

華夏導報

中華民國二十七年十月十日創刊 第二九三〇號
校刊 非賣品

社址：中國文化大學 編輯室：八六一〇五一
臺北陽明山華岡 電話：二二三三 特二三三

創發名	社副主編	印刷發
行社	社	行
人長	長	輯
鄭長	吳	印
張莊	梁	刷
鄭本	宋	學
其嘉	明	系
武銘	琴	心
立明	菊	中
明	學	動
明	學	活
明	學	生
明	學	學
明	學	行

華岡節迎新園遊會

卅日假大操場舉行

即日起至廿七日止受理報名

(本報訊)由學生活動中心主辦的「七十二年度華岡節迎新園遊會」，定於十月三十日假大操場舉行。自即日起至廿七日止，每日中午十二時至一時，歡迎各社團前往該中心門口辦理報名，並繳交保證金三百元(於園遊會後退還)。

園遊會舉辦時間為卅日上午九時至下午四時。活動中心將負責為社團租借及搭建帳篷、並設立服務台。該項園遊會同時設有海

北青部習於廿八日舉行

(本報訊)北區知青第十八黨部七十二年度學生區黨部第三股工作研習會，定於十月二十八日上午八時三十分假大忠館敬業堂舉行，由鄭校長主持。

研習會課程為精神講話、社調的意義與方法、怎樣做黨的保防工作。

希有關人員於八時二十分準時出席。

中山博士班獎學金

本學年度暫停發放

(本報訊)據中山學術文化基金會董事會表示：七十二學年度博士班研究生獎學金暫時停辦。

該會民國七十三年會計年度(自民國七十二年七月一日起至民國七十三年六月三十日)預算，因受銀行存款利率迭次降低影響，收入大幅減少，本年度博士班研究生獎學金只得暫時停辦，如下年度該會預算收入增加，可以復辦。

集郵社活動

即日起報名

(本報訊)華岡集郵社表示，中華民國第十屆郵票展覽會，將於十月廿五日至十一月一日在台北國父紀念館，展出國內外交郵名家之郵票，歡迎全校師生前往參觀。

欲參觀自強郵展

魯濱遜訓練營

舉辦七天活動

(本報訊)華岡羅浮群第十三期魯濱遜訓練營，定於明(廿五)日起至卅一日止，假華岡展開為期七天的各項活動。希參加學員於明日上午八時卅分假大忠館門口準時報到。

該項訓練營，在求新求好的原則下，除急救常識、方位、刀斧、無具野炊、分站活動等課程外，為充實同學對團康、野外求生及軍事專業知識，特邀請張慶三、張正雄、徐群及崔德禮等專家蒞校講演，使這項訓練營內容更加豐富。

迎新

(本報訊)國樂社大屯山迎新活動，定明日舉行。希參加同學於當日上午八時卅分山仔后車站，或九時廿分銘傳前準時集合，並需自備餐點、車費及禦寒衣物。

岳山社邀張正雄演登山糧食

(本報訊)據岳山社表示，山岳界的野外求生專家張正雄教官，定於今(廿四)日下午六時，假大義三〇六，講演「登山糧食」，介紹登山露營糧食的準備，以及山區可食用的野生動物。

又訊，登山社於本月三十、三十一日，舉辦迎新露營活動，該項活動地點於金瓜寮溪，歡迎有興趣同學於二十七日前至該社社報報名。

合歡山賞雪即日報名

(本報訊)據中國青年服務社表示，一年一度合歡山賞雪活動，為避免往年報名擁擠缺點，自即日起，在中國青年服務社(台北市中山北路一段四十六號)辦理報名，額滿為止，每人費用為新台幣一三五〇元。

又合歡山健行隊亦自即日起，在中國青年服務社辦理

華岡一週大事

(本報訊)十月十一日星期二上午十時卅分，中華學術院頒贈香港僑領徐季良名譽哲士，典禮在華風堂由張創辦親臨主持；秘書長蔣彥士、總統府資政陳立夫、鄭彥棻等八十餘人觀禮。

△慧智社定於今日下午六時四十五分，假大恩五〇一舉行迎新晚會。

△家政系定於今日下午三時至五時，假大忠館四〇三舉辦新生座談會。

△中醫社今日下午六時卅分於大仁四〇二舉行迎新晚會。

△華岡社會服務隊定於今日中午十二時十分假良友廳召開甄選籌備會第三次會議，盼與會人員準時出席。

△勞友服務團將於明日為中國唯一製衣廠，舉辦華岡之旅，歡迎該團團員全力支持參與。

△勞工學社於今日下午一時假大忠館五〇一舉行師生座談會。

△華岡道德重整合唱團定於明(廿五)日舉行本學年度新團員訓練營課程豐富充實，屆時請新、舊團員及對本團有興趣的同學於當日上午八時卅分前在大義廣場報到。活動地點：大仁一〇。

大眾傳播的功能分析

十月在陽明醫學院講演

方蘭生

無論是一個現代化的國家，一個原始的簡單部落，一個個人，甚至一個單細胞的生物，能夠在和諧中生存下去，都是因為傳播在某些方面對它們給了一些幫助。這種幫助我們叫做「傳播的功能」。

今天不管是在「窮鄉僻壤」，或是在現代化的都市裡，我們都生活在大眾傳播的「符碼世界」，藉著傳播的「幫助」，使得我們個人、團體、社會，均能保持平衡關係，能夠在和諧的氣氛中生存下去。

大眾傳播到底有那些「功能」(function)？對於我們生存的環境會有「幫助」？政治學家、社會學家、心理學家、經濟學家，他們從各個角度苦苦思索這個問題，並提出了很精闢的理論。

近年，有些傳播學者，對於傳播媒介在個人之間，影響「認知」的功能，提出「議題設定」(Agenda-setting)研究的模式 (approach)。這些模式所研究的社會功能如何，都是要談的範圍。不過，在談到這些問題之前，我們先要討論大眾傳播的普通功能。

著名的政治理論家拉斯威爾 (Harold Lasswell)，以巨體途徑 (Macro-approach)，在「傳播的社會功能與結構」一文中，指出傳播的三大社會功能為主：(一) 守望環境 (Surveillance of the environment)；(二) 協調社會適應環境 (Correlation of the different parts of society in responding to environment)；(三) 社會傳統的傳遞 (Transmission of the social from generation to the next) 等。它是環境的守望者，政策的制定者，文化知識的傳授者，也是精神的調劑者。而上述三大功能是由三大人類來進行，駐外記者、外交官是環境的守望專門人才；編輯、新聞記者、演說家是結合內部意見的代表；父母與教師則是傳遞文化與知識的工作者。

爾後，著名的社會學者萊特 (C. Wright)，鑒於拉氏的理論未見完善，因此在其所著的「大眾傳播：功能的途徑」(Mass Communication: A Functional Approach) 一書中，加上「娛樂」(entertainment) 一項。並修正拉氏的一些觀點。的確，不要說在「重商主義」的今天，「娛樂」的功能對大眾傳播媒介的重要性，就是在以往傳播媒介仍含有不少的消遣成份，如今「娛樂」與大眾傳播媒介更是息息相連，今天的電視節目，新聞性和知識性節目遠低於綜藝節目和連續劇就是最好的說明。至於，萊氏對拉氏理論修正的地方，有不少是參酌墨頓 (Robert Merton) 的「功能理論」(Theory of function)。墨頓認為任何的社會單位未必都能對體系的整合有正功能的貢獻。他指出某

些單位可能僅對體系內的一部份有正功能，但同時對其他部份有反功能。同樣地，某些功能明顯地和有意安排出來的功能則可能是看不見的或在無意中產生的，則為「隱性功能」(latent function)。

萊氏認為，拉氏太過於重視傳播對社會的正面貢獻，而忽視負面的影響，換言之，傳播的影響有好的，也有壞的，它可導正社會風氣；同樣的也能敗壞社會風氣。它的為善為惡，還得看社會體制在制約上的強弱而定，況且傳播的功能(不論正負)有些是看不見的，無意中產生的(隱性功能)。至於傳播的功能，並不是單一的，孤立的，而是有不同觀點和角度的分別，從個人、團體、社會、國家、種族、功能均互異。比方傳播媒介所報導的罪犯從犯罪到逮捕的過程，對某些人而言可能會有警惕作用；對另一些人可能反而增進其犯罪意念，正負功能差距就很大。

萊氏不僅將拉氏不足與忽略的地方予以補足，並且將拉氏第二種功能「協調社會適應環境」改為「解釋與規定」(Interpretation and prescription)。「社會傳統的傳遞」改為「社會化」(Socialization)。這對於擴大傳播功能的研究，確實提供不少新的「素材」。

美國傳播泰斗施蘭姆 (Schramm) 針對大眾傳播媒介對個人的功能，歸納為下列五種：(1) 守門人的功能，(2) 決策的功能，(3) 教化的功能，(4) 娛樂的功能及(5) 商業的功能。依這五項功能可分別闡述為：

(一) 守門人的功能：打從古老的原始社會開始，各部族就分派有值勤的「守門人」，幫助族人守望著地平線，發現有了狀況，立刻鳴鼓警示族人，告訴大家武裝起來，群起衛抗。今日社會不是沒有「鳴鼓的守門人」，大眾傳播媒介所扮演的就是這種角色，而它的任務是多元的，不只是消極地告訴你敵之既來，還須更進一步正確地反映現實環境，把宇宙的真相以正確而公平的手法揭示出來，以達成「守望」的功能。

(二) 會議的功能：當我們面對一種狀況，我們會透過親族的商議或村里的會議，以獲致某種共同的協議。而今大眾傳播媒介在這方面取代了相當的功能，它幫助我們，將人類自身的反應與出現在地平線上的挑戰與機會結合起來，並調和各種不同意見，以採取共同的社會行動。

(三) 教化的功能：在沒有學校的時候，我們一生的言行泰半是受父母的左右，散居的農業社會，人群影響亦不如今日之深；文字的發明，簡冊的流傳與學校的設立，使教育文化逐漸有了完整的體系，現在大眾傳播在教化方面的影響不僅廣泛，而且深入人心，城市鄉村的差距縮小了人際間的觀念隔閡逐漸消滅，群眾的知識也逐漸在提高。大眾傳播媒介對教育文化的功能居功甚偉。

(四) 娛樂的功能：娛樂對人類說來一如食、衣、住、行，不可或缺；原始社會不是也有豐年之慶與迎神賽會嗎？我們不能為了強調教化功能的重要，而抹殺了娛樂所應佔有的份量，甚至我們可以武斷地說，娛樂功能至少與教化功能等量

齊觀。尤其是電視，它在「大眾藝術」方面更是獨具神功，在調劑緊張生活方面，大眾傳播媒介責無旁貸。

(五) 商業的功能：早期農業社會有固定的市場，而今人際關係日趨複雜，市場不是「以物易物」的地方。我們需要客物流通無阻，大眾傳播媒介負著艱鉅的任務，有效促成顧客與廠商之間的供求，以確保我們經濟制度的健全。

綜合上述各家所論，都有高明的見解，但處在異常複雜的今日社會，大眾傳播媒介在報導、輿論、教育、娛樂、廣告等作用，更顯得格外重要，這也是許多傳播學者共同的想法，如下我們就將此五大作用，分別敘述如后：

一、報導 (Information)

一九八一年，三月三十日雷根總統遇刺，許多人都是從電視上得知這項消息，就連當時的美國國務卿海格接受關於秘書布瑞迪情況詢問時表示，「我和你們一樣，都剛從電視上看到，聽起來他的情況很嚴重。」稍後，雷根遇刺的錄影帶不斷重覆，不要說是全美國，就是全世界都很清楚的從電視畫面上看到雷根遇刺，有驚無險的現場實況，為雷根的安全捏了一把冷汗。

這次事件藉著電視的報導震驚了美國民眾，也提供了目擊的證據，更警惕了民眾對槍枝管制問題的重視。無疑的，大眾傳播媒介發揮了報導的功能，尤其電視將大眾感到關心的事情即時播出，其影響不但使受播者一如置身現場，有獲得目擊 (to witness) 之感，且彷彿參加 (to participate) 此事件。假若這次事件沒有電視的報導，或許對人們的「震撼力」也就不會如此突出了。

顯然的，我們生活在現代社會，面對千變萬化的環境，常有不適之感。為了瞭解環境，適應環境，均有賴訊號的傳遞與接收，以調整自己的步伐，以營生存。這種現象古今皆然，時至今日，人類對消息及新聞的需求更具強烈，這種強烈的慾望，致使傳播媒介不但講求切實、迅速，尤其對事情真相與要求透澈的了解，也必然昇高。以文字為主的印刷媒介，以影像、聲音為主的電子媒介，就在人類強烈的渴求之下，擔負起了報導的功能。

相同的，報導的權利已演變成與新聞來源接觸的權利 (the right of access)。傳播媒介從此運用這一權利，發揮「第四階級」的功能，以對政府負責守望的「警犬」(Watch dog) 自任，進行監督。

眾所周知，一九七二年美國所爆發的「水門事件」，由華盛頓郵報兩名年輕記者，柏恩斯坦 (Carl Bernstein) 和伍華德 (Bob Woodward) 不斷「挖掘」尼克森總統指使屬下在水門大廈民主黨總部放竊聽設備的「醜事」，這一發現迫使了美國總統有史以來，在彈劾前首度下野的記錄。這事件正說明大眾傳播媒介本著「報導」的權力，以社會責任自處，使民眾得知真相，以確保民主自由制度下的公平競爭原則。別的不提，大眾傳播就是在日常生活中，也發揮了「守望

的功能」，藉著媒介的報導，人們了解流行的服飾、氣象預測、電影消息、股票行情、果蔬的供應，各種消費品的價格、醫藥保健，使得人們能利用這些「消息」，過得更方便，更舒適的生活。

由於人們對「事情真相」能有通盤了解的渴求，大眾傳播媒介除了報導之外，對於媒介的「解釋」(to interpret)功能，也格外的重視。

傳統的新聞寫作，著重客觀事實的報導，如今，除客觀的報導需堅守不渝之外，對於每一重要事件在一系列事件中的地位，其前後因果的解釋性寫作方式，亦成爲今日大眾傳播媒介重要功能之一。這實因人類社會中任何事件絕非孤立，多係與其他事件互相關連的一環。尤以現代社會，人類依存關係極爲密切，遠近事件皆需了解。較重要事件的意義既不能依其表面的現象去衡量，祇有深入發覺加以解釋，才能有益於大眾。

一、輿論 (Public opinion)

何謂輿論，辭源解釋爲「公眾的意見」。也就是一般所稱的「民意」(Public opinion)，我國傳播學者李瞻教授認爲輿論具有下列特性：

(一)輿論係對某一爭論問題，所有贊成、反對、與中立意見之總合，並非以全體意見之總合，並非以全體意見一致爲基礎。

(二)輿論是變動的，不是一成不變的；贊成之多數可變爲少數，反對之少數亦可變爲多數。

(三)輿論不一定完全合於邏輯，含有理性；但經過公開自由辯論之後，則往往含有理性的成份；而含有理性的成份之多少，係與大眾教育程度成正比。

(四)輿論不必全體一致，但以多數人之意見一致爲前提，否則便不能成爲輿論。

我們根據上述輿論的特性，當能了解輿論是經由：個人意見的提出！集團討論！社會決定，三個步驟所形成。它著重在某一爭論問題意見的總和，公開自由辯論，以多數人意見爲基準。由於它不是一成不變的，由於意見並非是一致的，因此輿論的形成，需經過多種管道，多種意見的滙集，才能形成一股巨大的力量。因此，我們可稱輿論或民意的定義爲：「大眾對於一個問題，經過多方面的討論，綜合討論中所發表的不同意見，以大多數人的意見爲基準，所提出的看法、想法與意見。」

許多政治學家均認爲，不論任何形式的政府，均需輿論的支持，這尤其以輿論政治爲建立基礎的民主政治爲當然。美國學者奧斯丁·蘭尼(Austin Ranney)曾謂：「民主政治的模式，是完全依照主權在民，政治平等，尊重民意，與多數統治四原則組成的政府。」因此，在民主國家中，我們可插播廣告、候選人與壓力團體都花上大筆的金錢，在電視中插播廣告，用告示牌顯示、報紙廣告、汽車標語等等，來影響一般民衆，將民意推至他們所希望的方向。而公共關係

顧問則利用許多統計數字，在一旁忠告那些政治人物們如何培養「良好的公共印象」。報紙也雇用商業性的民意調查機構對公眾對政黨、候選人、眼前事件等，作經常性的報導。從以上所述，無疑的，民主政治就是以輿論爲基礎的民意政治，而民意的集中和協調，是民意政治的首要要求。大眾傳播能促進人民與政府間的意識交流。藉此交流可以促成二者之間的瞭解與信賴，並藉以獲致協調。人民或大眾之間的意見溝通和集中，亦端賴大眾傳播爲手段。由於，大眾傳播對個人的個性有強烈滲透作用，在千變萬化的今日社會，個人的個性更異常複雜，大眾傳播滲透作用，可使不同的個人意見，複雜的個性，現實環境中各種變化，藉相同之內容及在同一時間，以最易被接受之形成、最合適的符號，針對大眾的興趣傳播給大眾，來造成對個人基本意識形態發生潛移默化之影響。因此，在民意的集中和協調，大眾傳播實擔任不可輕忽的重要角色。

不要說民主政治的國家，就是獨裁的國家，莫不以大眾傳播爲製造輿論的工具，遂行獨裁者的意念。一九七九年，十一月四日，著名的「伊朗人質」事件，伊朗柯梅尼政權，利用大眾傳播媒介，製造伊朗人民的反美情緒，並假藉稱其爲伊朗人民的意志。他只不過遂行其反美情緒，就是最好的說明。美國傳播媒介不察此事，在伊朗學生佔領美大使館，扣留人質時，並訪問伊朗學生領袖，結果反而掉入柯梅尼的「陷阱」，柯梅尼遂利用此一機會，作爲反美宣傳工具，搞得美國一頭灰臉。

從以上分析，我們可知傳播在政治上和形成政治意見的過程上，永遠是影響公共事務和公共政策的基本媒介；這也是大眾傳播業者「守望」的最大權利，運用「公器」，反映輿論，爲民喉舌，監督政府，以便政府根據民意，採納建言，制定政策，以爲民主正常運作的原動力。

施蘭姆所謂「決策」(The media in the decision process)功能的闡揚。輿論當爲大眾傳播重大的功能之一。

三、教育 (Education)

報導新聞、分析時事，是大眾傳播事業的第一職志，但大眾傳播媒介所肩負的另一使命，是教育民衆和傳播知識。現代的大眾傳播，除了將訊息大量的發送外，它並能擴大影響作用，影響到閱聽人的意識，產生一種內心的印象(impression)，可能會造成日後行爲的參考憑藉。無疑的這種影響到閱聽人的意識，所產生的內心印象，是沒有計劃的，偶然的，在不知不覺中由媒介訊息所提供的消息、知識，很自然的在我們暴露媒介之前，予以吸收和了解。畢竟，人的感官經驗範圍有限，必須依靠傳播媒介提供的各種現象和現象之間的關係，所形成的各種意義，使我們了解經驗範圍以外的知識和價值標準。試想想，能有多少人周遊過列國，經歷過萬般事務。今天我們腦中的非洲或薩爾瓦多內亂，哥倫比亞太空梭飛行的盛況，那一件不是從媒介得到印象，

不管這印象是否存真，它卻增加了我們不少常識，使我們處理事情，了解各種事務，都能有一個依據。

通常一個人，除了家庭教育、學校教育之外，無疑的，社會教育佔其一生的大半。根據一項統計調查顯示，全省觀眾，每天看電視一至二小時者約佔百分之六十四，而家庭收看電視二至四小時佔百分之七十八·七〇。可見，我們的民衆日常生活，花在電視上的時間比率非常高。一個人除了工作、睡眠，所剩的休閒時間，均暴露媒介之前，換言之，一個人的社會教育泰半是傳播媒介所提供的。

傳播媒介不僅將現代社會所需要的觀念、知識、技術，傳播給大眾。對於失學的人或者想進修的人而言，傳播媒介更可作學校正式教育的替代。不過，也有許多人憂心忡忡，認爲大眾傳播在大眾文化的普及及功能有餘，卻在提倡精緻文化不足。固然，許多人可以從媒介獲知不少的常識，可是媒介爲迎合多數大眾，降低品味，往往傳遞怪力亂神的內容，致使大眾社會裡充滿了粗俗與淺薄的訊息。這是傳播媒介因爲「人」的因素而喪失教導社會的功能，但並不能意味著傳播媒介無法擔負起社會教育的功能。即使從未來教育的遠景來看，我們可以斷言：人類教育的責任，將不再是學校教師們所能擔負的了。教育既是全民的、全面的、畢生的活動，我們可預見的，就是在未來社會中，對人們發生教育作用最大，影響最深，能擔負起全民、全面、對生的教育，仍然是大眾傳播。

四、娛樂 (Entertainment)

教育是一項「神聖的事業」，相同的，大眾傳播也是「神聖的事業」。如何擔負起教育社會大眾，發揮大眾傳播教育「神聖事業」，提昇精緻文化，消除粗俗的商品文化所造成的傳播負功能，應當是今後傳播業者一致努力的方向。

傳播學者克萊伯(Joseph T. Klapp)曾說，傳播的娛樂內容可使閱聽人忘掉憂慮焦急的問題，而能使心靈上獲得紓解。縱使大眾傳播娛樂功能，最遭人非議和討論，但是隨著傳播媒體的發展和傳播內容的多樣化，無庸置疑的，大眾傳播娛樂功能確實如克萊伯所說，可平衡閱聽大眾的緊張情緒，而達到紓解。難怪！商業電視、電影、一般性的綜合雜誌、報紙，莫不將娛樂放在頭號目標以取悅閱聽人。

英國實驗心理學家威廉·史蒂芬遜(William Stephenson)，甚至直接了當的認爲，傳播所關心的，並不是結合民意這一類社會控制的工作；反而僅是爲了遊戲，使人愉快，並且傳播媒介的全部內容，差不多都含有遊戲和娛人的作用。史氏這種見識是不錯的，如今，一般人打開電視，主要的目的除了收看氣象和重大新聞事件之外，大都還是暴露露在連續劇和綜藝節目中，打發時間。許多人看電影純粹是爲了娛樂，看雜誌和報紙，也有不少人是連載言情小說和武俠小說。

爲何閱聽大眾接觸傳播媒介，主要的目的是爲了娛樂和消遣呢？這可從下列幾點說明之：

