

# 閱聽人研究的新趨勢\*

## —收訊分析的理論與方法

翁秀琪\*

### 《中文摘要》

本論文旨在介紹八〇年代以後，在閱聽人研究領域裡的新趨勢——收訊分析的理論與方法。全文共分五部份。

第一部份介紹閱聽人研究質的與量的傳統，以丹麥學者簡生及瑞典學者羅森哀的分類方式而言，共列舉了閱聽人研究的五個傳統：（1）效果研究；（2）使用與滿足研究；（3）文學批評；（4）文化研究及（5）收訊分析。美國學者林羅夫則從閱聽人質的分析切入，區分五大類型的研究取向：（1）社會現象學派；（2）傳播規則理論；（3）文化研究；（4）收訊分析；（5）女性主義研究。兩種分類方式均提及收訊分析，並凸顯了此一研究的重要性。

本文第二部份討論實際研究上的問題，即解釋及批判的爭論。解釋性的學者較著重於凸顯社會關係與閱聽人論域之間的關係。因此，他們對於媒介文本的形式特徵和文本生產的條件等較不重視，強調意義是由閱聽人本身所建構出來的。而批判性的學者則致力於說明意識如何被潛藏，權力關係是如何被再生產的。他們的主要目的在於批判社會中的結構性影響。所謂解釋性和批判性研究，只是方便於分析的理想型，事實上，許多研究是兼具解釋性和批判性的特徵的。

---

\* 本文作者翁秀琪為政治大學新聞系副教授。

\* 本文改寫自作者於民國八十一年五月廿三、廿四日「中華民國傳播教育發展方向系列研討會」，後收編於《傳播研究新視角》第壹號同名論文。

第三部份介紹收訊分析的三大流派和收訊的三種型態。所謂三大流派指的是：(1) 文化研究傳統，例如安和摩利的研究；(2) 社會心理學的傳統，最常被提及的是厲伯茲和凱茲的研究；(3) 認知心理學的傳統，可以瑞典學者何傑為代表。至於收訊的三種型態，指的是：(1) 檔案式的收訊；(2) 關聯的收訊和(3) 下意識的收訊。

本文第四部份探討收訊分析方法上的一些問題，諸如收訊分析的步驟、信度和效度的問題、概判的問題以及情境的問題等，均予著墨。

作者在結論中指出收訊分析的未來發展方向：(1) 應結合多種不同的研究方法和學術傳統，繼續探討閱聽人的收訊行為，多方累積實證結果。(2) 應多作跨國的比較研究。(3) 應致力於理論的發展。

## 壹、閱聽人研究質的與量的傳統

丹麥的大眾傳播學者簡生及瑞典的羅森袞(Jensen and Rosengren, 1990)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(effects research)；2 使用與滿足研究(uses and gratification research)；3 文學批評(literature criticism)；4 文化研究(cultural studies)；5 收訊分析(reception analysis)。(註一)

簡生和羅森袞分別將這五個傳統劃歸為社會科學及人文典範，其中效果研究和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。

社會科學以社會學、心理學及社會心理學等為基礎。這個典範以訊息、閱聽人及社會情境來代表大眾傳播過程的重要組件，並以既定程序來研究傳播過程，並將之以圖示或統計的形式呈現出來。而人文典範則以文本／論域、接收者、情境者三者代表大眾傳播過程的重要組件，有系統，但並不以既定的程序傳播，主要描述媒介論域（內容結構）如何使接受者在特定社會情境中感知特定的意義。（翁秀琪，民八一，頁

121)

至於社會科學及人文典範所採取的方法，亦有相當大的差異。社會科學要求研究者遵循一定的研究程序，亦強調客觀原則，要求研究者依理論、假設形式、觀察、分析、解釋，並呈現研究結果，即所謂「量」的分析。人文典範的研究則重「質」的分析，強調研究者應置身其中，就行動者(actor)的觀點來了解現象的全貌，亦即韋伯所謂的「瞭解」(verstehen)，因此，舉凡資料的蒐集、分析與解釋並不被視為分立的部份。(同前註，頁121-122)

除了上述簡生及羅森袞對閱聽人研究五大傳統的分類以外，美國學者林羅夫(T.R. Lindlof, 1991)則在「廣播與電子媒體季刊」上發表的一篇名為「媒介閱聽人的質的研究」的文章裡，將閱聽人質的研究區分為五大類。

林羅夫指出，閱聽人質的研究在發展之初並未受到注意，直到一九八〇年才乍現曙光，而林氏認為促使這項突破性發展的是英國學者摩利(David Morley)及美國學者拉爾(James Lull)，前者作了一項有關英國BBC的新聞性雜誌節目「全國」("Nation-wide")節目的閱聽人研究(D. Morley, 1980)，而後者則發表了一篇名為「電視的社會使用」的文章(J. Lull, 1980)。(轉引自Lindlof, 1991, p.23)

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。到了一九八〇年代末期，「收訊分析」(reception analysis)「閱聽人的俗民學研究」(audience ethnography)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。

林羅夫對閱聽人質的研究所區分的五大類型是(Lindlof, 1991, pp.25-30)：

(1) 社會現象學派(Social-phenomenological style)、(2) 傳播規則理論(communication rules)、(3) 文化研究(Cultural Studies)、(4) 收訊分析和(5) 女性主義研究(Feminist Research)。

可見，不論是閱聽人的質的或量的傳統中，都認為收訊分析是閱聽人研究領域裡的新趨勢。收訊分析事實上也成為不同理論典範的交會處。

## 貳、解釋(interpretive)和批判(critical)的爭論

解釋和批判迄今仍是哲學與實際研究的爭辯核心，但二者皆是收訊研究的特色。

解釋性的學者較著重於凸顯社會關係與閱聽人論域之間的關係。因此，他們對於媒介文本的形式特徵和文本生產的條件等較不重視，強調意義是由閱聽人本身所建構出來的。

相對於早期霍克海默(Horkheimer)與阿多諾(Adorno)將商業媒介文化視為宰制機制的觀點，近年來的解釋性研究往往強調閱聽人行為的創造性(creativity)與隨興性(playfulness) (Murdock, 1989, p.228)。墨鐸克就批評此派高舉閱聽人主動性與隨興性的論調，卻忘記了在閱聽人需求與認同之前，媒介究竟提供了什麼？墨鐸克指出，商業的媒介體系總是給予商業廣告語言與消費主義意識形態太多特權，而將其他觀點排除在外。(Murdock, 1989, p.229)

批判性的學者則致力於說明意識如何潛藏，權力關係是如何被再生產(reproduce)的。他們的主要目的在於批判社會中的結構性影響。他們的方法通常是作文本的分析，認為意義是被文本所強制決定的，閱聽人面對文本時只是一頭待宰的羔羊。

墨鐸克即指出，要瞭解媒介與閱聽人之間有何權力關係，我們必須回溯批判研究的中心思想——經濟決定論。批判性的研究基本上追隨馬克思的觀點，認為生產的組織先於消費的方式。但基於馬克思生產方式決定一切的論點仍有其盲點，因此批判研究者提出了幾點修正(Murdock, 1989, p.229-230)：

- 一、經濟因素決定了起始，但並不決定結果。因此，在批判的研究中，符號決定論的觀點與分析不可或缺。
- 二、將「決定論」視為一種限制和壓力，而非可預期的、預設的、被宰制的內容(predicted, prefigured, and controlled content)。(同前註，p.230)

批判學者們通常認為經濟是可以決定消費方式的：

- 1 個人收入與接近使用媒介的機會——一個人在生產系統中的位置，直接或間接地影響了他接近社會資源的大小。一方面由於階級與性別不同，造成了閱聽人接近特定意義系統和文化能力的差異。另一方面，消費者選擇的機會受制於購買力，而購買力的大小又取決於財富與收入的多寡。結果，經濟上的弱勢者陷於不利的困境，他們不但被摒棄於商業市場大門之外，只能接受公共傳播系統（如公共電視）的乏善可陳（對弱勢者而言）的節目和資訊。

2 分工與消費型態——傳統的男女分工型態，導至家庭成為大部份婦女終日辛勞無酬的工作場所，女性更因此而產生了相對應的媒介使用行爲。例如，女性往往無法專心坐下來看她喜歡的電視節目，一方面固然因為她們必須在節目進行中離開去做這樣或那樣的家事，另一方面也因為傳統上男性有優先選擇節目的權力。此外，女性在家庭中所扮演的角色也影響了她們對節目的好惡。例如，她們較偏好肥皂劇中和單元劇之類反映生活、人際關係和情感表達的節目，而對於新聞與時事性節目較不感興趣。

當然，所謂解釋性和批判性的研究只是方便於分析的理想型(ideal types)。事實上，許多研究是兼具解釋性和批判性的特徵的。尤其收訊分析的研究更是兼顧兩種觀點，期從製碼和解碼的兩端來了解傳播現象。

## 參、收訊分析的三大流派和收訊的三種型態

上兩節針對閱聽人研究的傳統及實際研究中解釋性和批判性的論辯提出討論。本節則擬對閱聽人研究的最新趨勢——收訊分析提出進一步的討論。

一、瑞典的女傳播學者何傑認為收訊分析可分三大流派，即文化研究傳統、社會心理學傳統和認知心理學傳統。(Hoijer, 1990)

### 1. 文化研究傳統(Morley, 1980; Ang, 1985)

在這個傳統裡，安(Ang, 1985)和摩利(Morley, 1980)的研究經常被提及。

安在荷蘭的一份婦女雜誌Viva上刊登了一則廣告，要Dallas的觀眾寫信給她，談談他們對該連續劇的看法。安先後收到了四十二封長短不等的來信，而在四十二封來信中，只有三封是來自男性，其餘全部來自女性。

安的樣本極不具代表性，大多來自社會階層較高的婦女群，她們對這類純娛樂性的肥皂劇多半抱持質疑的態度。不過安仍在她的研究中提出閱聽人「逃避的愉悅」(escapist pleasure)的解讀觀點。(Schroder, 1987, pp.24-25)安提出警告說，「逃避」一辭本身就是一個很成問題的概念，因為它指陳的是真實與幻想之間的嚴格區分。她指出：

「『逃避』到一個虛構世界去是與拒絕接受真實不同的，它毋寧是一種遊戲人間的心理。是一種介於真實與虛構世界之間的流動狀態(fluid)。而閱聽人在這樣的遊戲中，透過一種想像式的參與於虛構世界中，他們可以獲得愉悅(pleasurable)。」(Ang, 1985, p.49)

英國的文化研究者摩利(Morley, 1980)的「全國」研究計劃主要分兩階段進行。第一階段為製碼過程研究，即BBC「全國」節目的正文分析，這個研究為摩利與布倫斯頓(C. Bronsdon)合作，於一九七八年發表研究題目為「每日電視：『全國』」(Everyday Television: "Nationwide")研究內容為分析該節目之視聽論域如何建構閱聽人意識型態或常識。摩利等的基本論點是，電視訊息中含有一種紀錄社會真實的思想系統，但這個包含意識型態(或稱常識)的思想系統所傳輸的卻只是「虛假意識」(false consciousness)，足以誤導閱聽人。(Streeter, 1984, pp.84-85; Moores, 1990, p.17)摩利收訊分析的第二階段，是運用田野研究的深度訪問法，訪問二十九組「全國」節目的閱聽人，結果呈現於一九八〇年的書「『全國』觀眾」中。摩利根據賀爾解讀型態分析的觀點，將受訪者根據其解讀型態區分為「優勢」(dominante)、「協商」(negotiated)和「對立」(oppositional)三群，並分別研究影響其解讀型態的因素，結果發現閱讀人的解讀型態與其社經地位並無直接關係。所謂「優勢」解讀型，依賀爾的解釋是解讀正文時完全接收其意識型態者，「協商」解讀型，指的是接收與反對媒介意識型態兼具者，「對立」解讀型，指的是解讀時完全反對媒介意識型態者。

## 2. 社會心理學傳統

在這個傳統之下的收訊分析，最常被提及的是厲伯茲和凱茲的研究(Liebes & Katz, 1986)，我們將對這個研究略作介紹。厲伯茲和凱茲所作的這個跨文化研究針對以色列和美國的不同種族作研究，受測的五種不同人種是：1.以裔阿拉伯人，2.摩洛哥猶太人，3.剛移民到以色列不久的蘇聯裔猶太人，4.屯墾區(Kibbutz)成員，絕大多數是第二代以色列人，5.居住在洛杉磯的第二代美國人。厲伯茲等將他們的年齡和教育程度都設法加以控制，以利比較。作者指出，他們不再對效果或使用與滿足感興趣，主要是想知道不同人種的觀眾如何看Dallas這個節目。

厲伯茲和凱茲的研究方法也有別於傳統的閱聽人研究。他們組成了五十個小團體，每個團體中請一對夫婦作發起人，從他們的朋友中再邀請兩對夫婦一起觀賞Dallas。觀賞的情境是在一般的起居室中。節目結束以後，研究助理打開錄音機，並提出一連串開放性的問題；有時，當觀賞的過程中有一些有用的對話時，研究助理也會隨時將錄音機打開。首先，研究助理會要受測者以自己的話來回憶節目的內容；然後，再請他們形容劇中三位主角的特色和動機；最後再提出一些較特殊的問題，例如：「您會如何來結束這個連續劇？」「節目是真實的嗎？」「節目想告訴我們的是什麼？」「節目呈現出來的美國是什麼樣的？」(同前註，p.153)

本研究的主要分析架構是區分「參考型」和「批判型」的觀眾("referential" vs.

"critical" or "meta-linguistic")所謂「參考型」的觀眾會把節目內容與真實生活連結在一起，把主角當成生活中活生生的例子，是一種感性的觀賞。「批判型」觀眾則會以美學的原則來討論節目，並洞察節目是虛構的，屬理性的觀賞型態。

有關「參考型」觀眾的錄音對話先被分類為廿三個主題，最後再減少為四個：1. 行動的動機；2. 親屬關係／規範；3. 道德困境，為達目的不計手段；4. 商業關係。研究結果發現，除阿拉伯人以外，動機是其他四種人談論最多的主題。阿拉伯人強調親屬關係、角色和規範。屯墾區成員較注意道德困境。美國人最注意商業關係。

至於不同的人種對節目內容也有不同的詮釋方式：1. 蘇聯人採「決定論」，認為一個人所扮演的角色會逼得他不得做出這樣或那樣的行為；2. 摩洛哥人的詮釋模式是所謂「黑手黨原則」(the 'Mafia' principle)即所謂弱肉強食原則；而3. 阿拉伯人則強調家庭關係和道德困境，認為每一個人可以為自己的行為負責。(同前註，p.155)

研究結果發現「參考型」和「批判型」的觀眾約為三比一。因此，研究者就「參考型」部份再細分：兩種「風格」(Keying) (真實／戲劇)、三種參考架構(我／我們／他們)和兩種價值取向(解釋的或中立的／評估的或規範的)。結果發現阿拉伯人是涉入最深的一種人，他們多半屬「參考型」的觀賞型態，以真實「風格」看待節目，又經常以自己社會中我們的道德規範來評估節目中主角的行為。另一個極端則為第二代的美國人，他們頗能與節目之間保持適當的距離，他們也能以批判的眼光來批評節目的類型和製作。蘇聯人介於二者之間，他們一方面以「他們」來形容節目中的主角，但另一方面也認為節目是真實的、危險的。

### 3. 認知心理學傳統

這方面的研究可以瑞典的何傑為代表(Findahl and Hoijer, 1985; Hoijer, 1986, 1989)。這一類型的研究關懷的是「認知結構」如何影響閱聽人的收訊，同時認為人類在解讀新的資訊時，是會受到舊知識、舊經驗的框架的。

何傑等(Hoijer and Findahl, 1984)即曾指出，意義的解碼、詮釋和了解是不同層次認知過程的連結。這個過程與我們的收視行為同時發生，兩者並相互影響。

這一派的學者關心的不只是學術性、邏輯的、理性的認知層面的問題，同時也關心感情的、非理性的、直覺的認知層面的問題。因此，是一個探討全觀的(holistic)認知的研究取向。(Hoijer, 1992, p.534)

何傑認為，不論採解釋(詮釋)的或批判(決定論)的觀點，都是過度簡化了問題。認知過程是一個極為複雜的過程，因此提出了收訊的「社會認知模式」(sociocognitive structures of reception)。(Hoijer, 1992)在這樣的一個模式下，研究

者對於閱聽人所處的外在世界社會活動（相關的影響因素有閱聽人的職業、階級、性相(gender)、擁有的文化資產cultural capital等），和內在心靈世界與認知活動（如閱聽主體過去的知識、經驗、認知架構等）都必須確切掌握，才能了解收訊的面貌，同時也因為對閱聽人的認知基模和詮釋時的參考價構能有所了解，等於是進一步掌握了閱聽人的社會文化生命史。

## 二、收訊的三種型態(Dahlgren, 1986, pp.244-246)

瑞典的傳播學者達爾袞(P. Dahlgren)在討論電視新聞的收訊型態時曾指出，閱聽人在解讀電視新聞時有三種收訊型態：

1. 檔案式的收訊(the archival mode reception)：此種收訊不含認知過程，只是如電視般的儲存資訊而已。

2. 關聯的收訊(association reception)：此種收訊型態包含了閱聽人先前的知識和參考架構。

3. 下意識的收訊(the subliminal mode of reception)：此種收訊是一種創造性的收訊。電視新聞作為一種文化現象，不僅涉及閱聽人解讀時的心理領域，它同時應被視為節目製作人的下意識的表現。所以電視新聞節目的解讀，是製作人的下意識和閱聽人下意識的交會處。

達爾袞同時指出，這三種收訊的型態只不過是分析的理想型(ideal types)，其實在大多數的電視新聞收訊過程中，三種型態的收訊都可能發生。

## 肆、收訊分析方法上的問題

### 一、收訊分析的步驟

簡生在一篇介紹收訊分析的論文中指出了收訊分析在方法上的幾個步驟：  
(Jensen, 1991, pp.139-140)

#### 1. 收訊資料的搜集

資料搜集的方法包括：訪問法（個人的或集體的）；觀察法（研究者不同程度的參與）；（對於歷史資料或其他類型資料的）文本批評(textual criticism)。其餘的方法尚包括寫作(Ang, 1985)、教室互動(Masterman, 1985)以及對於團體間互動的紀錄(Jensen, 1990)。

簡生認為文本批評和對閱聽人訪談的論域分析仍是收訊分析中兩個最主要的方法：



## 2. 對於訪談內容的分析

主要做效語言學和文學批評的技巧。這兒主要採取的乃是論域分析的方法。

## 3. 對於閱聽人收訊經驗的詮釋

收訊分析的學者們認為閱聽人的論域必須與媒介論域和廣義的社會情境及微觀的個人心理情境一併考慮，才有意義。

收訊分析的學者們對於其所使用的研究方法在信度和效度上的問題也逐漸加以重視 (Hoijer, 1990)

## 二、信度的問題

定質的收訊分析往往不討論信度的問題，而質的研究者往往也不認為信度可以保護一個研究的品質。(Hoijer, 1990, p.41,44)收訊分析必須同時考量節目內容與訪談所得的資料，而質的分析中，我們往往發現研究者本身就是分析者，因此，不致於有分析信度上的問題。

晚近的收訊分析亦逐漸採取登錄員間的信度(intercoder reliability)來檢驗信度的問題。(Hoijer, 1990, p.44)

## 三、效度的問題

效度是指研究過程中，使用什麼測量工具，以及是否操作得當。收訊分析的效度問題指的應是在於整合收訊行為的資料以及分析的方法適當與否，至於在文本的分析中則是指劇本的分析歸類是否恰當等問題。

至於訪談結果分析的問題是，分類能否確切反映人們的經驗？這裡最困難的是決定分析的單元。

在文本的分析中則通常以副主題(sub-themes)為分析的單元。這些副主題先由研究者分析內文而得知，再配合電視節目製作人的仔細比對，以確定這些分析的類目的確與該節目的原旨相符合。

此外，一些概念如理解的層次、視覺印象等也必須根據既有的理論發展而成，同時，為了求得高效度，也須不斷地將每個概念釐清。

## 四、概判的問題

運用少數樣本所作的定質分析，往往被批評為不具代表性，不能將研究結果概判於整體。例如史洛德(Schroder, 1987, p.27)就批評厲伯茲和凱茲僅憑居住於洛杉磯地方的十個樣本就代表「美國式的解讀」是過度大膽的作法。

針對收訊分析的這個缺點，晚近的研究也作了修正，以隨機抽樣的方式來篩選受訪觀眾(Miles and Huberman, 1984)而深度訪談也改採問卷的方式來擴大受訪者中人數(七〇至一〇〇名)。(Hoijer, 1990, p.51)

## 五、情境的問題

收訊分析的方法儘管強調要製造一個使閱聽人能暢所欲言的情境，但這種情境與實際的收訊情境有很大的差距，如何能代表真實的收訊行為，值得商榷。

## 伍、結論：未來的發展方向

收訊分析是傳播研究在歷經將文本詮釋權完全置於製碼者的效果研究(包括主流的效果典範和批判陣營的意識型態效果)，和將文本的詮釋權完全置於解碼者的使用與滿足研究典範後的一種修正典範，主要認為傳播過程是一個極為複雜的過程，因此，不論是解釋的(詮釋的)或批判的(決定論)典範都只回答了一半的問題。

在傳播領域裡這樣的一個趨勢其實也非傳播研究者的獨創之見。我們發現在詮釋學(hermeneutics)(註二)和文學批評(literary criticism)(註三)的領域裡，有關誰握有最後詮釋權的討論，也是從文本(作者)流向詮釋者(讀者)，最後再強調製碼和解碼須等量齊觀。值得注意的是，閱聽人研究已成為不同學科和不同思想典範的匯流處，儼然成為當代傳播研究的主流之一。

收訊分析自八〇年代迄今短短的十年內，雖已逐漸發展成閱聽人分析的一個新趨勢，但其仍應朝以下幾個方向努力。(Jensen, 1991, pp.146-148)

首先，收訊分析應結合多種不同的研究方法和學術傳統繼續探討閱聽人的收訊行為，多方累積實證結果。

其次，收訊分析應多作跨文化的比較研究，過去的學者在這方面已紮下相當不錯的根基(Liebes and Katz, 1990; Lull, 1988)。

最後，收訊分析應致力於理論的發展。發展出一個可以解釋不同媒介(印刷、口語、視覺)、類型(genres)和型態的傳播的收訊和影響力的理論應該是目前所有關心閱聽人研究的傳播學者所共同關心的課題。

## 註釋

- (註一) 有關這五大傳統的詳細內涵，請參閱翁秀琪（民八一）大傳播理論與實證，台北：三民，頁122-137。
- (註二) 在詮釋學的領域裡，我們發現當代詮釋學之父史萊爾馬赫(Schleiermacher)認為了解必須透過兩個層次的努力，第一層次是文法的，第二層次是心理的，並指出了解的基礎在於了解他人。換言之，詮釋者的工作是要比了解自己更了解作者。迪爾泰(Dilthey)作為史萊爾馬赫的承繼者，發展出「共感的了解」(empathetic understanding)此一概念，強調了解的心理層面，認為詮釋者對於作者的了解可以透過與作者相同的經驗而達成。以上二人均將對文本的最後詮釋權置於作者（文本）之上。
- 詮釋學在二十世紀的發展主要歸功於海德格(Heidegger)和他的學生葛達瑪(Gadamer)。海德格代表了本體論的詮釋學，強調一切了解的源頭在於對主體存在(being-in-the-world)的了解。對海德格而言，詮釋建基於1.先前有的(Vorhabe)2.先前的看法(Vorsicht)和3.先前的概念(Vorgriff)。(Holub,1991, p.57)因此，海德格宣稱，就是人類的存在和其固有的偏見及預存立場使得人類能夠了解這個世界。
- 葛達瑪承繼這樣的討論，他強調的概念是偏見(Vorurteil)。葛達瑪認為偏見被認為是負面的概念，主要來自啓蒙時期的影響，以及自然科學視偏見為不客觀。但葛達瑪認為視偏見為不好，本身就是一種偏見。偏見作為歷史事實的一部份，不僅不是了解的障礙，反而應成為了解的基礎。
- 海德格和葛達瑪的詮釋學將詮釋權從作者手中又交到了詮釋者的手中。而法國當代詮釋學大師李克爾(Ricoeur)則主張結合兩派的觀點，就實踐層次，將對文本和其內容整體結構的解釋與理解視為一連續循環的過程，而此一過程即構成詮釋的方法。
- (註三) 在文學批評的領域裡，我們發現對文本的詮釋權從「新批評」時代的作者擁有最後詮釋權，到讀者反應理論(reader-response-theory)強調讀者的經驗才是意義塑造的中心，到如Poetics和Spiel等雜誌強調的，讀者對文本的解讀受文化認同的影響，這個發展趨勢和註二中所說的詮釋學的發展歷程若合符節。

## 參考書目

### 英文部份

1. Ang, I. (1985) *Watching "Dallas": Soap Opera and the Melodramatic Imagination* (D. Couling, trans.) New York: Methuen.
2. Dahlgren, P. (1986) "The Modes of Reception: For a Hermeneutics of TV News", in P. Drummond and R. Paterson (eds.) (1986) *Television in Transition—Papers from the First International Television Studies Conference*. London: W.S. Cowell Ltd., pp.235-249.
3. Findahl, O. and B. Hoijer (1985) "Some Characteristics of News Memory and Comprehension", *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 29(4):379-396.
4. Hall, S. (1980) "Encoding/Decoding", in S. Hall, D. Hobson, A. Lowe & P. Willis (eds) *Culture, media, language*, London: Hutchinson, pp.128-138.
5. Hoijer, B. (1980) *The In-Depth Interview as a Method for Studying the Reception of Programmes* (Rep. No.5). Stockholm: Swedish Broadcasting Corporation, Audience and Programme Research Department.  
—— (1989) "Television-Evoked Thoughts and Their Relation to Comprehension", *Communication Research* 16(2): 179-203.  
—— (1990) "Studying Viewers' Reception of Television Programmes: Theoretical and Methodological Considerations", *European Journal of Communication*, Vol.5: 29-56.  
—— (1992) "Socio-cognitive structures and television reception", in *Media, Culture and Society*, Vol.14: 583-603.
6. Hoijer, B. and O. Findahl (1984) *Nyheter, Forstaelse och Minne* (News, Comprehension and Memory), Lund, Sweden: Student literature, 轉引自 Hoijer (1990), p.32.
7. Holub, Robert C. (1991) *Jurgen Habermas--Critic in the Public Sphere*, London and New York: Routledge.
8. Jensen, K. B. (1988) "News as social resource: A qualitative empirical study of the

- reception of Danish television news", *European Journal of Communication*, 3:275-301.
- (1990) "Television futures: a social action methodology for studying interpretive communities", *Critical Studies in Mass Communications*, 7(2): 1-18.
- (1991)"Media Audiences Receptions Analysis: Mass Communication as the Social Production of Meaning", in K.B. Jensen and N. W. Jankowski (eds.), (1991) *A Handbook of Qualitative Research*, London and New York: Routledge, pp.1356-148.
9. Jensen, K.B. and K.E Rosengren(1990) :Five Traditions in Search of the Audience", *European Journal of Communication*, 5: 2-7-238.
10. Kramarae, C.(ed.)(1988) *Thchnology and Women's Voices: Keeping in Touch*. New York: Routledge & Kegan Paul, Lindlof,(1991), p.29.
11. Liebes, T. and E. Katz(1986) "Patterns of Involvement in Television Fiction: A Comparative Analysis", *European Journal of Communication*, vol.1: 151-171.
- (1990) *The export of meaning: Cross-cultural readings of "Dallas"*. New York: Oxford University Press.
12. Lindlof, T.R.(1991) "The Qualitative Study of Media Audience", *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol.35 (No1):23-42.
13. Lull, J.(1980) "The Social Uses of Television", *Human Communication Research*, 6: 198-209.
- (1988) *World Families Watch Television*. Newbury Park, CA: Sage.
- Masterman, L.(1985) *Teaching the Media*. London: Comedia.
14. McRobbie, A.(1978) "Working class girl and the culture of femininity", in *Women's Studies Group(ed.) Women take issue: Aspects of women's subordination*. London: Hutchinson, pp.96-108, 轉引自Lindloff(1991),p.29.
15. Miles, M.B. and A.M. Huberman(1984) *Qualitative Data Analysis. A Sourcebook of New Methods*. Beverly Hills, CA: Sage.
16. Moores, A.(1990) "Texts, Readers and Contexts of Reading: Development in the Study of Media Audience", *Media, Culture and Society*, 12: 9-29.
17. Morley, D.(1980) *The "Nationwide" Audience: Structure and Decoding*. British Film Institute Television Monographs, 11, London: BFI.

18. Murdock, G.(1989) "Critical Inquiry and Audience Activity", in B. Dervin, L. Grossberg, B.J. O'Keefe and E. Wartella(eds.)(1989) Rethinking Communications, vol.2 Paradigm Exemplars. Newbury Park, London, New Delhi: Sage, pp.226-249.
19. Schroder, K.C.(1987) "Convergence of Antagonistic Traditions? The Case of Audience Research", European Journal of Communication, vol2:7-31.
20. Streeter, T. (1984) "An Alternative Approach to Television Research: Developments in British Cultural Studies at Birmingham", in W.D. Rowland Jr. & B. Watkins (eds.), Interpreting Television: Current Research Perspectives, Beverly Hills: Sage Publications, pp.74-97.

#### 中文部份

翁秀琪 (民八一) 大眾傳播理論與實證。台北：三民書局。

# **New Trends in Audience Research - Theories and Methods**

SHIEU - CHI WENG

## **ABSTRACT**

This article tries to illustrate the recent development in 'reception analysis' -- a new research approach in the perspective of audience research.

The first part makes a profile about the quantitative and qualitative traditions in search of the audience.

The second part argues that neither the 'interpretive' nor the 'critical' point of view can alone solve the problem about the text - audience relationship.

The third part illustrates the three traditions in reception analysis: (1) the cultural studies' tradition, (2) the social-psychological tradition, and (3) the cognitive-psychological tradition as well as the three modes of reception: (1) the archival mode reception, (2) the association reception, and (3) the subliminal mode of reception.

The fourth part of the article deals with methodological problems in reception analysis such as reliability, validity and research situation.

In summarizing reception analysis, the author tries to map out several ways, which reception analysis in the future could take.