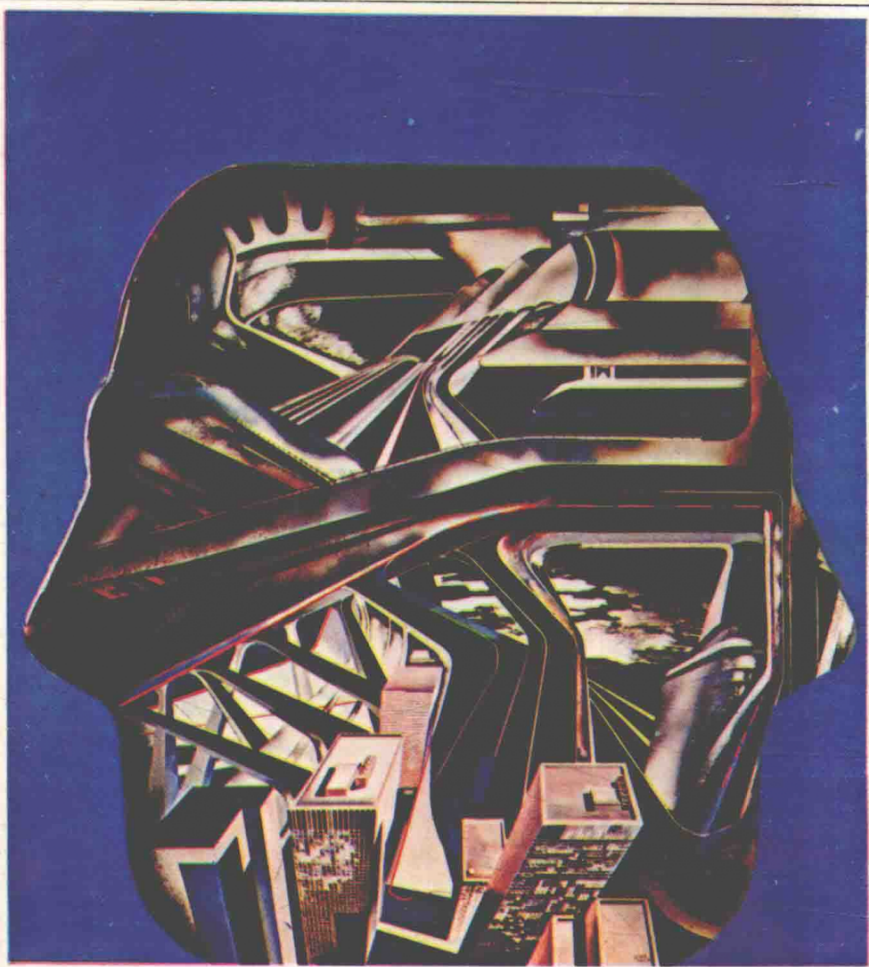


大眾傳播學導引

水牛文庫 155 / 西村勝彥 等著 / 劉秋岳 譯



水牛文庫

155

大衆傳播學導引

樺 俊 雄 等著

劉 秋 岳 譯

水牛出版社

MASS COMMUNICATION

BY KABA TOSHIO

TRANSLATED BY LIU CHIU-YUEH

COPYRIGHT © 1980

BUFFALO BOOK CO., LTD

TAIWAN

R. O. C.

大眾傳播學導引

水牛文庫155

著者：樺 俊 雄等
譯者：劉 秋 岳
發行人：彭 誠 晃
發行部：臺北市杭州南路一段143巷48號
電話：3 4 1 0 2 7 5
出版者：水 牛 出 版 社
臺北市連雲街26巷21弄2號
郵政劃撥賬戶第 13932 號
再 版：中 華 民 國 69 年 11 月 30 日

P691130

S2000

登記證 局版臺業字第0628號

◀版權所有・翻印必究▶

譯序

大眾傳播的威力有如一顆原子彈。它的功能可分爲正負兩方面，納粹希特勒利用大眾傳播來進行煽動和宣傳，並藉此造成如醉如癡的國民感情以利侵略戰爭，這是野心家利用大眾傳播的負作用。反之，我們亦可利用大眾傳播來推行教育，或藉此來促進瞭解以增進和平的社會生活，這才是大眾傳播的真正功能。

二十多年來，大眾傳播有如雨後春筍，真是達到空前的進步。尤其大眾媒體的種類更是日漸繁多，它影響了我們日常生活的各個層面。它使我們觸目驚心，亦令我們無所知覺，甚至佩服不已。所以，近幾年來，世界各國的社會科學家無不聚精會神地去注視大眾傳播的發展與影響。無

論在實際問題上，或有關大眾傳播的原理研究，他們都獲有相當的成果。可惜在我國的大眾傳播學界裡，不但難得看到關於這方面的研究報告，甚至連良好的中、外文書籍也不易找到，真是一片荒蕪。於是引起了我翻譯本書的動機，但願這是拋磚引玉之舉。

本書的日文原名爲：「マス・コミュニケーション——シヨン讀本」。該書共有六章，雖然它已出版很久，但前四章是很有價值的原理與原則，故我只譯了前四章，另外二章略去不譯。

本稿譯後蒙省立新竹師專吳朝輝兄的修改，特此致謝，再者，本人學識淺薄，如蒙指正，不勝感激。

劉秋岳序於一九七〇年四月五日

前言

大眾傳播一詞與大眾傳播的事實，強烈地吸引了一般人的重視，此乃戰後之事。正當我們開始感受到大眾傳播的威力時，它在社會的基層裏早已有了鞏固的地盤。現在我們姑且不問對它的喜愛與否，我們必須要求這項事實的真象；因此，我們首先就得深入地研究大眾傳播的本質。

本書就是爲了應付這個需要而儘可能地向大家分別敘述大眾傳播的實體。因此，首先在理論上必得使它明確起來。所謂大眾傳播，其構造究竟如何？機能如何？同時我們必須詳述它何以盛行於今日？以及使它成功的社會背景是什麼？並解釋所謂今日大眾社會的社會形態和說明大眾傳播的閱聽者——所謂大眾的特質。

二
大眾傳播學導引

本書由本所研究員權俊雄（中央大學教授），西村勝彥（神戶大學教授），加藤正泰（中央大學副教授）沼義昭（立正大學講師）分別擔任執筆，而全部文稿均經權俊雄親手校正後，才統一發行。

一九五九年十月

東京社會科學研究所

目次

譯序	一
前語	一
第一章 序說	一
第一節 大眾傳播是什麼？	一
傳播的作用（四） 大眾傳播的特色（五） 大眾傳播的要素（七）	一
第二節 大眾傳播的研究	九
大眾傳播在戰時的利用（九） 市場調查的研究（一一） 輿論的研究（一二）	九
大眾傳播可以實現世界和平（一三）	九
第三節 大眾傳播的社會背景	一五
社會生活的中樞（一五） 近代社會裡的合意現象（一六） 社會的複雜化（一七）	一五
大眾傳播與社會（一九） 形式的人際關係（二〇） 大眾傳播與政治（二二）	一五

第四節 群集、公衆與大眾……………二三

群集(二三) 會衆(二四) 群集的區分(二五) 公衆(二七) 公衆的特質

(二八) 公衆性格的變化(二九) 大眾(三一) 群集與公衆的區別(三五)

大眾傳播的閱聽者——大眾(三六) 大眾的確定(三八) 變成平均人的條件

(三九) 大眾與公衆的區別(四二)

第二章 大眾傳播的歷史與理論……………四七

第一節 大眾傳播的發展史……………四七

報紙的歷史(四八) 輿論的出現(四九) 初期的報紙(五〇) 市民階級勢力的

抬頭(五一) 產業革命後的報紙(五三) 現代的報紙(五四) 報紙發行的經濟

條件(五六) 印刷媒體(五七) 電影(五八) 收音機(六二) 電視機(六三)

第二節 傳播者……………六四

報紙的傳播者(六六) 收音機與電視機的傳播者(六八) 電影的傳播者(六九)

第三節 大眾傳播的內容……………七二

傳播的內容(七二) 表現的形式(七四) 報導的中立性(七五) 報紙的營利

主義(七七) 收音機與電視機的傳播內容(七九)

第四節 大衆傳播的閱聽者·····	七九
閱聽者問題(八〇) 閱聽者的大衆(八一) 大衆的自覺(八二)·····	
第三章 大衆社會與大衆傳播·····	八五
第一節 大衆傳播的基礎·····	八五
民主政治的發達(八五) 民主政治的成立條件(八六) 民主政治的經濟背景(八八) 大衆社會的成立(八九) 從公衆到大衆過程的變化(九一)·····	
第二節 大衆社會與大衆·····	九三
大衆的成立條件(九六) 大衆的特質(九九) 第二次集團的優勢(一〇二) 大衆與政治(一〇三)·····	
第三節 大衆社會的構造·····	一〇四
大衆與首領(一〇四) 大衆社會的兩個側面(一〇七)·····	
第四節 大衆傳播的影響·····	一〇九
積極方面的影響(一〇九) 教育上的作用(一一二) 大衆娛樂方面的作用(一一三) 第五節 大衆社會的出現·····	
大衆社會的成立條件(一一八) 新社會(一二二) 大衆社會論的根據(一二三)·····	一一七

流行現象（一二四）

第六節 大眾社會的地域性……………

大眾社會的地域性（一二六） 日本社會裡的大眾（一二八） 農村的都市化（一三〇）……………一二六

第四章 輿論之形成與大眾傳播……………

第一節 輿論的形成……………

輿論的確定（一三六） 動的輿論與靜的輿論（一四〇） 輿論的形成及其立場……………一三五

（一四一） 輿論的歷史（一四七）

第二節 輿論與大眾傳播……………

輿論的界限（一四九） 由大眾傳播所造成的輿論（一五三） 宣傳（一五三）……………一四九

自由報導的限制（一五六）

歪曲的輿論（一五九） 有關報導的表現問題（一六一）

價值的顛倒現象（一六三）

支配大眾的形式（一六六）

第一章 序 說

第一節 大眾傳播是什麼？

大眾傳播一詞是最近才使用的，從其起源來看，只有二十年光景，而為日本所通用的也只是最近幾年的事。大眾傳播雖還沒有很快地普遍化，但它所表現的現象却存在於我們今天的日常生活中了。

所謂大眾傳播，乃是利用報紙、雜誌、書物、收音機、電影、電視和唱片等為手段，而把一定的意識內容傳播給多數的讀者、聽眾或觀眾的一項活動。所謂 Mass. 曾經被譯為大量和大眾

二詞，應用於此時，乃是有龐大數量的讀者、聽衆或觀衆，也就是指這些大眾的意思。所謂 communication，本來是互相傳播與互相交道的意思，應用於此時，乃是意味着傳播的活動。因此，對大眾進行傳播時，就使用機械和各種符號來傳播一定的意識內容，這乃是今日大眾傳播的一項重要特質。

符號係指美術、姿態、記號、聲音或被印刷與寫成文字的東西，以這些符號使甲所具有的經驗重現於乙的心中，由於這種符號給予乙，而使乙的精神與行動有所反應。

在進行大眾傳播時，被傳播對象的乙是一群有龐大數量的人，這是它的一個重要特徵。所謂被傳播的對象——大眾，其量與質都是沒有限定的。例如以聽收音機為例就可以明白其中的道理。因為我們完全不知道傾聽收音機的聽衆究竟在那裡？職務是什麼？教育程度如何？年齡又如何？是男抑或女？更不知道他們具有何種社會地位以及他們在社會上扮演何種角色。因此，若從這個標準來看時，大眾實在是包括了一切種類的人。並且這些收聽者的數量達到了幾百萬或幾千萬，甚至在某種情形之下，他們可能還有幾億的人。就像剛才所說，收聽者的大眾乃是無數的人。

路易士華斯 (Louis Wirth) ①，曾為大眾傳播的閱聽者——「大眾」，下過這樣的定義，就

是：(一)由大量的人所構成。(二)他們廣泛地分佈於地球上。(三)由文化階層、地位、職業等異質的成員所構成。(四)他們是多數匿名者的集合。(五)他們是無組織的。(六)其間並沒有支配個人行動的共同習慣、傳統、制度和規則。(七)由彼此間毫無接觸的個人所構成。由於華斯尚能把今天大多數社會學者對大眾一詞的各種意見加以概括，就目前說，他給大眾所下的定義是比較完全。由他所下的定義裡，我們可知大眾在質與量方面都是無限定的。所以今天大眾傳播的本質就是針對這些無限定的大眾，進行着一定意識的傳播活動。此外，大眾傳播的另一個重要特質，乃是利用機械所印刷成的東西為媒介而進行傳播的活動。試以報紙為例，如果在極短時間之內印刷數十萬，數百萬份的報紙，則必須要靠相當發達的高速輪轉機和其他精巧機械，並且要想在極短時間之內把這些印刷好的報紙分別送到遙遠的廣大地區時，那就非靠極為發達的交通機構不可了。如要完成新聞報導，那就必須要迅速地搜集遙遠和廣泛地域內所發生的任何事情。因此這就要靠相當完整的通訊機構。再以電影和收音機為例，則此一事實就可以更加清楚。由此可知，上述的一切情形都是今天極度發達的機械技術之綜合結果。那麼大眾傳播，也就是利用這些極度發達的機械技術為媒介而進行的活動。

大眾傳播的媒介就是大眾傳播的媒體，或叫做 media 也簡稱爲大眾媒體。所以大眾傳播的主要特質就是透過報紙、雜誌、書籍和收音機等媒體才能進行大眾傳播的活動。

傳播的作用

爲了想在根本上更瞭解大眾傳播的特質，所以我們必須從傳播的作用方面加以說明。所謂傳播，如我們上面所說，就是甲乙二人之間互相傳播一定的意識內容。這種兩人之間所進行的相互傳播，其最顯而易見的例子恐怕就是彼此的會話了。會話者的双方，互相將自己的一定意識內容，以語言方式傳播給對方。就是說這種場合係以言語爲傳播的媒體，語言即爲此時的符號。並且交談者双方的容貌、姿態仍應列爲一項符號，因爲這些符號確能擔任某種重要功能。例如會話進行時，一旦不十分瞭解對方的話，則可用懷疑的神氣或反覆詢問的方式來瞭解對方的意思。從甲方傳給乙方，再由乙方傳給甲方，像這樣的情形必能使双方都可以相互談話。藉着會話的過程就能互相瞭解彼此所擁有的意識內容。從此可以更明顯的看出傳播一詞的意思，那就是双方互相傳播意識內容的活動。

這裡所要指的會話或書信往來即叫做個人的傳播 (personal communication) ②。它與大

衆傳播是有些區別的。例如再以聽收音機爲例就可看出彼此的情形。甲方爲廣播局的人員，乙方則爲收聽廣播的聽衆。他們兩者之間應該互相傳播一定的意識內容。但在事實上，廣播局的人員却單單把一定的意識內容傳播給收聽者而不採取相互交道的活動，這就是大衆傳播的原則，也就是與個人傳播的相異之點。大衆傳播不像個人傳播那樣地可以隨時採用反覆詢問或反覆回答的方式。所以上面所說的現象完全是廣播局單方面向收聽者傳播事實而已。其間雖有若干數目的聽衆可以直接進出錄音室內鼓掌或質詢，但對於全體收聽者而言，他們都無法直接向廣播局人員拍手贊成或展開質疑。故從這單方面的傳播原則裏，可見其傳播形式決不像個人傳播那樣地能夠相互傳播。當然，報紙上的投書欄也不是完全沒有給讀者表示意見的時候。不過在數量上，大衆不能對廣播者直接表示任何反應，更談不上有任何反覆問答的方式。尤其廣播與報紙却不像個人傳播那樣用姿態、表情可以使對方對傳播的內容瞭解更清楚。由此可知個人傳播與大衆傳播之間實在有很大的差異。

大衆傳播的特色

第一章 序說

因大眾傳播的傳播形式是一項單方面的流動，故身為閱聽者的大眾，在思考與行動方式上，也會有下列的各種不同變化。首先要指出的是個人傳播與大眾傳播的閱聽者方面存在着許多不同的重要因素。我們已知大眾傳播的閱聽者——大眾是無限定的。從地域上說，大眾是分散的，並且他們的職業階層、教育、年齡和其他各點都是包括各種異質的人，所以傳播者根本無法把焦點放在特定職業和某種教育程度者的身上。如果大眾是大眾傳播的對象，那麼所要傳播的內容就是有關他們的共同興趣和共同問題的了。所以傳播者的傳播企圖對閱聽者的思考方式與行動方式的變化，當然會發生重大影響。如此看來，我們始知大眾傳播在一般傳播活動中，是屬於一種很特殊的現象，它能使社會發生極大的波動。因為人類天生為社會的動物，從原始時代起，他們就藉着某些方法而產生交互關係，在這種交互關係的過程裡，個人傳播就一直擔負過極重要的任務。它們雖然同屬於傳播的活動，但大眾傳播的不同機能人類漫長歷史上的出現，却是最近的事。如此說來，大眾傳播的出現確實使人類的歷史發展，邁進了新階段，所以僅就這一點而言，研究大眾傳播的必然性乃不言可喻了。

上面已把大眾傳播和個人傳播兩種現象加以說明和比較了，兩者之間確實顯出極大的差異，