

新開學研究

新開學自由與自律專號

國立政治大學新開學研究所印行

新聞學研究

第一集

目錄 (Contents)

發刊辭.....曾虛白.....1

Preface.....H. P. Tseng.....1

新聞自由與自律專輯

新聞自由與社會責任.....曾虛白.....7

Freedom of the Press and Social Responsibility.....H. P. Tseng.....7

新聞自由與自律.....謝然之.....四七

Freedom of the Press and Self-Discipline.....Milton J. T. Shieh.....47

「中國新聞自由發展史」導論.....朱傳譽.....五一

An Introduction to the Development of the Freedom of the Press in China.....Chuan-yu Chu.....51

新聞自由理論的演進及其趨勢.....李瞻.....六九

Theories and Trends of Freedom of the Press.....Thomas C. Lee.....69

英國對新聞自由的概念.....	黎劍瑩譯.....	133
The British Concept of Freedom of the Press.....	H. A. Taylor Trans. by Frank Lei.....	133
發展中的中國新聞自律.....	王洪鈞.....	150
The Press Council of the Republic of China	Paul H. C. Wang.....	150
世界各國報業評議會簡介.....	李 瞻.....	157
The Press Councils in the World Introduction.....	Thomas C. Lee.....	157
美國、加拿大、智利報業自律.....	張長智.....	159
The Press Self-Discipline in America, Canada and Chile	Chan-chi Chang.....	159
英國報業評議會.....	王隆華.....	168
The British Press Council.....	Lung-hua Wang.....	168
德國、奧國、荷蘭、比利時報業評議會.....	高峯榮.....	185
The Press Councils in Germany, Austria, Netherland and Belgium	Feng-yung Kao.....	185
以色列、義大利、瑞士報業評議會.....	陳志恆.....	195
The Press Councils in Israel, Italy and Switzerland.....	Chi-Hung Chen.....	195
北歐及非洲報業評議會.....	陳振國.....	208
The Press Councils in North-Europe and Africa	Chien-Kuo Chen.....	208
土耳其、印度、巴基斯坦、菲律賓報業評議會.....	謝潮坤.....	222
The Press Councils in Turkey, India, Pakistan and Philippines.....	Chaurn-kuen Hsieh.....	222

日本新聞協會.....	尤英夫.....二四六
Nihon Shinbun Kyokai	Ein-foo Yu..... 246
韓國報業倫理委員會.....	李 瞻.....二五三
Korean Press Ethics Commission.....	Thomas C. Lee..... 253

名著介紹

大眾傳播的社會責任.....	陳鐵輝.....二六一
Responsibility in Mass Communication.....	Wilbur Schramm, Trans. by Tieh-hui Chen..... 261

大眾傳播理論與研究方法

麥克魯漢的傳播理論評介.....	徐佳士.....二九三
A Review of McLuhanism	Chia-shih Hsu..... 293
傳播內容之定量分析與定質分析.....	閻沁恆.....三〇五
Quantitative and Qualitative Analyses in Communication Content.....	Clement C. Yen..... 305
蕉農支配所得與台灣經濟發展的關係.....	漆敬堯.....三二五
Banana Growers' Income Distribution and Economic Development in Taiwan.....	Gin-yao Chi..... 325

新聞學研究

四

專 論

宋代出版法研究.....	朱傳譽.....三五三
The Press Law in Sung Dynasty	Chuan-yu Chu..... 353
梁啟超從事報業之背景分析.....	賴光臨.....三九八
A Background Analysis in Chi-chao Liang's Journalistic Career.....	Kuang-lin Lai..... 398

新聞史料

中國的新聞學刊物.....	朱傳譽.....四一四
Journalism Periodicals in China	Chuan-yu Chu..... 414

附 錄

一、「中國新聞自由發展史」參考資料舉隅.....	四四五
Publications of Reference to the Development of Freedom of the Press in China.....	445
二、「新聞自由及自律」參考書目.....	李 瞻.....四七七
Selected Bibliography on Press Freedom And Social Responsibility.....	Thomas C. Lee..... 477
三、現有中文新聞學著譯目錄.....	四八四
A Bibliography of Journalism Works in Chinese.....	484

發刊辭

曾虛白

因為傳播事業的發達，新聞學不再是一門研究技巧的學科，而變成了社會科學中重要的一門。

人類是羣居的動物。抱着共同理想的人，過着合羣的生活，追求共同理想的目標，有意無意之間，訂定了一種行為標準，（註一），互相約束，互相鼓勵。這個標準的形成，是一年復一年，一代復一代，大家的行為經驗積累而成的。凡是行為符合着大家共同理想的要求，幫助羣的發展，就是善的；凡是行為違背了大家共同理想的要求，阻礙羣的發展，就是惡的。

這個行為標準的確立，就給每一個人羣打定了它文化的基礎。文化基礎建立之後，在這一個人羣裏的人，思想有了準則，風俗習慣成了形態，於是逐漸醞釀而成其政治體制，把是非非寫成了法令規章，大家遵守。

這是一個人類文化發展簡單的素描。在這裏，我們立刻會發現傳播事業所佔的重要地位。所謂理想，所謂目標，人類憑之以決定大家的行為標準，但，千萬羣衆，受着時間空間的隔離，又那裏能求其共同一致呢？思想的溝通，意見的辯難，廣大羣衆需要一座橋樑。傳播事業就貢獻這座橋樑。

美國新聞學名教授施蘭姆 Wilbur Schramm，把傳播事業跟羣衆的關係比之河流與其環境，十分貼切。（註二）他說，河流挾各種不同的原料灌溉兩岸而形成其土壤的本質，同時就當時的地形順流而下，却也爲未來的環境變化先作了準備。河流是傳播事業。它可以促成環境的變化，却不能決定環境的變化。

。決定環境變化的，有土壤、氣候、水量等種種複雜的因素，因此，決定社會文化變化的，是每一個社會構成份子在他環境中各具的素質，積累無量數經驗的總和，並不是傳播機構。

但，正如河流供應決定兩岸土壤本質的原料，仍掌握着決定環境變化的重要契機，傳播事業給大眾選擇與分送構成他們心型的原料，仍舊有左右社會文化變化的力量。每一新事件或新問題產生的時候，我們的心型祇是一張白紙。傳播媒介就會先入為主地給我們的這張白紙上畫上它要我們接受的圖案。我們的心型對新事件新問題雖是一張白紙，但這張白紙是由傳統行為標準素質構成的，因此，符合這素質的新圖案一按上去就吸住了，不符合的就不容易粘上去。但，近代傳播事業技術的精進，可能使這不容易粘上的圖案竟粘上了我們的心型，改變了我們的行為標準。於是，迎拒之間，發生了紛歧，引起了傳播事業間的混亂。有的傳播事業先作了主觀的定型，再按照這定型選擇資料放送出去。另有一種，採取客觀姿態，作公正，正確，不偏不倚的新聞報導與意見介紹。再有一種，則採取有聞必錄的原則，任何來源的新聞原裝發送，使讀者聽眾接受一盤可以任意選擇的炒雜燴。究竟這些作風孰是孰非，聚訟紛紜，莫衷一是。

科學的發達使世界縮短了距離。在同一個地球上居住的人類，透過傳播媒介的聯系，緊縮而成古代聚居在一個村落裏的鄰居。因此，地球上任何角落裏發生的事件或任何人發表的意見都可能影響其他人的禍福。論理，人與人羣發生了這樣密切的關聯，我們要維護我們的安全應該了解地球上每一事件的內容而對每一事件作正確的判斷。但，我們的社會接觸既有限，每一個人為生活奔忙，更沒有時間也沒有興趣去注意這些頭緒紛繁的人間大事。其結果我們不得不依賴別人判斷的配給，而傳播事業就在我們這

種無可奈何的情況中掌握了權威，在我們心型白紙上打上了它設計的圖案，影響了我們的行為標準，改變了我們傳統文化的內涵。

傳播事業把握了影響人類文化這樣偉大的力量，其爲人類造福或爲人類闖禍，都祇在其運用者一念的轉移。因此，美國新聞學的權威學者們，先後提出了警告。華德、李普曼 *Walter Lippman* 批評傳播事業，說他們祇把事實作皮相的報導，不能把看不見的真理全盤呈露在讀者聽衆的面前。因此，他主張：「民意倘然要求健全，必爲新聞而組織之，不能如目前狀況，被新聞所組織」。（註二）換句話說，李普曼主張，一個傳播事業具有透過新聞引導民意向正確方向發展的責任，它必須以把握到正確資料的事家的判斷爲依歸。路易思·衛斯 *Louis Wirth* 也作同樣的主張。他以爲，傳播事業本身無力規定其執業綱領，這綱領應該由另外一種主持正義的力量來決定的。衛斯認爲羣衆中的個人是無偏見的純淨份子。但我們想透過團體表示我們的意見，沒有一個團體可以代表我們複雜的身份，沒有一個團體可以使我們接觸到所有人間大事牽涉到的種種範圍。就是這些我們無法接觸到的範圍，經常會被人利用而產生重要而有力的意見，我們就找不到那一個對此有充份認識的人去請教指導了。因此，衛斯說：「就在這些我們接觸不到的事象範圍裡，我們遭遇到別人牢籠我們的陷阱，引導我們走向我們並未參加設計的目標。因此，我們大家在羣衆態度的行動中定了型。」我們要避免這些被動的影響而爭取主動，祇有傳播媒介能够供給我們一個超越這些野心家的播弄而聲張正義的機會。但我們的正義聲張要有效，必須有大量資金和高水準的人才。因此衛斯主張輔導傳播媒介是社會應負的責任與應有的權力。（註四）

美國新聞學者所主張的傳播事業社會責任論，實際就是我們 國父孫中山先生先知覺後知理論的引

申。國父孫先生把人類天賦分成先知先覺，後知後覺與不知不覺的三大類。他在孫文學說第五章裏說道：

「先知先覺者能够創造發明，不妨專門從事研究，担任『主知』的工作；後知後覺者雖無發明的天才，亦應負起『宣傳』的責任，使理想傳之於衆，做推行；於是，不知不覺者在他們的指導之下，便可竭力樂成，做『實行』的工作。」

就新聞學來解釋 國父這套理論：社會負起輔導傳播的責任就是先知先覺者的創造發明，傳播事業接受社會的輔導來儘量發揮傳播的功能，就是後知後覺者的做推行，結果使廣大羣衆接受而成了他們正確的行為標準，就變成了不知不覺的竭力樂成了。

傳播事業應由社會負起責任來予以輔導，這個原則確定之後，社會這個抽象的假定，更需要一個具體的說明，才不致使這原則歪曲運用而變了質。

社會行為標準的形成，既有自動與被動之別，那末，傳播事業的社會輔導自應儘量排除人爲的操縱而讓社會進化在符合羣衆利益的軌道上作正常的發展。

羣衆是盲目的，最易受感情的激動，激動的感情經常會模糊了理智的光芒。怕懼心理更是模糊理智最有力量的一層陰影。原始社會怕懼自然界的神祕力量轉變到現代，代之以社會中相互猜疑，相互戒備的緊張情緒。人們生存在這日增繁複的社會中，要求安全的保障，少數野心家就利用這種心理，借保護弱小的號召來發展他個人自私的企圖。因此，有人說，納粹的成功，是「垂釣的勝利」。（註五）即在民主自由的國家中，運用羣衆怕懼心理以求達成某種企圖的傳播運用，也到處有顯著跡象可尋。怕懼是

有傳染性的，羣衆行動一經爲怕懼所控制每越出邏輯軌範而爲整個社會招致不能預料的災禍。

美國社會學家恩格爾 Robert Cooley Angell 分析人口集中的大都市中會產生不容易控制的四種力量：（一）擁有軍事或政治實力而抱自私企圖的人；（二）擁有財力而作違反公衆利益的人；（三）以暴力破壞一般行爲標準與法律規定的人；（四）在社會經濟底層中，受排擠隔離，於十分不安定的環境中掙扎求生的羣衆。（註六）

這四種力量的激盪，顛覆了社會秩序的平衡，而其激盪，每藉傳播媒介影響羣衆怕懼心理而收最大功效。如何使傳播媒介不給這四種力量所利用，固然需要一種社會力量，如何運用傳播媒介消滅這種力量而保證社會秩序的平衡，更需要一種有見識，有操守，有權威的社會力量。恩格爾對現代社會失去平衡，作了如下的剖析：

「今日的人類好像在跟自己作對。安全在人生中已失去了保障。環境壓迫我們，持續、混亂，甚至構成悲劇。雖然多數地區，多數時間，社會還保持着基本的秩序，可是這秩序經常受到牽制，遭遇阻礙，甚至破壞。有的人團結而爭其自以爲應該享受的權益。有的人給連根拔起，扔在社會變遷的人海裏漂流，受道德浪潮的衝擊，或者沉澱到罪惡的深淵裏，或者抓住一根浮木，盲目追隨外人創導的社會運動。」（註七）

恩格爾這一個現代社會的寫實，十足暴露了時代的病態，也表示了培養社會輔導力量之刻不容緩。輔導而由社會爲之，意味着社會羣衆羣策羣力把這責任負起來。社會要執行輔導，憑什麼它可以達成這任務呢？人類羣居，因追求共同理想所訂定的共同遵守的行爲標準，本來就是支持社會輔導的後盾

力量。所不幸者，這座溝通思想促成社會行為標準的橋樑，部份的傳播媒介，因其效力的宏大，受自私者的操縱利用，失去了它正常應盡的功能。傳播功能的歪曲運用，混亂了社會行為標準的指標，致令是非不明，社會就失掉了它輔導的力量，這才造成了恩格爾所描繪的社會病態。

因此，今日社會的病態，傳播媒介不能不負相當的責任，而促成社會文化的這座重要橋樑未能發揮其應盡的功能，社會也不能不負相當的責任。如何調正二者相互影響的關係而使社會文化恢復其正常的發展是新聞學重要的課題。這就是新聞學之不再是研究技巧的學課，轉變而成社會科學中重要一門的理由。

政大新聞學所系師生有此認識，深知研究有得，對社會之貢獻既鉅且深。爰創刊這「新聞學研究」定期專刊，闢一新園地為研究新聞學者交換研究所得的橋樑。編者們將以迫切企待的心情，歡迎研究新聞學者大家來利用這塊園地對社會作深鉅的貢獻。

註解

(註一) 社會心理學術語 Behavior Norm 之意譯

(註二) 見施蘭姆著「大眾傳播的責任」Responsibility in mass Communication

(註三) 見李普曼著「民意」Public Opinion

(註四) 見裘拉德 J. Edward Geraid 著「報紙的社會責任」The Social Responsibility of the Press 第六章

(註五) 按此引用英諺「混水釣魚」Fishing in trouble water 意指納粹利用社會混亂以求其勝利。

(註六) 見恩格爾所著「自由社會與道德危機」Free Society and Moral Crisis。

(註七) 見同上。

新聞自由與社會責任

曾虛白

甲、總論

大眾傳播之哲理分成四派，兩派爲獨裁主義與極權主義，姑不論述，所餘兩派，一爲自由主義論派（Libertarian），一爲社會責任論派。

自由主義論派，源於密爾頓（John Milton）與密爾（John Stuart Mill）的經濟理論。他們主張貨物交易的自由市場採取放任主義（Laissez-faire）的理論。傳播哲理的自由主義論派者援以爲例，以爲真理在思想市場中，正如貨物市場中之好貨必逐劣貨，必能清除錯誤。政府不能勝任爲辨別真偽的裁判者。但此種主義假定人類在面對真理測驗之時，有足夠智慧與操守，去僞求真，其對人性判斷過份樂觀，未能應付過份複雜的客觀環境。今日的思想市場正與其他市場一樣，決不像十八九世紀人士所想像的那樣簡單。因爲，進入這市場的力量並不平衡，生產者的力量永遠比消費者高，除非消費者有了組織。

因此，第四種社會責任論較爲合理可行。此論祇把自由主義論略加糾正，但也反對政府干涉。傳播哲理的社會責任論者，正像現代經濟學者反對政府干涉而主張計劃經濟，並不完全推翻自由市場的理論一樣，也承認思想應保持自由市場的體制。但他們強調，每一自由必有同等的責任，倘自由的新聞不對公衆保持利益，保持真理，使歷史事實的發展有一公正與平衡的報導與解釋負起適當的責任，即將危及自由社會的基礎。

美國新聞自由委員會即根據此原則於一九四六至一九四七年成立，由赫金斯（Robert Maynard Hutchins）為會長。其成立目的，為欲避免國家權力作傳播系統之警察活動，建議組織自律機構以警察傳播機構，一方面對顯著違背公認的規範者，予以譴責，一方面對傳播界有特殊水準者予以表揚。然新聞界對此仍認為干涉言論自由而不滿。

美國若干學者建議修正，主張新聞市場自動制裁既被認為過份理想，倘消費者（即讀者、聽眾與觀眾）對傳播工業的產品發生興趣，亦可引起傳播者部份之責任感。此興趣可由社會團體為代表，其批評建議即可糾正傳播工業之濫用自由。

但此建議仍未解決問題，因消費者如無組織，其效果將如無組織之選民，不在最後決定取捨時不發生作用。反之，如有組織，則此有組織之消費者，將成為壓力集團，以其愛好來做傳播內容的取捨標準，危及整個社會享受知識、藝術、娛樂之自由。

欲避免壓力集團的壟斷，勢必採用此品類繁雜的社會中多種集團的反應。適應多種集團之反應，勢必使傳播內容趨向低級。換言之，要人們對自己的偏愛和自己能力不及的問題負責是不容易的。

社會責任論之異於自由主義論者，因其強調責任，並強調新聞與娛樂的責任生產者與消費者應共同負責。

要生產者負責理論是正確的，但要他產生負責態度實難。在貨物市場中，國家制裁可以在混合經濟中減除放任政策之弊病，在思想市場中引用國家力量則危險太大。但，如引用消費者壓力去檢察傳播，比貨物市場更難。因為在貨物市場中，貨不好不買，但在新聞市場中，配合廣大消費者的要求，產品必

降低水準而趨「粗俗」，「粗俗」的吸引力變成嚴重問題。

大眾傳播走向低級無可厚非，因為大眾傳播的接受者是大眾，它必然以大眾能接受的興趣做標準。因為有特殊修養、高級興趣的人是大眾中的少數，自然不是生產者考慮的對象。

目前雖還有若干負責傳播事業者，抵抗這些大眾的壓力來提高傳播的水準，但問題仍然存在，因為這制度本身不能取少數而捨棄多數，就不能希望傳播管理者爲了淨化內容而自動作此犧牲。

美國報界厭惡管理，即非政治性者，亦不例外。故「新聞自由委員會」所建議的那種自律的檢查，亦認爲有礙新聞界之莊嚴。但社會文化因傳播影響而日趨粗俗，是否應採取適當步驟將趨向於自由主義之制度加以糾正，仍爲亟應考慮的問題。

爲了避免這種危機，修改這種制度自有必要。他們因爲無法希望管理者爲了要提高水準而作犧牲，又不能過份作劇烈的轉向，故其修改方法不作硬性規條的規定而祇製定共同遵守的標準，俾得培養大眾興趣，提高其水準。

試以英之英國廣播公司(BBC)與加拿大之「加拿大廣播公司」(C.B.C.)爲例。BBC雖無競爭者，仍不免粗俗。結果，政府仍開放禁例，准其他商業廣播公司之設立。

C.B.C.是國家管制的，與美國商業廣播競爭甚烈，然其發展結果證明，自由主義所預測政治管理後必生的弊病皆未實現，在國家管制下，仍可組織一無政治性之公衆服務組織，不受政治干擾。

大眾傳播的發展，使國家安定團結，特別大國爲然。廣土衆民的國家可由一個中心統治而促成團結，使選民確知對外對內各種問題而增進其國家觀念，但其缺點則爲文化的損失。因社會接近，產生一律

性（Uniformity）與一致性（Conformity）。這當然與獨裁政制下強制的一律性一致性不同，因為這是軟性的，是社會不是政府變成思想的製型者。它會使不能一律的和不能一致的，受標準思想之壓迫無法自由。不獨在政治，並且在一切興趣與生活標準上。

這一致化、標準化，是經濟發展壓迫了文化發展的後果，也是大眾傳播發達後必然帶起的問題，正是新聞粗俗化的主要原因。

乙 新聞自由面對的問題

一、政府法規問題

傳播界要爭取的自由大別三類：（一）知的自由，（二）說的自由，（三）採的自由，（一）（二）兩種為一般公民共享的權利，第三種是公民以享受的公權委託記者去執行，故與傳播界關係最密切。

傳播界對政府法規所遭遇的問題是一方面要拒絕政府的干涉其自由，另一方面要自己負起責任，來實踐法律上應該做的一切。

茲以美國政府控美聯社獨佔案為例：美聯社為一合作性的通訊機構，規定社稿祇供給會員報；芝加哥論壇報為會員報，芝加哥太陽報新成立，要美聯稿，美聯不與；政府控告美聯犯了反壟斷法（Anti-trust），輿論大譁，謂政府獨裁，干涉新聞自由，違背了政府保證新聞自由的憲法規定。結果，政府勝訴，太陽報得到了美聯稿。

新聞事業的雙重性，此案提供了很好的一個榜樣。因為報紙一方面是一個學校，一方面是一個企業，學校負責教育公眾，企業負責為股東賺錢。一個報紙負責者，一方面要盡校長之職，一方面要盡經理之職。這兩種職務有很多時候是矛盾的，如何使其在企業地位所享的自由，與憲法所予言論自由的自由，分開考慮，而得其平，是一個困難的平衡。政府應該經常考慮所取步驟是否限制了新聞自由，報紙也應經常考慮政府的步驟是否應以企業立場或新聞立場加以糾正。新聞自由是一個寶貴的珍品，經常應用企業的論點來處理之，容易走上歧途。

二、獨佔問題

美國政府對傳播機構執行反壟斷法得到三次成就：(一)使國家廣播公司(NBC)分售其控制之廣播系統，俾美國廣播公司(A.B.C.)成一獨立單位；(二)打破美聯社的限制，其社稿普遍供應；(三)制止電影製片廠控制一系統之電影院。

傳播事業的擴展，必走上獨佔的傾向，政府與新聞界因此發生了矛盾。

以報紙與讀者的關係來說，報紙規模大了，就距離讀者遠了。多數小報，可以深入羣衆，為羣衆發言。但一兩家大報，却從羣衆堆裏跳了出來。羣衆不認它為自己的，而把它看作像政府或大企業一樣，另成一種勢力。因此，羣衆不再擁護它，而要批評它，也希望它受人批評，希望政府去管制它。

然而大規模的報紙也有它的好處。它脫離了羣衆，不為羣衆的愛好所牽制。因此明尼阿波利斯明星論壇報發行人高勒斯(John Cowles of Minneapolis Star & Tribune)說：「報紙沒有了當地的競爭

，就能抵抗羣衆誇張新聞要求的經常壓力，抵抗爲了接近的關係不得不作不適當、粗俗與未成熟的報導的壓力。」他的報紙就是一個榜樣。

因此，報紙擴大並非有害，惟同時應多負起責任來。倘肯負責，其對社會之貢獻比小報更大。

三、社會關係問題

報紙發行人是一個成功企業的領袖，有意無意間，影響了他報導的真實性與客觀性。然，如查非教授（Zechariah Chafee）說的：「事」（Facts）與「意」（Opinion）的質，在一城祇有一報的情況下經常是由一人或幾個人決定的。其危險性甚大。

我們不願由政府來指導報紙的政策，但在民營報紙，其政策決之於發行人，此人掌握大企業，他是一個大報的靈魂。他經常與企業界往來，處理新聞難免受偏執的影響。有的報紙發行人，偏重個人領導，拒絕其部屬真實之反映與配合其他階級之愛憎，犯了使他的報紙脫離羣衆的錯誤而不自覺。

故意的階級偏執，可以預防，不易防者爲無意的偏執。要求領導者免除偏執是要求他做超人，勢不可能，然我們仍應要求其步步謹慎，勿使其偏執影響傳播，特別在評論之公允，新聞之客觀與娛樂的供應各方面決策之時要多加考慮。

四、經濟來源問題

經濟來源的干預大半來自廣告。一般批評「廣告客戶辦了報」，「歪曲了新聞」，「控制了編輯」