的影響主要在於身體社會學方面。除此之外，女性主義探討兩性關係而免不了討論身體，故亦為促成社會學家對身體予以重視的因素之一，而其影響則涵蓋身體社會學與社會生物學兩者。Foucault 與女性主義的影響，亦顯示了傳播研究與身體社會學 / 社會生物學之關聯。

首先，在新傳播科技閱聽人方面，多篇研究探討了一般認為具有「特殊」性取向(sexuality)而相對弱勢的族群(例如男女同志)如何在網路空間「現身」而集結、展現真實身份認同而對外發聲，例如成忠一(1998)、簡家欣(1998)與陳耀民(2000)的分析；林鶴玲及鄭陸霖(1999)、郭良文及柯裕棻(1999)、李承翰(2000)則綜論了虛擬權力、社會運動與文化形式的發展。不過，上述各篇研究多以社會運動及網路空間為理論的基礎，顯示這部份研究與網路科技興起有很大的關聯；至於身體社會學，上述研究並未加以詳述，但其中李承翰的論文引用了 Foucault 的主張，顯示

對台灣學界而言 Foucault 的論述比身體社會學較具直接影響力。而在媒體與性別研究方面，林芳玫(2000)以羅曼史的共同主題——性暴力為例，探討其生物基礎及媒介再現的特性，則直接引用了演化論及社會生物學的論述，不過分析的對象並非閱聽人而是學術研究者。整體而言，閱聽人研究受到身體社會學以及社會生物學的啟發有限。

七、社會變遷理論

如前所述，本文將 Wallace 和 Wolf 析論之社會變遷理論及現代主義/後現代主義一併列為社會變遷理論的範疇。而依據他們的觀點，探討社會改變的代表性理論或學者包括：世界系統理論、演化模式及宇宙演化論、Jürgen Habermas 的溝通行動理論、現代與後現代主義、Anthony Giddens 及 Ulrich Beck。在這些之中，世界系統理論、Habermas 的理論、現代與後現代主義三者，對傳播研究似乎別具啟發性，本節分述如下。至於社會學家 Giddens，其著作龐多，尤其提出了「結構化理論」(structuration theory)，但本節將著重於他對世界系統理論所提出的論述。

(一) 世界系統理論

Vladimir I. Lenin 首先指出，先進的資本主義國家為了持續的利潤而實行帝國主義，對其殖民地進行各種剝削；與這種馬克思論述相當接近的是於 60、70 年代出現的「依附理論」，代表的學者為 André Gunder Frank，提出了「中心」與「邊陲」的概念，並強調二者的差別在於邊陲國的需求及發展均受制於中心國 (Wallace & Wolf, 1998: 159-160)。Immanuel Wallerstein 則在一系列「當代世界系統」的著作中進一步指出「半邊陲」的概念，且強調在資本主義下一個透過經濟因素連結的全球體系首次實際成形；在這體系裏，不同地區扮演不同角色，例如邊陲地區提供原料給核心地區的企業，而核心地區扮演剝削者的角色控制著邊陲地區的原料及人力運用(Wallerstein, 1974，引自 Wallace & Wolf,

1998; Wallerstein, 1988)。「中心」、「邊陲」與世界系統的概念引起不少迴響與討論，而在二十世紀晚期逐漸出現「全球化」一詞，描述一種全球聚合的趨勢，其中部份論述對於 Wallerstein 有所批判，例如 Giddens(1985: 168-172)指出政治與軍事等非經濟因素，在當代世界體系中同樣重要。

對傳播學界而言，無論是帝國主義、邊陲/核心或全球化的論述，均具有啟發性。以經濟上的帝國主義論述為基礎而發展出的文化/媒介帝國主義，成為大眾傳播學重要理論之一，探討歐美強權對全球媒體市場的宰控及對弱勢國家民眾思想的影響(李金銓，1988：260-278；Tomlinson, 1991: 6-23)。由於臺灣在全球媒體結構中的相對弱勢，因此不論是探討媒體機構抑或閱聽人，如果主題涉及國外媒體，即延續文化/媒介帝國主義的立論，大致不脫「國外/影響者」vs.「臺灣/被影響者」對立的討論模式。不過，在社會學專注於「全球社會」(world society)的出現而部份論述同時強調全球與在地二者價值的連結(Pieterse, 1995；劉維公，2000)之後，傳播研究的立論基礎與模式產生了變化。在閱聽人研究方面，魏均(1999)首先討論兩種理論取向的差異(全球化理論/閱聽人主動創造豐富多元的全球文化 vs. 文化帝國主義/閱聽人遭受他國之文化宰制)，並提出研究方向的修正。此外，閱聽人對各種資訊的接收模式、以及這些模式對全球化的意義，亦引發學界進行有系統地研究，分析的面向包括「混雜」收看本國及外國電視節目的現象與原因(蘇蘅、陳雪雲，2000)、對於異文化的消費與認同(李丁讚、陳兆勇，1998)等。上述研究指出，本國的電視節目及流行音樂仍然吸引部分閱聽人，因此文化認同的現象包含了相當多的層次。整體而言，對世界系統相關理論的引用，顯現了他國媒體與本地閱聽人不同的互動樣貌：從單純的宰制與被宰制關係，到二元對立的突破。

(二) Jürgen Habermas 的溝通行動理論

Habermas 強調，透過溝通的行動，社會方能運作與進化，而溝通

行動者的生活世界(lifeworld)即包含且建構了社會改變的歷程(Habermas, 1988)。他指出，溝通行動是一種特別的社會互動，目的在促進彼此的瞭解而不在於達到個人目的；在「理想的溝通情境」裏，每個人都具有平等發言的機會，透過理性的溝通而可獲致真確的觀點(Habermas, 1972; Wallace & Wolf, 1998: 178)。關於理想的溝通情境，Habermas 以十八世紀歐洲的咖啡館、藝文沙龍等談話空間為例，進而提出「公共領域」的主張。所謂公共領域，是一個實踐相互主觀性的場域，讓不同的需求獲得表達與理解；真理的宣示即有賴於這樣的機制與民主的歷程（翁秀琪，1996；Habermas, 1972, 1989）。傳播媒體曾經是理想型公共領域的代表，但媒體商業化之後，已逐漸喪失提供時政評論的功能以及做為公共論壇的理想（張錦華，1994；Habermas, 1989）。

不少傳播研究進而引用 Habermas 的理論觀點來探討媒體在當代社會中的功能，包括發展公共媒體的展望（林麗雲，2001；馮建三，1998，2000b）以及特定媒體的公共性分析，例如報紙（張茂桂、蕭蘋，1994）、電腦網路（方念萱、蘇彥豪，1998；林東泰，1999：543-546；孫秀蕙，1995.12.3）及有線電視公共頻道（吳宜蓁，1998）等。以電腦網路為例，近年來已成為民意抒發的重要管道，然而許多調查發現，不同社經背景的民眾上網頻率呈現明顯差異，即所謂的「數位落差」(digital divide)。此外，上網者亦有「使用者」與「默觀者/沉默者」之別（王鳳儀，1997；方念萱、蘇彥豪，1998）。因此，就溝通行動與公共領域的理論論之，媒體與閱聽人兩者同樣可以參與社會的發展，尤其閱聽人應該是「有意見亦知道透過媒體表達意見」的主體；不過上述的分析發現，並非所有閱聽人具有相同的媒體使用能力、條件、或意願，這顯示了 Habermas 理論的限制，也支持了部份社會學家對其理論過於樂觀理想化的評論⁽³⁾。

（三）現代／後現代主義

理性與效率自 17、18 世紀的啓蒙運動開始，即被視為現代性的特

徵，而約於 1930、40 年代出現了另一種觀點，強調人類認知的不穩定性與社會混沌複雜的特性，這種觀點主張即為「後現代主義」(Green, 1994)。在這共同的主張之下，後現代主義學者可進而區分出不同的支派與研究重點，社會學家 Charles Lemert(1997)則認為包括三群：(1)強調在現代社會之後已經出現一種截然不同的社會，這種改變尤其受到傳播媒體的影響，研究重點即在於媒體如何影響人們的生活經驗；(2)同樣主張社會的改變，而探討現代性的特徵如何產生變化，以及秩序規範如何無法實踐人類的潛能；(3)亦認為社會的本質已有重大轉變，但所關注的不在於社會層面，而在於文學層面的言說(discourse)與文本。

上述以第一群學者對於後現代主義的閱聽人研究最具直接的影響，第三群的啟發性則在於文本分析。就閱聽人研究而言，第一群學者之中 Jean Baudrillard 的論述相當受到重視，無論是傳播學家 Fiske (1996) 或社會學家 Wallace 和 Wolf (1998) 都認為他在這一方面提出了重要概念。Baudrillard 強調，媒體使人類的生活「影像飽和」，但影像與經驗都是支離破碎的，而影像與真實之間沒有差異存在，都是「擬像」；人類正處於擬像「內爆」的時代，即後現代的情境，而大眾僅消費影像符號不再重視內涵意義 (Fiske, 1996)。Baudrillard 的論述在臺灣也引起迴響，陳光興(1992；Chen, 1987)即由傳播學的角度加以析論，並稱 Baudrillard 為「後現代(媒體)社會的解剖師」。陳光興另外以 MTV 及 KTV 為例，分析後現代媒體文本的特質，但並非以閱聽人為分析重點。綜觀臺灣的傳播研究，除了文本分析之外，在閱聽人方面似乎尚未以後現代主義為基礎進行實證研究。這或許因為一般相信閱聽人與文本的互動仍然涉及內涵意義，而非僅僅注意符號表面的組合。因此閱聽人研究顯示了後現代主義反理性的限制，也突顯了 Wallace 和 Wolf(1998: 409)的關切：後現代主義未來是否能在社會學扮演重要的一席之地？

(四) 小結

本節由世界系統理論、溝通行動理論及現代/後現代主義，一一探

討社會變遷理論與閱聽人研究的關聯。分析發現，最少被閱聽人研究引為理論基礎的為後現代主義；而閱聽人研究對三者的引用除了直接顯現閱聽人在社會變遷歷程中如何使用媒體，並間接顯示這些理論的限制，包括 Habermas 溝通理論忽略人類「非理性」(nonrational)的一面，以及後現代主義「反理性」(antirational)而忽略認知思考意義的能力(引用 Smelser, 1998)。

參、結語

透過臺灣學者完成的閱聽人研究，本文探討大眾傳播研究引用了哪些社會學理論與思潮。分析發現，社會學寬廣的角度及豐富的傳播研究，讓我們對閱聽人與傳播媒體的互動，產生更深入的認識，也整體地擴展了幾方面的知識，包括：

一、閱聽人研究發展的歷史與脈絡

從選舉投票，到全球化及後現代現象，這些研究各有其發展的時空背景。大眾傳播研究在反映歷史洪流的同時，也吸收了社會學的觀點。而將閱聽人研究加以對照社會學理論及範疇，可以發現最常被引用的社會學理論包括結構功能學派、衝突學派以及社會變遷理論。對批判衝突和社會變遷等理論的重視，則顯示傳播研究符應了社會學理論思想的流變，即自 1960 年代以後，結構功能論逐漸失勢，取而代之的就是這些理論(簡守邦，2000：350-351；Wallace & Wolf, 1998: 401-402)。因此，掌握社會學理論發展的背景，不僅有助於橫向地瞭解各傳播研究的內涵，亦能充實傳播典範及流派發展脈絡的縱向歷史知識。

二、閱聽人研究的面向與焦點

從階級衝突、文化產業、文化資本、全球化、到公共領域等理論的

相關傳播研究來看，可以發現閱聽人研究面向的豐富（包含經濟、文化、政治等），以及研究焦點的多元（例如兩性關係的發展、社會流動與運動、民意與公共領域、本土與全球的關係等）。研究層面與主題的不同，明確顯現了社會學的貢獻，因為如果沒有這些理論與思潮，傳播研究的範疇將相當有限，或許仍舊侷限以選舉投票、暴力傾向、使用與滿足等為研究之重心。

三、閱聽人與媒體的互動與主體性

透過上述各節對理論與研究的討論，可以發現閱聽人研究共同的焦點在於閱聽人的主體性，差別則在於關切的層面不同（包括文化、政治、兩性關係等）以及其中部份主張閱聽人是被宰制的、部份認為閱聽人是自主的。對於閱聽人主體性的觀點分歧，這是傳播學界長久以來即存在的現象，可以回溯傳播萬能論及有限論兩者的差異。事實上，社會學家更早分別提出類似的觀點，例如 Adorno 認為民眾易受欺瞞（見上文），而 Durkheim 的學說則指出符號被解讀的方式相當個人化且難以預測（Ryan & Wentworth, 1999: 28-30, 38-39），不過傳播萬能論和有限論並未提及這些社會學家。值得注意的是，對社會學理論的應用除了顯示閱聽人與媒體互動的複雜性之外，同時也支持或否證了社會學的部份理論。

由上所述，社會學對傳播閱聽人研究之啟示，主要顯現在研究層面的多樣性以及對閱聽人主體性的辯證。至於社會學者是否舉傳播研究的結果為例，納入相關理論的討論之內，以及如何引用及析論，則值得傳播學界觀察。

註釋

- (1) Marcuse 等人被稱為法蘭克福學派，係因他們曾於德國法蘭克福大學的社會研究所共事。該單位於 1923 年成立，他們陸續加入並提出重要的論著。1930 年代中期，這些代表性的成員紛紛因政治立場而走避美國；戰後該單位於 1949 年重新設立，Adorno 及 Horkheimer 重返法蘭克福。直到 60 年代，法蘭克福學派的論述才在英語系國家廣為週知(Wallace & Wolf, 1998: 100)。美國學者則於 60 年代末期，針對社會的動蕩與暴力，開始相繼發表媒體涵化的研究成果。
- (2) Smith 代表性的專書包括 *The everyday world as problematic: A feminist sociology* ; *The conceptual practices of power: A feminist sociology of knowledge* ; *Texts, facts, and femininity: Exploring the relations of ruling*.
- (3) 相關評論可參見 Wallace 和 Wolf, 1998: 178-179。

智慧藏

參考書目

- 方念萱、蘇彥豪 (1998)。〈網路傳播中的對話與對峙——以女性主義連線版的言說為例〉，《新聞學研究》，56：183-218。
- 王鳳儀 (1997)。〈網路上的沉默者：以中興大學法商學院的 BBS 使用者為例〉，「1997 中華傳播學會年會」論文。台北。
- 成忠一 (1998)。〈網際網路在同志平權運動中的角色研究——以台北常德街事件為例〉，《性別與空間》，5：145-155。
- 李丁讚、陳兆勇 (1998)。〈衛星電視與國族想像：以衛視中文台的日劇為觀察對象〉，《新聞學研究》，56：9-34。
- 李金銓 (1988)。《大眾傳播理論》(四版)。台北：三民。
- 李承翰 (2000)。《網際網路與社會運動團體及個人增權》。元智大學資訊傳播研究所博士論文(未發表)。
- 林芳玫 (2000)。〈性擇論與色情：評析研究者如何挪用演化論術語傳達性別刻板印象〉，《新聞學研究》，65：131-156。
- 林芳玫 (1996)。《女性與媒體再現——女性主義與社會建構論的觀點》。台北：巨流。
- 林芳玫 (1994)。《解讀瓊瑤愛情王國》。台北：時報文化。
- 林東泰 (1999)。《大眾傳播理論》。台北：師大書苑。
- 林靜伶 (1999)。〈新聞框架與意念的再現——論題取徑的分析〉，《研究彙刊 C：人文及社會科學》，9(4)：590-607。
- 林麗雲 (2001)。〈公共領域與公共媒體〉，《當代》，164：68-85。
- 林鶴玲、鄭陸霖 (1999)。〈當社運碰上網路：台灣社運網路經驗的相關課題與意義的初探〉，「1999 資訊科技與社會轉型研討會」論文。台北：中研院社會所。
- 吳宜蓁 (1998)。〈有線電視公用頻道與社區意識：描繪一個「公用頻道運作中心」的藍圖〉，《新聞學研究》，56：219-236。
- 吳翠珍、楊幸真 (1992)。〈美國電視暴力對兒童影響之研究回顧——就性別差異來探討〉，《美國月刊》，7(4)：117-130。
- 翁秀琪 (2000)。〈多元典範衝擊下傳播研究方法的省思：從口述歷史在傳播研究中的應用談起〉，《新聞學研究》，69：9-33。

- 翁秀琪 (1996)。《大眾傳播理論與實證》(修訂再版)。台北：三民。
- 孫秀蕙 (1995年12月3日)。〈電腦溝通應體現自由平等的精神〉，《中國時報》，第11版。
- 孫秀蕙、馮建三 (1995)。《廣告文化》。台北：揚智。
- 陳光興 (1992)。〈布西亞：後現代(媒體)社會的解剖師〉，葉啓政(編)《當代社會思想巨擘》，頁188-209。台北：正中。
- 陳尚永 (1998)。〈影響消費者廣告記憶的訊息因素探討——以臺灣地區大學生為例〉，「第六屆中華民國廣告暨公共關係學術與實務研討會」論文。台北：政治大學。
- 陳憶寧 (2002)。〈候選人負面新聞框架對政治憤世嫉俗感與責任歸因的影響〉。《中華傳播學刊》，創刊號：215-247。
- 陳耀民 (2000)。〈虛擬情境下的真實身份認同：以台灣 IRC 系統為例〉，「第五屆性教育、性學、性別研究暨同性戀研究國際學術研討會」論文。桃園：中央大學。
- 郭良文 (1998)。〈台灣近年來廣告中認同之建構——解析商品化社會的認同與傳播意涵〉，《新聞學研究》，57：127-157。
- 郭良文、柯裕棻 (1999)。〈網路空間的型塑與文化形式之探討〉，「1999 臨界空間與社會國際學術研討會」論文。台中：東海大學。
- 郭貞、張卿卿 (2003)。〈如果你被唬弄了你會怎樣？探討唬弄式廣告之效果〉，「2003 中華傳播學會年會」論文。新竹：交通大學。
- 湯允一、陳毓琪 (2003)。〈台灣地區青少年電視使用、個人經驗與世界觀——一個涵化分析研究與討論〉，「2003 中華傳播學會年會」論文。新竹：交通大學。
- 馮建三 (2000a)。〈Bourdieu 對文化與媒體研究的啓示〉，《傳播研究簡訊》，21：11-12。
- 馮建三 (2000b)。〈臺視華視公共化的意義與作法〉，《廣告雜誌》，111：14-16。
- 馮建三 (1998)。〈公共廣電、市場競爭與效率：關於 BBC 前途的論述〉，《廣播與電視》，3(4)：21-44。
- 張茂桂、蕭蘋 (1994)。〈「族群」議題的詮釋——兼論報紙與公共領域問題〉，《台大新聞論壇》，1：98-122。

- 張苙雲編 (2000)。《文化產業：文化生產的結構分析》。台北：遠流。
- 張錦華 (2001)。〈從 Bourdieu 的文化社會學看閱聽人主體/結構辯證關係的研究〉，《傳播文化》，9：61-106。
- 張錦華 (1998)。〈女為悅己者容？瘦身廣告的影響研究——以台北市一般高中職學生為例〉，《民意研究季刊》，203：61-90。
- 張錦華 (1994)。《傳播批判理論》。台北：黎明。
- 張錦華 (1991)。〈新聞與意識形態〉，《報學》，8(4)：176-183。
- 黃靖惠 (2002)。〈電視新聞畫面的呈現與接收：以民國九十年選舉開票報導為例〉，《視聽教育雙月刊》，43 (6)：2-12。
- 劉幼琄 (1998)。〈原住民對廣電媒體使用與滿足之調查分析〉，《台大新聞論壇》，5：167-209。
- 劉維公 (2000)。〈全球文化與在地文化的「連結」(connection)關係：論日常生活取向的文化全球化研究〉，《臺大社會學刊》，28：189-228。
- 劉維公 (1998)。〈習性(Habitus) 與偶成性(Kontingenenz)：P. Bourdieu 與 N. Luhmann 的理論介紹〉，《台大社會學刊》，26：1-51。
- 蔡琰 (1995)。〈電視劇的教育娛樂功能與劇中意識形態分析〉，《廣播與電視》，2(2)：57-74。
- 蔡英文 (2002)。〈我國加入 WTO 對文化發展之衝擊〉，《社教雙月刊》，107：22-31。
- 蔡筱穎譯 (2000)。《布赫迪厄論電視》，台北：麥田。(原書 Bourdieu, P. [1996]. *Sur la télévision*. Paris: Liber.)
- 鄭自隆 (1994)。〈自傳式政治廣告之表現方式及其效果之比較研究〉，《廣告學研究》，3：115-143。
- 魏 均 (1999)。〈全球化脈絡下的閱聽人研究——理論的檢視與批判〉，《新聞學研究》，60：93-114。
- 戴育賢 (1994)。〈大眾媒體與真實建構：一次現象社會學的探討〉，《新聞學研究》，48：169-192。
- 簡守邦譯 (2000)。《社會學理論思想的流變》，台北：韋伯文化。(原書 Callinicos, A. [1999]. *Social theory: A historical introduction*. Oxford: Polity.)
- 簡家欣 (1998)。〈90 年代台灣女同志的認同建構與運動集結：在刊物網

- 絡上形成的女同志社群》，《台灣社會學研究季刊》，30：63-115。
- 蘇蘅、陳雪雲 (2000)。〈全球化下青少年收看本國及外國電視節目之現況及相關影響研究〉，《新聞學研究》，64：103-137。
- Adorno, T. W. (1991). *The culture industry: Selected essays on mass culture* (edited with an introduction by J.M. Bernstein). London: Routledge.
- Ang, I. (1985). *Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination*. London: Methuen.
- Chen, K-H (1987). The masses and the media: Baudrillard's implosive postmodernism. *Theory, Culture and Society*, 4(1), 71-88.
- Coleman, J. (1991). Constructed social organization. In P. Bourdieu, & J. Coleman (Eds.), *Social theory for a changing society* (pp. 1-16). Boulder, Col.: Westview Press.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (1994). Entering the field of qualitative research. In N. K. Denzin, & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (pp.1-18). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Fiske, J. (1996). Postmodernism and television. In J. Curran, & M. Gurevitch (Eds.), *Mass media and society* (2nd edition)(pp. 53-80). London, New York: Arnold.
- Foucault, M. (1988). *The care of the self: Vol. 3 of the history of sexuality*. London: Allen Lane.
- Frazer, E. (1987). Teenage girls reading *Jackie*. *Media, Culture and Society*, 9(4), 407-425.
- Giddens, A. (1985). *The nation-state and violence: Vol. II of a contemporary critique of historical materialism*. Cambridge: Polity.
- Green, A. (1994). Postmodernism and state education. *Journal of Education Policy*, 9(1), 67-83.
- Habermas, J. (1972). *Knowledge and human interests*. London: Heinemann.
- Habermas, J. (1988). *The theory of communicative action, Vol. II.: Lifeworld and system* (T. McCarthy, Trans.). Cambridge: Polity. (Original work published in 1981).
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere*.

Cambridge, Mass.: MIT Press.

- Lemert, C. (1997). *Postmodernism is not what you think*. Malden, Mass.: Blackwell.
- Lull, J. (1995). *Media, communication, culture: A global approach*. Cambridge: Polity Press.
- Marx, K. & Engels, F. (1967). *The communist Manifesto*. Harmondsworth, Middlesex: Penguin.
- Moore, S. (1993). *Interpreting audiences: The ethnography of media consumption*. London: Sage.
- Pieterse, J. N. (1995). Globalization as hybridization. In M. Featherstone, S. Lash, & R. Robertson (Eds.), *Global modernities* (pp.45-68). London: Sage.
- Radway, J. A. (1987). *Reading the romance: Women, patriarchy, and popular culture*. London: Verso.
- Ryan, J. & Wentworth, W. M. (1999). *Media and society: The production of culture in the mass media*. Needham Heights, Mass.: Allyn & Bacon.
- Smelser, N. J. (1998). Presidential address: The rational and the ambivalent in the social sciences. *American Sociological Review*, 63(1), 1-15.
- Taylor, L. & Willis, A. (1999). *Media studies: Texts, institutions and audiences*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Tomlinson, J. (1991). *Cultural imperialism: A critical introduction*. London: Pinter.
- van Zoonen, L. (1996). Feminist perspectives on the media. In J. Curran, & M. Gurevitch (Eds.), *Mass media and society* (2nd edition)(pp. 31-52). London, New York: Arnold.
- Wallace, R. A., & Wolf, A. (1998). *Contemporary sociological theory: Expanding the classical tradition* (5th edition). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Wallerstein, I. (1988). *The modern world-system III: The second era of great expansion of the capitalist economy, 1973-1840*. New York: Academic Press.

Webb, J., Schirato, T., & Danaher, G. (2002). *Understanding Bourdieu*.
London: Sage.



**The Insights Derived from Sociology
by Mass Communication Research on Audiences**

Jing-Huey Hwang*

Abstract

This paper aims to explore the contributions of sociology to communication studies, using Taiwanese scholars' research as examples. It begins with a review of the similarities between sociology and mass communication research and explores the common connections in media texts, organizations, and audiences. It then analyzes how audience studies have been inspired by various theories of sociology. The analyses indicate that Functionalism, Conflict Theory, and Evolution Perspectives have been the major resources, and the shift of theory origins appearing in audience research has echoed the development of sociology. Furthermore, research scope has broadened to encompass issues that have not been explored by mainstream communication studies. Finally, most studies have focused on audiences' subjectivity, but they have shown different results, some supporting and yet some opposing theories of sociology. To conclude, the insights derived from sociology are presented in both the broadening of research scope and the dialects concerning audiences' subjectivity.

Keywords: theories of mass communication, sociology, audience

* Jing-Huey Hwang is Associate Professor at the Section of Journalism, Department of Adult and Continuing Education, National Taiwan Normal University, Taipei, Taiwan.