

# 閱聽人與新聞閱讀 ——閱聽人概念的轉變

張文強 \*

## 《摘要》

接收分析的興起，為傳統以實證方式進行的閱聽人研究開起另一條研究途徑，使其顯得生機盎然。在此同時，閱聽人的觀念也產生重大改變，從原來被動接收資訊的角色轉變成積極主動的資訊處理者，除了會主動選擇使用的媒介外，對媒介提供的資訊也會主動進行詮釋。

然而除了傳播研究外，認知心理學以及文學批評中的讀者反應論，也同樣關心閱聽人乃至進一步與新聞閱讀有關的問題，並各自從不同的角度進行研究，提出豐富的理論論述。本文便企圖整合以上三個領域，對閱聽人以及閱讀行為進行探討，並在最後提出進一步值得關心的焦點。

關鍵詞：閱聽人、新聞閱讀、認知心理學、讀者反應論、詮釋社群

\* 作者為國立政治大學新聞研究所博士班研究生。E-mail:g4451503@grad.cc.nccu.edu.tw

## 壹、前言

如果學術研究也有流行風潮的話，那麼近十多年來，閱聽人研究從過去流行的被動角色，搖身一變，成為主動的新聞資訊處理者（Ang, 1990; Biocca, 1988），如何閱讀新聞也因此成為傳播研究的新課題（Findahl & Hoijer, 1985; Liebes & Katz, 1990; Livingstone, 1990a, 1990b）。本文的目的便在探討閱聽人概念的演變，以及閱聽人如何閱讀新聞這兩個問題。

回顧傳播研究歷史，實證研究中的閱聽人與效果研究有著密不可分的關係，而興起於八〇年代的接收分析，則改變了歐洲學者不重視閱聽人研究的傳統，使其儼然成為雙方研究的交集（Curran, 1990；翁秀琪，1993）。於此同時，閱聽人的概念也產生重大改變，他們不再被視為一群被動的資訊接收者，而是具有主動性的個體，因此，閱讀新聞這個問題變得十分重要，吸引不少學者的注意。這種轉變雖有助傳播學者更加瞭解閱聽人，但卻也引發許多爭議，例如閱聽人究竟有多大的主動性？他們可否恣意詮釋新聞等（Garragee, 1990; Morley, 1993）。學者開始發現，閱聽人沒有漫無限制的力量，而與文本、情境具有互動關係。

從另一個角度來看，因為閱聽人研究的跨學科特性（Hay, Grossberg & Wartella, 1996; Jensen & Rosengren, 1990; Lindlof, 1991），因此，除了傳統藉由傳播研究理解閱聽人外，我們也可以從其他學科得到許多啟發，而文學批評與認知心理學便是兩個適當的研究途徑。

就文學批評研究而言，特別是崛起於七〇年代的讀者反應論（reader - response criticism），將研究焦點轉至讀者身上，對於閱讀問題以及讀者與文本間的辯證關係提供了相當豐富的理論論述（Holub, 1984）。這些論述有助傳播學者釐清閱聽人與媒介資訊間的關係，以及新聞閱讀的問題。但值得注意的是，若單從實證研究的標準來看，這些理論似乎多半只是一種放諸四海皆準的普遍性論述，一來缺乏實證基礎，二來也忽略了可能存在於新聞與文學作品間的種種差異。

認知心理學則將人視為主動的資訊處理者，而非被動的資訊接收者，藉由先前知識，人們可以選擇及詮釋接收到的資訊（鄭昭明，1993；Ashcraft, 1994）。運用認知心理學，傳播學者可以深入研究新聞閱讀的過程，並對閱聽人主動性問題進行實證探討，但認知心理學關注的焦點多半集中在個人的資訊處理過程上，較為忽略資訊本身與情境兩方面對資訊處理可能產生的影響。

總而言之，傳播研究、認知心理學與文學批評都共同關注讀者與閱讀現象，並從不同的角度提出看法，彼此關係密切，如果我們可以不去強行區分這些理論，採取以研究問題為導向的策略，只考慮理論其是否能適切解答我們的問題，而不論其是否為傳播理論，對閱聽人研究應該有更大的幫助。本研究將以此原則出發，先探討閱聽人概念的轉變過程，隨後再深入討論閱聽人如何閱讀新聞，並在最後提出進一步的建議。

## 貳、閱聽人概念的轉變

閱聽人與媒介訊息誰的力量比較大，是個傳播學者關心的問題（Lewis, 1991）。回顧過去研究可以發現，隨著七〇年代使用與滿足理論以及八〇年代接收分析研究的出現，閱聽人的力量大幅被提升，早期由媒介訊息主宰閱聽人、決定效果的時代已不復存在。研究發現，媒介訊息的力量並不如想像中來的大，閱聽人除了可以主動選擇使用何種媒介外，也具有主動詮釋文本的力量（Moores, 1990; Palmgreen, Wenner & Rosengren, 1985; Tuckman, 1993）。然而有趣的是，這種轉變在文學批評與認知心理學中早有蛛絲馬跡可尋（Eagleton, 1983; Markus & Zajonc, 1985）。

在文學批評研究中，作家、讀者、作品以及作品所指涉的事物是其關注的四項要素（Freund, 1987），理想上，好的批評應同時包涵這四個要素，不該特別側重哪一個。但如果我們進入文學批評研究的歷史可以發現，隨著時代改變，研究主流也會改變，關注的要素也有所不同。早期研究以作者或作品為主，讀者被絕大多數學者忽視，隨時代發展，讀者才逐漸成為研究焦點，其在閱讀過程中所扮演的角色也愈受重視。同時，學者也開始關心讀者如何與文本互動，以及閱讀時加諸在讀者身上的限制。接下來將分三個部份，首先說明在作者與作品的研究主流中，讀者的角色問題，接著探討讀者研究中，讀者的新風貌及其扮演的主動性角色，最後則說明讀者在閱讀過程中所受到的限制。

### 一、作者與文本為研究主流的時代

早期文學批評研究絕大部份將注意力集中在作品或作者上，進行所謂的外緣研究與內在研究（蔡源煌，1989），企圖以此找出作品的意義，在這些研究中，讀者似乎並不存在，也不受重視。

對於進行作品研究的學者而言，文本是一個獨立、封閉、具有自主性的完整客

體，有著自身的意義，文學批評的工作在於闡釋、分析這些作品。以盛極一時的新批評（new criticism）為例，他們將所有的精力投入分析作品中，以細讀的方式考究作品中的雋語、隱喻、反諷等，企圖找出蘊涵於作品本身的意義（Newton, 1990）。而另一些結構主義與形式主義學者雖然對單一文本的意義不感興趣，但卻同樣將焦點集中在文本上，進行結構與形式分析，他們認為文學作品具有共通的原型，任何單一作品的結構及關係與其他作品類似，沒有變化，變的只是內容細目、情節主角而已（Eagleton, 1983）。因此，假若我們讓這些學者分析一則新聞，他們會將焦點放在新聞文本上，細究其中的用詞遣字或形式結構，對於文本以外的事物則漠不關心，而閱聽人如何閱讀新聞對他們來說似乎是個無關痛癢的問題。

研究作者的文學批評家則認為，作品具有一個由作者賦予，固定不變的意義，這個意義是作者的財產，不容他人侵犯。就文本進行分析並不能了解其真正意義，而讀者對作品的解讀則又包涵太多個人價值觀，是主觀的，無法增進對文本的瞭解，並不可取。所以，他們認為文學批評要從作者研究著手，藉此瞭解作者究竟賦予文本什麼樣的意義（Leitch, 1992）。因此，如果這些學者想要分析一篇新聞時，將不會對新聞本身做深入的文本分析，也不考慮讀者如何主觀閱讀新聞，而會從寫新聞的記者著手，探究其生平背景、工作環境以及寫作意圖等因素，進而了解他為何寫出這則新聞，發掘其所謂正確客觀的意義。

綜合這兩類型研究可以發現，早期的文學批評研究都先假定文本存在一個固定的意義，無論這個意義是由作者或文本本身所決定，批評工作只在於發現這些意義，讀者好似一個局外人，無法引起學者注意與青睞，而閱讀行為也不受重視。

傳播研究似乎也存在著類似的影子。早期以Hovland為首的勸服研究，以及後來的議題設定與涵化研究多半也只從訊息面出發，假定媒介訊息具有固定的意義，關心訊息中某些要素（如是否兩面並陳、暴力內容程度等）對閱聽人可能產生的影響（Lowery & DeFleur, 1983; McCombs, 1981; Morgan & Signorielli, 1990）。實證研究常用的內容分析法似乎也有相同意涵，企圖藉由對文本內容的分析找出文本所具有的意義。換言之，這些研究類似文學批評中的作品研究，先假設媒介資訊存在一個單一、客觀並且固定的意義，然後再去討論這些意義或其中的某些要素會產生怎樣的效果，甚少質疑此種假設，而閱聽人如何閱讀資訊也不被重視。

相對地，歐陸傳統的批判研究似乎可大膽比擬為文學批評中的作者研究，這些學者關心在新聞產製過程中，媒介組織與新聞工作者如何受到經濟、政治等因素的影響，產生帶有偏差或主流意識型態的媒介資訊（White, 1992; Turner, 1990）。也就是

說，他們假定新聞工作者與媒體決定了新聞的意義，只不過他們又會受到整體環境的影響，產生帶有偏差的訊息而已。在這些研究中，閱聽人同樣不被重視，只是被動地接受媒體宰制。

總結來說，早期傳播研究似乎認為媒介資訊有其固定意義，自會對閱聽人產生影響，閱聽人為被動的接收資訊者，扮演著無關緊要的小配角。這種觀點雖有助傳播研究觀察文本面一即媒介資訊的效果與影響，但在無形中卻也忽略了傳播過程中閱聽人可能具有的力量。直到使用與滿足理論出現後，這樣的觀念已有大幅修正，閱聽人開始受到重視，具有主動性。

## 二、轉向閱聽人研究的時代

使用與滿足理論的出現，可說是閱聽人研究的一個重要轉折點（Jensen, 1991b; McQuail, 1994; Morley, 1989），促使傳播學者去問閱聽人對媒介做了什麼。雖然有些早期的傳播研究已發現閱聽人具有主動性（Elliott, Lin & Sothirajah, 1989），但在效果研究的強勢壓力下，直到使用與滿足以及接收分析研究相繼出現後，閱聽人才得到應有的重視。

文學批評也有類似的轉折情形。當作者研究與作品研究分別遭遇瓶頸後，部份學者發現，把研究焦點過度集中在這兩個層面，將會嚴重忽略讀者在閱讀過程中所扮演的角色。因此，源於德國的接收美學研究（Aesthetic of Reception）（Jauss, 1982），或一般泛稱的讀者反應論便將研究重心轉移到讀者身上，並在七〇年代大放光芒。他們認為文本的意義需要經由閱讀才會彰顯出來，也就是說，意義並非單由文本所決定，讀者在閱讀過程中會積極參與意義建構的工作，具有決定文本意義的力量。

其實，早在現代文學批評發展之初，被稱為現代英美文學批評之父，同時也是新批評理論先驅的I.A. Richards便注意到讀者閱讀的問題，只不過因為後來以作品為研究對象的新批評當道，使得與讀者以及閱讀相關的研究受到壓制（Freund, 1987）。直到讀者反應論興起，讀者才從被壓抑和被忽略的狀態中解放出來，歸還其應有的權力。

法國學者Roland Barthes便提出「作者已死」的概念，以讀者取代作者成為意義的來源，強調閱讀詮釋的重要性（Barthes, 1977）。他認為當作者完成其作品後，便與作品斷絕關係，無法再控制其意義，一部作品究竟有何意義將取決於讀者的閱讀詮釋。在閱讀過程中，讀者有權自行決定作品的意義。因此，文本的意義是讀者的、因

人而異的，不同的人閱讀同一篇文本將可能產生不同的意義。

Fish (1980) 也指出，新批評對文本意義的看法並不正確，意義是讀者在閱讀過程中對文本的個人體驗，而非先天存在文本之中的。也就是說，Fish將意義的主導權由閱讀的客體——文本，交給閱讀的主體——讀者，使讀者翻身作主人，可以自行詮釋文本，而且他認為每種詮釋結果都是對的，沒有好壞之分。因此，當讀者閱讀「遍山洋紫荆」（施淑青，1995）這部小說時，我們要問、要分析的，並不是作者是否從後殖民主義的角度賦予這部小說意義，也不是這部小說或其中某段情節、某個句子的意義是什麼？應該問的是，在閱讀過程中，讀者如何隨著小說情節內容的不斷延展，與文本互動，並從中經驗到屬於其個人的意義。

換句話說，讀者反應論尋回被文學批評遺忘的讀者，而這種以讀者為主體的觀念也被運用於閱聽人研究中（Allen, 1992），接收分析研究便從閱聽人的角度出發，認為他們具有詮釋新聞的能力，可以藉由日常生活經驗與文本互動，共同協商出意義，甚至有能力將新聞的本意反轉過來，故意曲解進行反向詮釋，使閱聽人主動性隨著新聞閱讀的過程展現出來。

因此，就閱聽人主動性的觀點來看，使用與滿足以及接收分析研究讓我們看到閱聽人在傳播過程中的重要性，只不過前者從媒介使用，後者從閱讀的角度證明讀者不是被動的。換言之，閱聽人的主動性展現在二個層面上，其一，他們可以主動選擇需要的媒體或資訊，其二，他們具有詮釋媒介資訊的力量。可是如果我們進一步來看，閱聽人除了會使用或詮釋新聞外，似乎也具有創作的力量，可以將自己對媒介資訊的意見觀感以更積極的方式表現出來，例如說，有些人在看完一則新聞後，會把自己對新聞事件的看法寫成讀者投書，或在call-in節目打電話發表意見，同時有些電視影集（如Star Trek）影迷也會自發性組成團體，舉行與節目相關活動與討論。使得閱聽人主動性得到進一步的延伸，而使用、閱讀、與創作，似乎便成為閱聽人展示主動性的三個層面。

但無論如何，閱聽人與閱讀的問題雖然愈來愈受重視，可是似乎又有些過了頭，使閱聽人成為可以為任意詮釋文本的超人，因此，許多學者開始採取折衷方式看問題，認為閱聽人與媒介具有互動關係，閱讀過程是有所限制的（Wolfe, 1992）。

### 三、有限主動性的閱聽人

前面提及閱聽人主動性的迅速擴張使學者開始反思，如果閱聽人可以為所欲為地詮釋文本，那麼，文本究竟有何功用，因此，他們認為閱聽人雖然具有主動性，但卻

不是漫無節制的（Livingstone, 1993; Nord, 1995；林芳玖，1995）。Morley (1993) 便指出閱聽人雖具主動性（active），但並不等同於他們具有可以抗拒文本，隨意解讀新聞的力量（power）。過份重視閱聽人主動性，反而會忽略閱讀新聞是鑲嵌於社會情境之中的特色，社會規範、文化以及權力關係都可能對其產生限制，同時也將忽略政經因素加諸於新聞中，讀者很難與其相抗衡的意識型態。因此，傳播學者開始考慮到閱聽人身處的歷史、社會、文化等環境對詮釋所產生的限制，使閱聽人無法隨心所欲的閱讀新聞（Jensen, 1987; Mailloux, 1990; Roscoe, Marshall & Gleesson, 1995）。

相同地，讀者反應論對傳統文學批評的反動，也迫使其早已面臨這種問題，他們發現，過份重視讀者將導致文本失去存在的意義；同時，現實生活中似乎也很難發現一百位讀者閱讀同一文本會產生一百種不同詮釋的情形，讀者對文本似乎還是存在著幾種特定的詮釋類型。

一般而言，文本與讀者，或閱聽人與媒介訊息，可被視為一種二元對立的關係，早期文學批評對文本的重視，使文本面取得此一關係的主導權，讀者絲毫沒有抗拒文本的能力；但隨後的讀者反應論似乎又將這種對立關係反轉過來，讀者居於主導地位，文本反被過度貶抑，成為可有可無的東西。而這種關係的轉換只不過是將「文本決定論」轉變為「讀者決定論」，產生另一形式的決定論（周華山，1993），因此，許多文學批評學者便企圖改變或消除這種二元對立關係，避免因為過份重視任何一方，而有壓抑另一方的情形（Freund, 1987）。

Fish (1980) 便在賦予讀者詮釋文本力量後，以詮釋社群（Interpretive community）的概念，說明在真實生活中，讀者為何無法任意詮釋文本。他指出因為讀者身處不同的社會位置，有不同的種族、階級、職業，因此，一群某社會位置相同的讀者，便會因為類似的生活經驗而聚集成一個詮釋社群，擁有一套共享的詮釋策略，制約他們思考與感知事物的方式，使其對同一則新聞有著極為類似的詮釋（Lindlof, 1991）。換言之，讀者的詮釋很少是獨一無二的，而是被規範的。同一詮釋社群中的閱聽人，會因為採用了相同的詮釋策略而產生類似的詮釋結果。

進一步延伸詮釋社群的觀念，似乎正可解釋為何早期接收分析研究苦於無法發現解讀類型與社會人口變項間的關係（Morley, 1980）。我們可以發現，雖然相同性別、階級或人種等社會人口變項，可各自形成一個詮釋社群，但是因為每個閱聽人所佔有的社會位置不只一個，因此，每個人將同時身處於多個詮釋社群中，並擁有多套詮釋策略。所以，當一個香港工人在閱讀有關九七大限的新聞時，他可能會從工人、

香港人甚至其他類型的詮釋策略中選擇一種來閱讀新聞，選擇的策略不同，詮釋結果也會不同。因此，閱聽人雖然受到詮釋社群的影響，可是在進行研究時，卻很難確定他們會選擇哪一套詮釋策略來解讀新聞，也因此不易找出單一社會人口變項與詮釋類型的關係，使得閱讀行為顯得變化多端，難以捉摸。

## 參、閱聽人如何閱讀新聞

上一節探討了閱聽人概念的轉變過程，本節將進一步探討閱聽人如何藉由閱讀展現主動性。除了讀者反應論外，認知心理學的基模理論也同樣關切閱讀現象的討論（Best, 1992; Graber, 1988），因此，我們將藉由這兩者了解新聞的閱讀。

### 一、文學批評中的閱讀

早期的文學批評或傳播研究因為未曾正視讀者扮演的角色，連帶使得閱讀研究也不受到重視。在他們眼中，閱讀一首詩，單純只是「看」的過程，被動接收這首詩所提供的意義。但隨著讀者反應論的出現，閱讀變得不只是「看」，而是一種「寫」的過程，讀者可以依照其經驗，在閱讀過程中將看到的詩重新「寫」一遍，產生屬於個人版本的新詩與意義（Leitch, 1992），也因此，閱讀開始成為一個重要的研究課題。

讀者反應論將讀者視為閱讀過程中的主體，任何一個文本唯有經過讀者的閱讀才可能產生意義。Ingarden與Iser便指出，文學作品雖然是可以獨立存在的客體，但它們充其量只是一組未完成的架構（schemata），其中充滿斷裂（graps）、空白（blanks）與不確定性（indeterminacies），需要讀者利用個人經驗加以填補，才能成為一個具有完整意義的文本（Eagleton, 1983）。進一步來看，閱讀是一種讀者與文本雙向互動以及時間性（temporal）的歷程，隨著閱讀過程的向前開展，一方面，讀者會不斷將個人的預存假設與生活經驗帶入作品中，依照文本提供的架構，詮釋其接續看到的內容，進行意義填補的工作。另一方面，文本內容則會反過來喚起讀者的記憶，不斷地確認、修正甚至更新我們先前的假設，使文本的整體意義逐漸浮現出來。同時，讀者也會對文本內容有所選擇，強調某些、排除某些，以確保他們所建構出的文本意義具有一致性，不會相互矛盾。換言之，閱讀雖然是一種時間性歷程，但卻不是直線前進的，而是在文本內容與讀者預期間來回穿梭的歷程（Iser, 1978），藉此，閱讀成為讀者與文本互動的過程，由雙方合作建構文本意義。同時也因為讀者可用不同的預期或經驗進行填補文本的工作，所以使得不同讀者往往會建構出不同的意

義。

因此，當一個香港讀者閱讀「遍山洋紫荆」這部小說時（這部小說描述一名清朝末年的女子，如何在英國殖民統治下的香港討生活的故事），會先以個人對香港的體驗形成一個預期架構，再來閱讀其內容，而小說中接續出現的維多利亞港、九廣鐵路等字眼與情節，將會如同一群線索不斷喚起其相關記憶，以確認原來的假設，當情節發展與預期有所衝突時，他則可能回到前面，重新閱讀已看過的部份，進行確認工作，或者修正，或者否定原來對文本的預期，進一步形成更精緻的假設，藉由與文本不斷地互動，讀者逐漸建構出他個人對「滿山洋紫荆」這部小說的個人意義。相對的，就一名台灣讀者而言，便可能因為個人經驗以及用以理解文本的假設與香港讀者不同，因而建構出不同的意義。

以上與閱讀有關的文學批評論述，提供傳播研究一種新觀點，了解閱聽人如何與新聞互動。但純就實證研究者而言，這樣的觀點似乎只提供一些理論式的探討，缺乏實證基礎，因此顯得有些美中不足。而認知心理學則從另一個角度切入，對於相同問題提出一種可供實證的研究觀點，這也可彌補文學批評的部份缺憾，同時也更能讓我們深入探討閱讀過程。接下來，我們便從認知心理學的相關研究探討閱聽人如何閱讀新聞。

## 二、新聞閱讀

認知心理學改變過去行爲主義對人的看法，人不再是被動的資訊學習者，而是外在資訊的主動處理者（Lachman, Lachman & Butterfield, 1979; Reed, 1984）。從認知心理學的角度來看，新聞閱讀是一種主動的認知過程，閱聽人具有主動選擇與詮釋資訊的能力，而基模在此過程中扮演相當吃重的角色（Wick, 1992）。基模是指一組與某概念有關的知識，在每個人的記憶表徵系統中，存在許多不同的基模，如選舉的基模、國民黨的基模（Fiske & Taylor, 1991; Rumlehart, 1984; Rumlehart & Norman, 1988），在閱讀選舉新聞時，某些與選舉相關基模中的先前知識會積極介入閱讀過程，成為理解新聞的關鍵（Crocket, 1988; Hoijer, 1992），缺乏這些基模，閱讀過程將會變得十分困難。而基模與先前知識似乎也正等同於讀者反應論所強調的個人經驗與預期，只不過雙方用不同的話語加以表現而已。藉由基模研究將有助我們增加對新聞閱讀的理解，並可以克服文學批評研究只停留在理論描述，無法深入探討閱讀過程的情形。

進一步來看，基模在新聞閱讀過程中似乎扮演著「由上而下」（top - down）與

「由下而上」（bottom - up）兩種功能。就前者而言，基模具有指引功能，標題與導言會讓閱聽人先行啟動與新聞相關的基模，再來理解隨後看到的新聞；就後者而言，新聞中個別的資訊與情節，也有可能主動激發其它的基模，再藉由其中的先前知識詮釋所看到資訊。接下來，我們便從這兩個層面討論基模與新聞閱讀的關係：

### （一）基模影響新聞整體意義

認知心理學把閱讀當做一種資訊處理過程，閱讀一篇文章之初，讀者會先主動尋找適合的基模與先前知識，藉以形成一套理解文章的假設，而後再從文章中尋找與假設一致的部份，或扭曲不合的部份，進行假設確認的工作，進一步建構出與假設一致的意義（Schank, 1990）。

因此，閱聽人在讀一則抗議興建核四電廠的新聞時，他們首先必須具備核能發電的基模，並能開啓它們，才能順利理解這則新聞。否則就像一個不知道核能發電是什麼的非洲人，因為根本就不具有相對應的基模，而無法看懂這篇新聞。進一步來看，基模中的先前知識也會影響新聞閱讀，一般而言，先前知識愈豐富，愈容易理解新聞，也會記得愈多的資訊（McKeown et al., 1992; Solso, 1991）。

從另一個角度來看，閱聽人擁有不只一種基模，所以在閱讀這則新聞時，即使缺少核能發電基模與先前知識，他們仍然可以利用其他基模（例如「電」的基模）來閱讀新聞。甚至有些閱聽人根本就把這則新聞當成一般示威抗議的新聞來閱讀，因此對他們而言，有沒有核能發電基模並不重要，重要的是有沒有示威抗議的基模。也正因如此，以核電或示威基模閱讀新聞的兩類讀者，因為採用了不同基模，而提出不同的假設，進而使他們對新聞產生不同的理解。

進一步來看，標題與導言與讀者選擇何種基模詮釋新聞密切相關（鍾蔚文等，1995）。標題與導言往往是一篇新聞的主旨，我們看新聞時多半會先從它們看起，因此它們會先行啟動閱聽人某些特定基模與先前知識，提出一套對文本的假設，處理接下來看到的新聞。也就是說，當編輯採用「示威抗議」或「核能安全」為一則反核新聞下標題時，將可能為讀者啟動不同的基模，也因此影響讀者對新聞的記憶、歸因、詮釋。

可是即使閱聽人使用同樣的基模閱讀新聞，也不能保證他們對新聞會有完全相同的詮釋，因為每個人基模中的先前知識並不相同。以核能基模為例，在基模的增長過程中，閱聽人除了因為受到社會文化影響而具有與他人相同的核能知識外，某些人也可能因為個人特殊的經歷，而擁有屬於私人的經驗與知識。也就是說，先前知識會有與他人共享的部份，但也有個人獨家私有的部份（Hoijer, 1992）。因此，即使我們

以相同的基模處理資訊，也可能因獨有的先前知識，對新聞做出屬於個人、與眾不同的詮釋。私人知識對整體新聞詮釋可能只會產生局部影響，可是如果這部份知識極為強烈，或者份量極多，則似乎也有可能影響整體新聞的詮釋，例如說，一位曾經歷核能事故讀者所擁有的親身經驗與知識，便可能使他對任何核能新聞的詮釋都呈現負面的結果。

換個角度來看，如果閱聽人想從記者的角度「正確」解讀一則新聞，那麼至少得遵行以下兩個原則，其一，閱聽人需要採用記者寫新聞時所運用的基模，否則，當記者以核電基模寫新聞，而閱聽人卻以示威基模閱讀時，雖然仍可以理解這則新聞，但卻會與記者的原意有所出入。其二，即使採用與記者相同的基模詮釋新聞，閱聽人基模中的私人部份也不能差異過大，否則仍會與記者的原意有所不同。

## （二）特定語句引發的詮釋

新聞閱讀過程中，除了標題與導言啟動的基模會「由上而下」全面地引導我們看新聞，影響新聞整體意義的建構外，新聞中的單一字句也有可能「由下而上」啟動基模，引發閱聽人對這些字句進行局部詮釋與推論，或藉此進一步修正對全文的看法。

如同讀者反應論觀點，新聞像是一套有著許多空隙與不確定性的架構，必須經由閱聽人利用事先的預期與經驗進行填空工作，才能逐漸建構出新聞整體的意義，而這些空隙與不確定性也預留了彈性，讓閱聽人可以發揮主動詮釋的能力，進而建構出有所差異的新聞。但是在閱讀歷程中，不同的情節、名詞、句子也會不斷地在閱聽人眼前開展，隨時都有可能誘發與其相關的基模，對其進行局部處理（Kellermann & Lim, 1989）。這些「由下而上」的誘發過程可能只是基於巧合因素，閱聽人剛好多看了兩眼；或是因為個人對這些句子或情節有較深、較特殊的經驗與感觸，使它們特別容易激發與其相關的基模，利用豐富的先前知識做出較多的詮釋與推論，且較容易記住這些資訊（Findahl & Hoijer, 1981; Sadoski & Quast, 1990）。例如一個曾經在香港尖沙咀住過一陣子的讀者，對於一則香港旅遊新聞中的「尖沙咀」三個字便可能特別敏感，會激發相關基模，聯想到許多在那兒的生活經驗，因而對此部份資訊做出較多且異於常人的詮釋與推論。

因此，在新聞閱讀過程中，新聞標題會讓閱聽人在讀本文前，先行啟動某些基模，準備一套假設，做為建構新聞整體意義的基礎，但是新聞中某些特定語句或情節也有可能隨時激發讀者其他的基模，對此部份做出較多、較特殊的詮釋與推論，這些詮釋可能只會產生局部性影響，並不會與原來的假設有所衝突，對整體意義的建構也沒有太大的影響。但是在某些情形下，這些後來才被激發的基模，也有可能會反過來

修正已經看過的新聞資訊與原本的假設，大幅影響新聞意義的建構。例如在上述例子中，讀者便可能因為曾在尖沙咀遭到搶劫，所以當他看到這三個字時，會全盤否定原先對新聞的假設，重新建構新聞的意義。

換言之，新聞閱讀是在讀者記憶與文本資訊間來回穿梭的過程，閱聽人的基模似乎處於備戰狀態下，隨時都有可能被文本內容所激發。如果新聞中特定資訊剛好與讀者的某些基模相契合，就有可能對整體意義的建構產生局部或全面性的影響，使新聞閱讀更具多樣性。

## 肆、閱聽人研究向前延伸

經由前面的討論可以發現，文學批評與認知心理學對閱聽人和閱讀研究有不少的啟發，但同時也讓我們看到進一步的問題，在本節中，我們便分別討論這些問題。

### 一、閱聽人主動性的問題——變動的對立關係

讀者與文本間的對立關係一直困擾著文學批評學者，並引發許多爭辯，早期的新批評與結構主義學者，為了對文本進行客觀的分析，所以他們採取壓抑讀者角色的策略，對讀者視而不見。但是這種策略並不能有效解決讀者與文本間的二元對立，也不能徹底將讀者從文學研究中拔除，不去管他。因此當這些研究開始面臨問題後，以讀者為中心的讀者反應論便乘勢而起（Holub, 1984），相同的，讀者反應論學者雖然也殫盡心力企圖解決這種對立關係，但終究也未能成功（Freund, 1987）。

傳播研究也同樣受到媒介與閱聽人這種二元對立關係的困擾。發展至今，學者開始採取折衷觀點，認為閱聽人與新聞文本是互動的，讀者雖然具有詮釋新聞的力量，但這種力量是受文本牽制的。讀者一方面接受文本召喚，以文本做為詮釋的藍本，一方面又因為身處整體社會、政治等情境，限制了他們的詮釋方式。

可是如果我們仔細探究可以發現，讀者與文本雖具有互動關係，但這種關係並不如想像中那麼單純。它會隨著每次閱讀的新聞不同，而有所變動，力量互有消長。閱讀某些新聞時，讀者力量較大，較能按照自己的意思詮釋新聞；閱讀另外一些新聞時，文本力量又會比較大，讀者只能遵循文本建構意義。這種變動關係如同一次次的拔河比賽，讀者在每次新聞閱讀過程中要與不同文本較勁，有時候，讀者力量比文本大，讀者便擁有較大決定新聞意義的能力，有時候，有些文本力量較大，讀者則只能被動接受文本所提供的意義。

換個角度來看，閱聽人對新聞事件先前知識的多寡可能是影響這種變動關係的重要因素之一。閱聽人對於那些擁有較多先前知識的新聞，例如兩黨立委互毆的新聞，便可利用其豐富的先前知識做為籌碼，以自己的方式詮釋新聞，此時新聞怎麼說可能並不重要，重要的是閱聽人如何解釋。但是對於那些缺乏先前知識的新聞（例如物理學家發現頂夸克的新聞），因為薄弱的知識並不足以做為閱讀時的籌碼，因而讀者所能做的詮釋與推論也相對減少，新聞影響力因而變大，主導了讀者建構意義的方式。

因此，如果我們把閱聽人與新聞文本視為一種可變動關係，那麼，我們便似乎不必費盡心力去解決和消弭讀者與文本間的二元對立，因為閱聽人與新聞文本的關係會隨著新聞事件的不同而變換，是變動的，而非對立的。

## 二、文本類型對閱讀的影響

讀者反應論對讀者的觀點，認為讀者可以用同樣的方式閱讀不同類型的文本，很少考慮文類（genre）差異是否會影響文本與讀者的關係。

Barthes將文本區分為可讀性文本（readerly text）與可寫性文本（writerly text）。前者有著固定的意義，讀者將依循文本設定的路線，被動接受文本意義，而後者則沒有固定的意義，讀者是一個創作者，在閱讀過程中進行創作的工作，產製新的意義（孫小玉，1991）。換言之，讀者會以不同方式與這兩種文本互動，雙方具有不同的關係。單就文學作品來說，讀者會採用不同的解讀策略來閱讀不同類型的文本（鄭明俐，1993），例如在閱讀通俗小說時，讀者往往會隨著流於俗套的情節前進，不會作太多的詮釋，但是對於一首詩的閱讀，讀者就可能像是另一個詩人，一邊解讀意義，一邊進行再創作。因此，我們似乎可以發現文本類型會影響讀者對文本的解讀。

從文類觀點來看，新聞寫作與文學寫作在結構與修辭方法上有著許多不同。一般文學作品修辭繁複，多用比喻與隱喻；而新聞寫作則要求客觀中立，儘可能以簡明、平鋪直敘、少用形容詞的方法寫新聞。因此文學寫作的修辭方式可能會增加文本的開放性與多義性，使讀者擁有較大的詮釋空間，做出多樣化的詮釋。相對的，新聞寫作則可能因為簡明易懂的修辭，使文本較不具開放性，讀者閱讀新聞時，也較無法從事創作的過程，而得需要依照文本進行解讀（Evans, 1990; Garragee, 1990）。

從寫作結構來看，標題、導言的使用與倒寶塔寫作方式，或許是新聞與其他文類在結構上最大的差異，使新聞成為獨特的文類。前面曾提及，標題與導言具有啟動基模的功能，讓讀者事先形成一套理解新聞的假設，讓閱聽人在細看新聞內容之前，先

對新聞產生一種定見，從新聞中找尋合於定見的資訊，或扭曲不合的資訊，使新聞閱讀成為確定自己原意的工作。然而在閱讀一篇散文時，則可能因為缺乏標題或導言的引導，或因作品名稱不足以激發足夠的先前知識，使他們事先形成的定見較不完整，不足以引導意義的建構，因此讀者的閱讀過程，可說是且戰且走，邊閱讀文本，邊形成或修正假設，在文本與基模間游移，而這篇散文的意義也隨著閱讀過程逐漸浮現出來。

換言之，新聞寫作在修辭與結構上的特殊性，可能會使讀者產生不同的解讀方式。因此，在研究閱聽人與閱讀時，應該重視新聞特殊寫作方式所產生的影響。

### 三、情境問題

傳統認知心理學多半只從「人」的角度出發，將其從自然情境中抽離出來，孤立地進行研究，因此，他們往往只看到人對資訊處理產生的影響，忽略情境面的影響。近年來，傳播學者開始以民族誌（ethnography）的方法研究閱聽人，便可視為一種反動，學者在真實情境中進行閱聽人研究，重視接收情境、社會、文化等因素所產生的影響與限制（Morley, 1992）。

我們可以發現，看電視新聞的情境與看報紙的情境並不相同，看報紙多半屬於個人行為，看報當時，讀者很少會停下來與別人交換對新聞的意見，新聞的意義也多半由個人自行建構，較少攬雜別人的意見。但是，看電視的情境卻並非如此（Morely & Silverstone, 1991），閱聽人看電視的行為可說是鑲嵌在社會情境中，與他人有較多的互動機會，一起討論看到的新聞，因此，看電視可以說是一種社會行為，可以發現性別、權力等因素對閱聽人所產生的影響，以及閱聽人如何消費媒介的問題（Moores, 1993）。但這並不是說看報就不是社會行為，報上的新聞也有機會成為茶餘飯後的普遍話題，在事後討論中，閱聽人也可以重新建構或修正看報當時對新聞的詮釋。

因此，我們似乎有必要將看報與看電視的情境加以區分，去了解不同媒介使用情境會對閱讀以及意義建構產生的什麼樣的影響，從閱聽人、新聞文本與情境三者去了解閱聽人如何閱讀新聞。但是值得注意的是，過去對於觀看情境的探討往往將閱聽人放在家庭情境下進行研究，這並不代表研究者已經考慮到政治、經濟因素所產生的影響，因此，我們除了要瞭解家庭觀看情境外，也有必要去解政治、經濟等大環境加諸在文本與閱聽人身上的限制，以及文本的生產過程，如此才能完整的理解讀者閱讀的行為。

## 參考文獻

- 何春蕤（1991）：〈多元開放的文學教室—史丹利·費許的務實作風〉，在呂正惠編，《文學的後設思考》，頁182-204。台北：正中。
- 林芳玫（1995）：〈電視連續劇觀眾研究：由觀眾詮釋模式看女性與社會規範的互動關係〉。政治大學新聞教育六十週年研討會論文。
- 周華山（1993）：《意義：詮釋學的啓迪》。台北：台灣商務。
- 施叔青（1995）：《遍山洋紫荆》。台北：洪範。
- 孫小玉（1991）：〈解鈴？繫鈴——羅蘭巴特〉，在呂正惠編，《文學的後設思考》，頁78-103。台北：正中。
- 翁秀琪（1993）：〈閱聽人研究的新趨勢——收訊分析的理論與方法〉，新聞學研究，第四十七期，頁1-15。
- 鄭昭明（1993）：《認知心理學》。台北：桂冠。
- 鄭明嫻（1993）：《通俗文學》。台北：揚智。
- 蔡源煌（1989）：《從浪漫主義到後現代主義》。台北：雅典。
- 鍾蔚文，臧國仁，陳韻如，張文強，朱玉芬（1995）：〈新聞的框架效果〉，臧國仁主編，《中文傳播研究論述》，頁243-256。台北：國立政治大學新聞研究所。
- Allen, R. C. (1992). Audience - oriented criticism and television. In R. C. Allen (eds.) Channels of Discourse, Reassembled, pp.101-137. London: Routledge.
- Ang, I. (1990). The nature of the audience. In A. M Downing & Annabelle Sreberny-Mohammadi (eds.) Questioning the Media: A Critical Introduction, pp.56-69. London: Sage.
- Ashcraft, M. H. (1994). Human Memory and Cognition. New York: Harper Collins.
- Barthes, R. (1977). Image, Music, Text. New York: The Noonday Press.
- Best, J. B. (1992). Cognitive Psychology. West Publishing Company.
- Biocca, F. A. (1988). Opposing conceptions of the audience: The active and passive hemispheres of mass communication theory. In J. Anderson (ed.) Communication Yearbook, 11: 51-81. Newbury Park, CA: Sage.
- Crockett, W. H. (1988). Schemas, affect, and communication. In Lewis Donohew & E. T. Higgins (eds.) Communication, Social Cognition, and Affect, pp.33-51.

- Hillsdale, N. J.: LEA.
- Curran, J. (1990). The new revisionism in mass communication research: A reappraisal. European Journal of Communication, 5 (3): 135-164.
- Eagleton, T. (1983). Literary Theory: An Introduction. London: Basil Blackwell.
- Elliott, W. R., Lin, C. A. & Sothirajah, J. (1989). Predicting future theatrical and video movie use: Movie gratifications, avoidances, and dependency. Paper presented to AEJMC, Washington, D. C.
- Evans, W. (1990). The interpretive turn in media research. Critical Studies in Mass Communication, 7 (2): 145-168.
- Findahl, O. & Hoijer, B. (1981). Studies of news from the perspective of human comprehension. In G. C. Wilhoit & H. de Bock. (eds.) Mass Communication Review Yearbook, 2: 393-403. Newbury Park, CA: Sage.
- Findahl, O. & Hoijer, B. (1985). Some characteristics of news memory and comprehension. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 29 (4): 379-369.
- Fish, S. (1980). Is There a Text in This Class. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Fiske, S. T. & Taylor, S. E. (1991). Social Cognition. N. Y.: McGraw-Hill.
- Freund, E. (1987). The Return of the Reader. London and New York: Methuen.
- Garragee, K. M. (1990). Interpretive media study and interpretive social science. Critical Studies in Mass Communication, 7: 81-96.
- Hay, J., Grossberg, L. & Wartella, E. (1996). Introduction. In J. Hay, L. Grossberg & E. Wartella (eds.). The Audience and its Landscape, pp.1-8. Colorado: Westview Press.
- Hoijer, B. (1992). Socio - cognitive structures and television reception. Media, Culture and Society, 14: 583-603.
- Holub, R. C. (1984). Reception Theory. London and New York: Methuen.
- Iser, W. (1978). The Act of Reading. London: Johns Hopkins.
- Jensen, K. B. (1987). Qualitative audience research: Toward an integrative approach to reception. Critical Studies in Mass Communication, 4: 21-36.
- Jensen, K. B. (1991a). Humanistic scholarship as qualitative science: contributions to mass communication research. In Klaus Bruhn Jessen & N. W. Jankowski

- (eds.). A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research, pp.17-43. New York and London: Routledge.
- Jensen, K. B. (1991b). Reception analysis: Mass communication as the social production meaning. In Klaus Bruhn Jensen & N. W. Jankowski (eds.). A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research. pp. 135-148. New York and London: Routledge.
- Jensen, K. B. & Rosengren, K. E. (1990). Five traditions in search of the audience. European Journal of Communication, 5 (2): 207-238.
- Jauss, H. R. (1982). Toward an Aesthetic of Reception. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Kellermann, K. & Lim, T. (1989). Inference - generating knowledge structure in message processing. In J. Bradac (eds.), Message Effects in Communication Science, pp.102-128. Newbury Park, C. A.: Sage.
- Lachman, R., Lachman, J. L., & Butterfield, E. C. (1979). Cognitive Psychology and Information Processing: An Introduction. Hillsdale, NJ: LEA.
- Lewis, J. (1991). Ideological Octopus. New York and London: Routledge.
- Liebes, T. & Katz, E. (1990). The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of Dallas. New York: Oxford University Press.
- Lindlof, T. R. (1991). The qualitative study of media audiences. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 35 (1): 23-42.
- Livingstone, S. M. (1990a). Making Sense of Television: The Psychology of Audience Interpretation. Oxford: Pergamon.
- Livingstone, S. M. (1990b). Interpreting a television narrative: How different viewers see a story. Journal of Communication, 40 (1): 72-85.
- Livingstone, S. M. (1993). The raise and fall of audience research: an old story with a new ending. Journal of Communication, 43 (4): 5-12.
- Lowery, S. A. & DeFleur, M. L. (1988). Milestones in Mass Communication Research. N. Y.: Longman.
- Markus, H. & Zajonc, R. B. (1985). The cognitive perspective in social psychology. In Gardner Lindzey & Elliot Anderson (eds.) Handbook of Social Psychology, Vol. 1. pp. 137-230. New York: Random House.

- McCombs, M. E. (1981). Agenda setting approach. In D. D. Nimmo & K. R. Sanders (eds.) Mass Communication Review Yearbook, Vol. 2. Newbury Park: Sage.
- McKeown, M. G., Beck, I. L, Sinatra, G. M. & Loxterman, J. A. (1992). The contribution of prior knowledge and coherent text to comprehension. Reading Research Quarterly, 27 (1): 79-93.
- McQuail, D. (1994). Mass Communication Theory: An Introduction. London: Sage.
- Moores, S. (1990). Texts, readers and contexts of reading: Developments in the study of media audience. Media, Culture and Society, 12: 9-29.
- Moores, S. (1993). Interpreting Audience. London: Sage.
- Mailloux, S. (1990). Interpretation. In F. Lentricchia & T. McLaughlin (eds.). Critical Terms for Literary Study. Chicago: The University of Chicago Press.
- Morgan, M. & Signorielli, N. (1990). Cultivation analysis: Conceptualization and methodology. In Nancy Signorielli & Morgan, M (Eds.). Cultivation Analysis: New Directions in Media Effect Research, pp. 13-34. London: Sage.
- Morley, D. (1989). Changing paradigms in audience studies. In Ellen Seiter, Hans Borchers, Gabriele Kreutzner & Eva-Maria Warth (eds.) Remote Control: Television, Audience and Cultural Power, pp.204-221. London and New York: Routledge. pp.204-221.
- Morley, D. (1992). Television, Audiences & Cultural Studies. London and New York: Routledge.
- Morley, D. (1993). Active audience theory: Pendulums and pitfalls. Journal of Communication, 43 (4): 13-19.
- Morley, D. & Silverstone, R. (1991). Communication and context: ethnographic perspective on the media effect. In Klaus Bruhn Jessen & N. W. Jankowski (Eds.) A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research, pp.149-162. New York and London: Routledge.
- Newton, K. M. (1990). Interpreting the Text. New York: St. Martin's Press.
- Nord, D. P. (1995). Reading the newspaper: Strategies and politics of reader response, Chicago, 1912 - 1917. Journal of Communication, 45 (3): 66-93.
- Palmgreen, P., Wenner, L. A. & Rosengren, K. E. (1985). Uses and gratifications research: The past ten years. In K. Rosengren, L. Wenner & P. Palmgreen (eds)

- Media Gratifications Research: Current Perspective. pp.11-37. Beverly Hills, CA.: Sage.
- Reed, S. K. (1984). Cognition: Theory and Applications. Pacific Grove, California: Brooks and Cole.
- Roscoe, J., Marshall, H. & Gleesson, K. (1995). The television audience: A reconsideration of the taken-for-granted theme 'active', 'social' and 'critical'. European Journal of Communication, 10 (1): 87-108.
- Rumelhart, D. E. (1984). Schemata and the cognitive system. In R. S. Wyer. Jr. & T. K. Scrull (eds.) Handbook of Social Cognition. pp. 161-188. Vol. 1, Hillsdale, N. J.: LEA.
- Rumelhart, D. E. & Norman, D. A. (1988). Representation in memory. In R. C. Atkinson, R. J. Herrnstein, Lindzey, G. & R. D. Luce (eds.) Stevens' Handbook of Experimental Psychology. Volume 1: Perception and Motivation, pp.511-583. New York: John Wiley & Sons.
- Schank, R. C. (1991). Tell Me a Story: Narrative and Intelligence. Illinois: Northwestern University Press.
- Solso, R. L. (1991). Cognitive Psychology. Needham Heights, M. A.: Allyn and Bacon.
- Tuckman, G. (1993). Realism and romance: The study of media effect. Journalism of Communication, 43 (4): 36-41.
- Turner, G. (1990). British Cultural Studies. New York and London: Routledge.
- Wick, R. H. (1992). Schema theory and measurement in mass communication research: Theoretical and methodological issues in news information processing. In S. A. Deetz (ed.) Communication Yearbook, 15, pp. 115-145. Newbury Park, CA: Sage.
- Wolfe, A. S. (1992). Who's gotta have it ?: The ownership of meaning and mass media texts. Critical Studies in Mass Communication, (9): 261-276.

# Audience and News Reading — The Development of the Concept of Audience

Wen-Chiang Chang \*

## ABSTRACT

In 1980's, the reception analysis provided an alternative to the traditional empirical audience research. Meanwhile, key changes took place in the concept of audience. The role of audience is seen as active. Readers can not only use the media upon their request, but also actively involve in interpreting the information on the media.

In addition to mass communication theories, cognitive psychology and reader-response criticism also have a long interest in the study on audience and reading from quite different perspectives. This essay tries to integrate these three fields in the effort to pursuing research on both audience and news reading. A few remarks relating to the changing concept of audience and worthy of further attention are made.

**Keywords:** audience, news reading, cognitive psychology, reader-response criticism, interpretive communities.

---

\* The author is working for his Ph. D in the Department of Journalism, National Chengchi University, Taipei.