

科學傳播概論

科學傳播理論（一）

主講人：柯舜智

文化大學資傳系副教授

2013.10.30



單元重點

一

兩級傳播理論

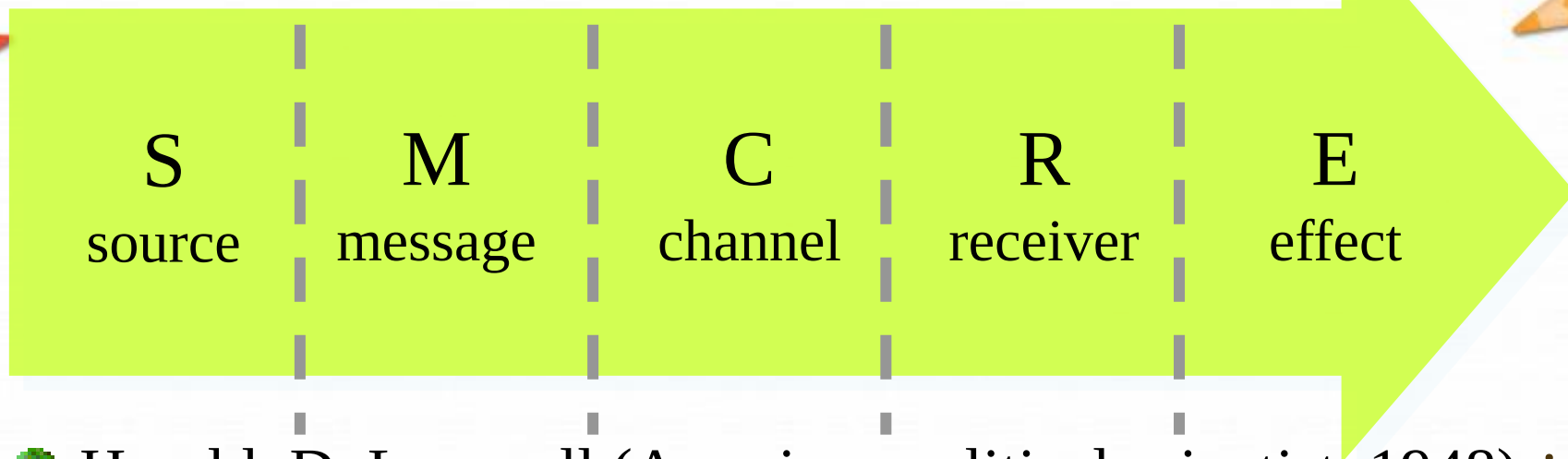
二

創新傳佈理論

三

社會學習理論

從早期傳播模式談起



● Harold D. Lasswell (American political scientist, 1948) :

Who

Says What

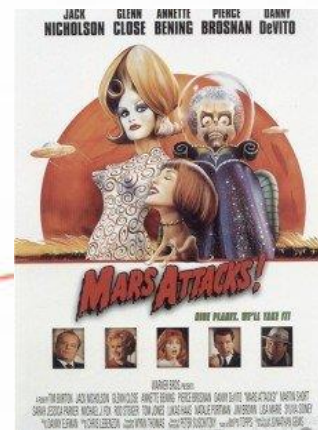
In Which Channel

To Whom

With What Effect

從早期傳播模式談起

- ❖ 媒體被視為具有萬能的傳播效果，**子彈理論**（皮下注射理論）為主流。
- ❖ 1938年廣播劇「**火星人的進攻**」顛覆傳播萬能論的觀點。
- ❖ 顯然傳播效果的基本假設「**刺激-反應**」模式假定並不十分適當，也無法適切的解釋傳播的過程與效果。



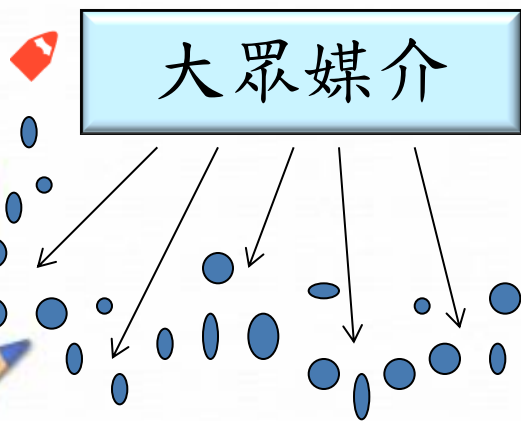
親身影響 - 兩級傳播理論

- ❖ Lazarsfeld當時任教哥倫比亞大學，他在1940年總統大選中，研究媒介在選民投票態度的改變扮演什麼角色。
- ❖ 研究發現，人們多半在選舉正式開跑前就已經決定投票的意向，在中途才「變節」的人並不多。
- ❖ 這些人之所以改變，不是因為大眾傳播媒介的傳播效果，而是人際親身接觸的影響，如親戚、朋友與團體的壓力。

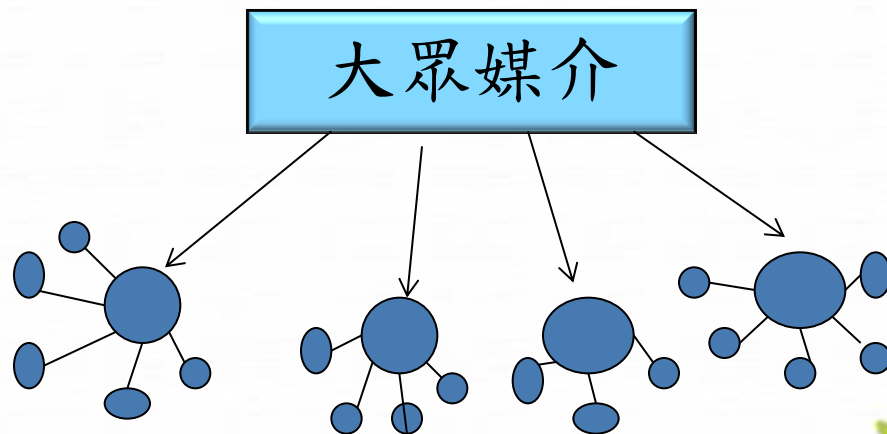
親身影響 - 兩級傳播理論

- ❖ Lazarsfeld 等人修正傳播萬能的模式，提出人際傳播的重要性，特別是意見領袖的中介效果。

早期的大眾傳播模式



兩級傳播模式



兩級傳播理論

人在社會中並不是孤立的，而是與他人互動的社會團體成員。

個人對媒體訊息的反應不是直接和立即的，而是經由社會關係轉達，並且會受到社會關係的影響。

主要假設

在傳播過程中，有人是主動的訊息接收者與傳遞者；有人是被動者與依賴者。

主動角色者媒介使用較多，樂群性高

兩級傳播理論

意見領袖鑑定法(Katz, 1957)

自我任命法

由受訪者自我認定

訪問法

訪問受訪者找出意見領袖

成對分析

兩人受訪藉以分析意見領袖與追隨者

網絡分析

探討個人在社會人際關係網絡中的互動/地位...

兩級傳播理論-結論

1

不管在投票、購物、時裝、看電影或公共事務等各方面，親身影響往往大於傳播媒介的影響。

2

意見領袖與主題有關，有人只精通某一主題，少數人兼通多方面題材。

3

一般人習慣找與自己相似的人蒐尋資訊，只有在公共事務上較常找比自己社經地位高的人談。

兩級傳播理論-結論

4

意見領袖接觸傳播媒體較多，交遊廣濶，在社交場合較活躍，但也常是謠言的傳播者。

5

兩級傳播(two-step flow of comm.)太過簡化；
影響的過程可能發生於好幾個階段。

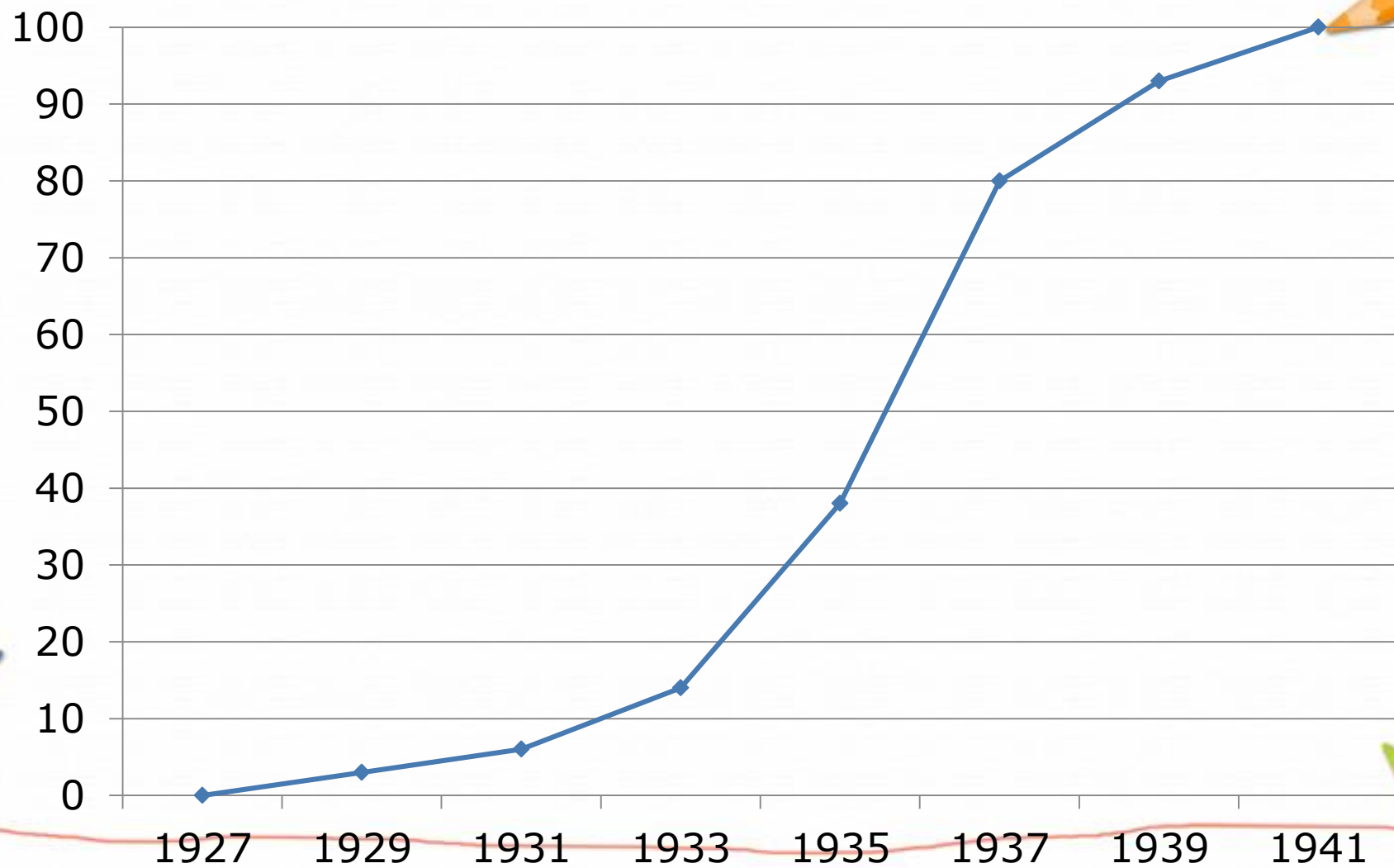
創新傳佈理論

- ◆ 正當哥倫比亞大學提出「兩級傳播」的同時，愛俄華州的鄉村社會學家也分頭進行傳播過程的研究。
- ◆ 經過多年及多人的努力，由兩級傳播的人際傳播再加延伸及匯合，終於匯整成一個比較完整的領域，統稱為「創新傳佈」
(diffusion of innovations)。
- ◆ 創新傳佈是六十年代相當活躍的研究典範，代表學者為Everett Rogers。

創新傳佈理論-源頭

- ❖ 1943年Ryan & Gross發表論文，描述他們在愛俄華州兩個社區推廣玉米新品種的16年過程。
- ❖ 玉米開始推廣的前8年，速度緩慢，僅有少數敢冒險的農民肯試用。但之後突然大批農民跟進，在4年內，採用新品種的農民由10%增至80%，又歷經4年，全體農民都採用了。

愛俄華州兩社區農民採用玉米新品種的逐年累積百分比



創新傳佈理論-源頭

- ❖ 創新傳佈的過程呈S型累積曲線，中間4年的增長率遠比前8年或後4年顯著，代表了人際傳播的重要性。
- ❖ 因為此時試用的農民靠口碑把新品種的好處傳給其他人知曉，以至於一傳十，十傳百，四年間全體農民競相採用。

創新傳佈理論-源頭

使用者 特徵

早期採用者

態度較開放，耕種面積較廣，
收入與教育程度較高，年紀較輕
較常閱讀吸收新知，
較常和推銷員打交道

晚期採用者

傳播通 道特徵

初期

獲得新知，傳播媒體較為有用

後期

決定要不要採用，
人際親身影響力更大

創新傳佈理論-發展

- ❖ 若干年後，哥倫比亞大學社會學家(如Katz等人)，透過社會網絡分析法，研究醫生如何採用新藥的傳播過程，也有類似的發現。
- ❖ 醫生們大致可分為「整合組」與「孤立組」。
- ❖ 「整合組」的醫生完全融入人際傳播網絡中，彼此來往密切，靠口碑一傳十十傳百。「孤立組」的醫生彼此來往不多，關係疏遠，採用新藥的速度遠比整合組慢。

創新傳佈理論

- ❖ 之後Rogers檢視了二千多份報告及三千篇相關論述，出版《創新傳佈》一書。
- ❖ Rogers將「創新」定義為「凡被個人、團體或社會視為新的思想、發明或東西，都算是『創新』」。
- ❖ 所以「創新」是從社會大眾的觀點出發，大眾認為「新的」事物或思想都屬之。
- ❖ 創新傳佈重視非大眾媒體的資訊來源（如親友），從影響**認知**、**態度**到**行為**上的改變。

創新傳佈理論

❖ 創新傳佈過程的內涵：

某種新事物

透過某管道

經歷一段時間

在某社會體系內人們之間的運作

傳播者與接收者

創新傳佈理論

(一) 「新事物」包括新發明、新知識、新觀念等, 一般人在決定是否採納(採用)時, 通常會考慮以下因素:

[高鐵](#)手機驗票

相容性

可試驗性

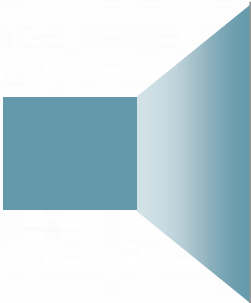
相對利益

複雜性

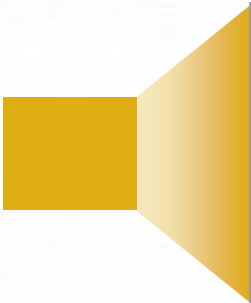
可觀察性

創新傳佈理論

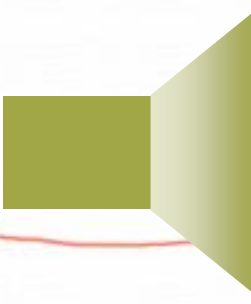
(二) 傳播通道



大眾媒介適宜新觀念與新事物的
訊息傳佈，速度快，範圍廣，但
回饋量低。



人際傳播能克服選擇性暴露的過程



大眾傳播改變認知較有效，但人際
傳播改變態度和行為較有效。

創新傳佈理論

(三) 新事物對個人傳播過程歷經的階段

1. 知曉(knowledge) — 指個人得知某項創新的存在
2. 說服(persuasion) — 一個人對創新產生採用或拒絕的態度
3. 決定(decision) — 一個人進行觀察、請教專家...等方式，決定是否採用。
4. 施行(implementation) — 一個人開始試用新事物或嚐試新觀念。
5. 確定(confirmation) — 一個人於試用一段時間後，決定繼續採用或中止使用。

創新傳佈理論

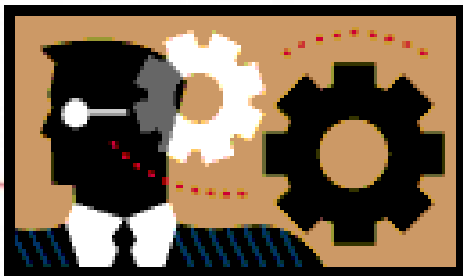
(四) 傳播者與接收者特質

- 新事物的傳播者與接受者之間如果**同質性**愈高，彼此的認同感與移情能力愈強，則新事物的傳佈愈能成功。
- 但新事物仍難免由「高知能者」傳給較低知能者，所以「**同中求異**」是最有效的傳播方式。
- 即雙方在某些關鍵性的特徵具有**共同性**，但在其他特徵保持適當的**相異性**。桂格于美人

創新傳佈理論

◆ Rogers依人的創新性程度,分為5類：

1. 創新者(innovators) – 具冒險精神
2. 早期採用者(early adopters) – 受人尊敬
3. 早期跟進者(early majority) – 深思熟慮
4. 晚期跟進者(late adopters) – 疑神疑鬼
5. 落後者(laggards) – 保守傳統



創新傳佈理論

愈早採用者具以下特質：

- ◆ (1) 社會範疇性 - 較高教育程度、較高社經地位、向上的社會流動程度較大、擁有(或任職)較大的組織、從事專門化工作。
- ◆ (2) 個人特質 - 移情能力較強, 不墨守成規, 講理, 智力高, 支持變革, 支持教育與科學, 成就動機較高, 具冒險精神...
- ◆ (3) 傳播行為 - 社會參與較多, 國際化, 與他人交往較密切, 使用大眾媒介較多, 人際傳播頻繁, 尋求資訊較活躍, 對新事物認識較多, 成為意見領袖的機會較大...



社會學習理論

- ◆ Albert Bandura所提出的「社會學習理論」(social learning theory) 是研究大眾傳播效果的理論之一。
- ◆ Bandura認為人類的學習是個人與其特殊的社會環境持續交互作用的歷程。
- ◆ 即人類的行為大都經由學習而來，個體自出生就無時無刻、不知不覺中學習他人的行為，這一連串的學習活動，所涉及的刺激反應，都是社會性的，所以被稱為社會學習，而這種學習是個人學習社會行為的主要途徑。

社會學習理論

- ❖ 學習並非來自「強化」，而是觀察和模仿。
- ❖ 特別是兒童與青少年，正處於模仿學習的階段，媒體所傳播的內容，容易引發學習的動機。 冰火 [Mr. Bean](#)
- ❖ 大眾媒體的傳播效果透過社會學習歷程影響閱聽人，包含價值觀、對某事物的看法、穿著、性別反應、品味等；以及社會角色的扮演與人際互動。 [置入性行銷](#) 乖乖

The background is a white spiral-bound notebook. The spiral binding is at the top. Several colored pencils are scattered around the edges: a red one on the left, a yellow and an orange one on the top right, a purple and a blue one on the bottom left, and a teal and a green one on the bottom right. A red horizontal line is drawn near the bottom of the page.

單元結束
謝謝聆聽

柯舜智

scketw@gmail.com