

明清的資訊傳播、社會想像與公眾社會

王鴻泰*

本文主要思考的問題是：明清社會中的資訊傳播如何建構「公眾社會」？在實際討論上分別就邸報與民間性媒體進行討論，主要探討傳播媒體的「參觀」功能如何發揮中介、整合個人與社會的作用，本文特別由一些媒體利用或媒體糾紛的實例出發，藉此探查媒體如何在社會上產生宣傳或反宣傳的效果。另一方面，也將思考重點擺在：社會成員如何在媒體的中介下對其耳目之外的國家、社會等概念性世界產生感情上聯繫——這種聯繫就是建構「公眾社會」的憑藉。

本文的考察發現：明清社會中發達的傳播媒體已經建立起一個新的人際互動——人與人，個人與社會互動的方式。社會中的個人透過諸如邸報、戲曲、小說之類傳播媒體的媒介，人與人的互動可以突破有限空間與具體對象的限制，一方面它可以將個別(或個人)事件迅速傳播給廣大的社會大眾，讓其他不在場的群眾也可「參與」此事，另一方面它可以讓個人「參與」非其耳目所及的社會事務。如此，大眾傳播媒體穿越了個人生活領域，在此之上交集、建構出一個「公眾領域」，在其媒介下，具體的個人可進入此「公眾領域」，與想像中的「社會大眾」發生聯繫——就此可以說大眾傳播媒體創造了一個「想像的社會」，讓社會中的具體個人可以在個人有限的「現實世界」外，另外有個廣闊的「虛擬世界」可以參與(參觀)，也因此，具體個人之間的交往也進而發展成個人與抽象社會的交往，而這樣的交往更可跨越地區性限制，建立起來一個涵蓋面廣大的「公眾社會」。

關鍵詞：邸報 小說 戲劇 新聞 媒體 輿論 資訊傳播 公眾社會

* 國立暨南國際大學歷史學系教授