

# 辩论家手册

〔英〕米契尔·雅各布逊 编著

吴才文 等编译



XUEYUAN  
CHUBANSHE

学苑出版社

H019-62  
1

# 辩论家手册

[英] 米契尔·雅各布逊 编著

吴才文 丹 萍

周清华 张维特 张润辉 等编译



学苑出版社

期 P

请 F-

### 辩 论 家 手 册

---

编 著 (英) 米契尔·雅各布逊  
译 者: 吴才文等  
出版发行: 学苑出版社 邮政编码: 100032  
社 址: 北京市西城区成方街33号  
印 刷: 北京广内印刷厂  
经 销: 新华书店首都发行所  
开 数: 787×1092 1/32  
印 张: 12 字数: 260千字  
印 数: 0001—7000册  
版 次: 1991年8月北京第1版第1次  
ISBN 7—80060—536—1/G·316  
定 价: 5.80元

---

学苑版图书印、装错误可随时退换

11117-62

364432

## 第十七版序

本书旨在为辩论者提供一个实用的指南，内容包括有关各式各样有争议的问题的各种正反观点。不仅有辩论界一直很熟悉的经典论题的最新资料，而且增加了不少新的论题，让通读本书的读者能清楚地了解当代社会和当今主要的政治、社会、工业、教育以及道德问题。

本书中所有的反方观点按阿拉伯数字与正方观点相邻对应排列，为了便于阅读，辩论的标题按字顺排列，尽管这样也许有时会把逻辑上相关、本应排在一起的论题分开了，但是我们通过利用正文和索引中的相关参照的方式，尽可能地那些内容有关联的命题串起来。辩论中的观点和具体事实不可能非常全面，但却是经过深思熟虑的，而且作为指南主要是为了抛砖引玉。

这是本书的第十七版。第一版是1896年出版的，此后一直在定期修改，改动常常很大以致相邻前后两版之间几乎面目全非。在1977年出版的第十六版的序言中，我曾提出过这样的疑问，即从前一版（1965年）到现在这一版（1977年）之间十几年的变化是否需要大幅度的修订与更新。我想这个疑问同样适用于现在这一版（1987）。自1977年以来，至少有15个论辩题目已完全不复存在。比如，英法之间的政治责任已明确推翻了是否应恢复英吉利海峡地下通道的论争；现代人在道德上非常开明，因此裸体是否可以在公开场合出现就成了不用争议的问题；严峻的经济现状使得“在英国是否可以保留一些纯业余体育运动”成了无稽之谈。就是那些一

直在不断辩论保留到至今的那些老问题，其内容也难逃面目全非的厄运。

人们评论道，当今英国有一种令人失望的趋势：国民越来越听信于国会，以致在政治、经济和生活方面那些必要的、合理的建议减少了。但有一点值得欣慰的是，人们的兴趣越来越多地转向另外一些领域，略举几例如下：动物的权利、杀生式运动、英联邦、广播的公众监督、陪审团制度、环境污染以及风景点和自然保护区的保护问题。

本书的论辩观点和材料得到了英国野外运动协会、乡村委员会、反残酷运动联盟和自然保护委员会的大力支持。还有许多人对本书提了不少建议，特别是PD, BIB, 哈里·柯恩 GJJ, 朱迪斯·贾德, ML, G.L. 莱福, D.A. 奥顿, 安德罗·塞缪尔斯和梯普逊斯。谨致谢忱！

米契尔·雅各布逊

# 目 录

## 第十七版序

|                    |    |
|--------------------|----|
| 广告的公众监督与税收         | 1  |
| 动物的权利              | 9  |
| 现代建筑是否迷失了方向?       | 14 |
| 限制常规武器             | 19 |
| 对艺术成就的奖赏           | 22 |
| 人口高出生率             | 25 |
| 杀生式运动有取消的必要啦?      | 30 |
| 英联邦——实际有之? 长久存之?   | 39 |
| 广播电视的公众控制问题        | 44 |
| 内阁政府               | 48 |
| 历法改革               | 50 |
| 恢复死刑               | 54 |
| 海峡隧道的方案不应接受吗?      | 57 |
| 拉丁和希腊古典文学教育        | 64 |
| 应该禁止存在只雇佣工会会员的企业吗? | 67 |
| 联合政府               | 69 |
| 男女同校教育             | 74 |

|                 |     |
|-----------------|-----|
| 是否应取消商业电台?      | 78  |
| 通用货币            | 81  |
| 综合学校            | 83  |
| 产业的合伙经营         | 88  |
| 体罚应该保留吗         | 91  |
| 现代文明的堕落         | 95  |
| 劳动力统配           | 100 |
| 政教是否分离?         | 102 |
| 离婚              | 110 |
| 十八岁是否可以当选国会议员?  | 114 |
| 安乐死应当合法化吗?      | 116 |
| 情报自由法案          | 120 |
| 社会全员就业          | 124 |
| 应当解除当前限制移民的条款吗? | 127 |
| 对职业罪犯实行无期徒刑问题   | 133 |
| 工业扩张            | 136 |
| 应用工业心理学         | 140 |
| 智力测验            | 142 |
| 国际辅助语言          | 145 |
| 国际主义            | 148 |
| 北爱尔兰应该加入爱尔兰吗?   | 151 |
| 陪审制度急需改革吗?      | 155 |
| 土地国有化           | 159 |

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 禁酒是否应当放宽?                | 164 |
| 上议院的改革                   | 168 |
| 彩票                       | 172 |
| 应该恢复强制性军训吗?              | 175 |
| 汽车使用是否应受到限制?             | 176 |
| 跨国公司                     | 188 |
| 报纸应该改革吗?                 | 190 |
| √ 应当完全禁止核武器吗?            | 198 |
| 奥林匹克运动有改革的必要吗?           | 196 |
| 和平主义                     | 199 |
| 权力下放与议会改革                | 202 |
| 工业企业中的计件付酬问题             | 205 |
| 环境污染问题是否需要更加严厉的法律?       | 206 |
| 墓葬的安全预防措施是否不力?           | 216 |
| 对风景区和自然保护区的管理问题是不是法律不健全? | 218 |
| 私人医疗业                    | 225 |
| 利润分成                     | 229 |
| 民意测验                     | 233 |
| 工公共交通应当免费吗?              | 235 |
| 税务改革                     | 237 |
| 关于议员的罢免权                 | 242 |
| 关于复决投票的多次使用              | 244 |
| 和平时期的国民登记                | 250 |

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 毕业生的年龄应提早吗?        | 252 |
| 强制性体育运动            | 255 |
| 科学是对文明的威胁吗?        | 257 |
| 科学的管理              | 260 |
| 决选投票制              | 262 |
| 义务社会服务制            | 264 |
| 软性毒品的合法化           | 267 |
| 国际合作进行宇宙空间的探索是可行的吗 | 269 |
| 商业投机与治理            | 273 |
| 英文拼写的改革            | 276 |
| 唯灵论                | 279 |
| 国家医疗系统             | 286 |
| 不健全者的绝育问题          | 290 |
| 星期日娱乐与星期日购物        | 292 |
| 直接税的取消问题           | 298 |
| 单身公民的纳税问题          | 301 |
| 堕胎的合法化             | 304 |
| 戏剧需要改革吗?           | 306 |
| 废除小酒店              | 308 |
| 工会权力需要更大的限制吗?      | 312 |
| 失业者的国家救济           | 317 |
| 联合国组织              | 320 |
| 欧洲联盟               | 324 |

|             |     |
|-------------|-----|
| 大学改革        | 328 |
| 种痘          | 332 |
| 素食主义        | 336 |
| 动物活体解剖和实验   | 343 |
| 投票应该是强制性的吗? | 353 |
| 战争是合乎需要的吗?  | 354 |
| 战争是不可避免的吗?  | 358 |
| 已婚妇女更多的就业机会 | 361 |
| 成文法         | 366 |
| 译者后记        | 370 |

## 广告的公众监督与税收

**正方：**

(1) 首先，由于公众对广告普遍缺乏信任，这足以说明对广告需要实行监督是不言而喻的。只有制订新的法律，设立官办监督机构对违犯者予以经济制裁，才能减轻目前公众中普遍存在的对广告的怀疑——特别是怀疑广告成本高、浪费人力和物力，并认为广告太多，即便实事求是，也完全可能使人误入歧途。广告标准管理局发起了一场全国性的运动，邀请大量公众对在印刷品、招贴广告、电影院或邮件上发现到的并认为是违反法律的广告进行举报。这说明人们已清楚地认识到这种违法行为还是可以发现的。

**反方：**

(1) 在英国，广告可以说是控制最严的大众传播方式。有八十多条法律规定人们在广告中可以说什么和做什么。印刷广告得遵守英国广告制作法规。该法规由广告标准管理局负责监督执行。广播和电视中的商业广告归独立的广播管理局主管。印刷广告的监督被形容为是自发性的，意思是各行业共同负责保证广告不违反法律——这样就有一种相当大的道德上的压力迫使每个人去遵守法则。一旦有违法广告出笼，广告标准管理局会立即采取措施，收回或修正这个广告，并将这种违法行为公布于众。这一制度得到了消费者协会的支持，是管理广告、使消费者免受欺骗的行之有效的办法。

**正方：**

（2）广告费用在总体上大大提高了生产成本，因而也就提高了产品价格和服务价格，增加的成本也就被转嫁给公众。如果只是为了提高产品知名度并给人们提供他们真正希望和真正需要获取的信息的话，那么花在广告上的费用可就太多了。

**反方：**

（2）商人总是尽可能地降低成本。比方说，商人们只有在确信用卡车运货会比通过铁路或其他公共运输方式更便宜时，他们才会决定自己买汽车。同样，只有当他们感到广告的确能促进他们的商品的销售时，才会去做广告——在做广告时，他们也不会随意多花一个便士的。

**正方：**

（3）每年都有大量金钱用于广告，这是必要的。如果省去这些广告费用，商品的价格就会降低。公众对类似石油和洗涤剂之类的产品广告感到厌烦，这类广告不过是竞相展示产品商标，实际上，它们的性能都非常相似，人们只有根据包装来区分不同商标的商品。有些广告是大公司为了扩大声誉而做的，实际上这些公司已为人所知，根本用不着用这类广告去吸引公众，这是相当浪费的。在一定程度上，产品广告太专业化了，对广大公众而言也是毫无意义的。唯一的后果可能是各公司以成本增加为名向国家少交税款。

**反方：**

（3）按照“经济协调”原理，广告能使商品的价格降到最低。产品越为人所熟知，销售量也就越大，降低单个产品成本的可能性也就越大。一些石油公司赢得大量顾客，是因为在销售他们的汽油的加油站提供的服务比其他地方好——这便是目的含蓄的广告。某些洗涤剂制造商着意表现其产品

与众不同，这样一些人就会想象出不同之处。无论如何，公司在广告上的花费与他们的商业规模相比是非常少的。实际上，在英国每年的广告支出相当于联邦工业总生值的1.5%。甚至在美国——世界上广告意识最强的国家，它的广告支出占联邦工业总产值的比例也不会超过2%。

正方：

(4) 许多人服务于广告业，但其中很大一部分人应该到更好的、更能发挥其创造才能的其它领域内工作。

反方：

(4) 广告业并没有使用很多劳动力，1985年英国所有广告机构所雇的总人数（包括会计师和秘书等）大约只有14,000人。

正方：

✓ (5) 广告实质上是一种欺骗手段——英国一家著名广告机构的总裁将他自己描绘成在从事“制造神话的商业”。目前，很难在广告中发现很明显的谎话了，因为广告不仅受到法规的限制，而且谎言一旦被揭穿，便会影响生产。通过调查可以发现，不靠直接讲谎言而骗人的广告仍算合法。由于广告的诱惑，人们购买了那些虽然在同类产品中很好、但他们并不需要的产品，尽管这不能列入道德范畴，但仍应通过新的法律对他们进行严格的限制和管理。

反方：

(5) 当你参观一家工厂时，也许会发现化学家或科学家制造出一种具有特殊功效或适于特殊需要的新的无名液体。创造出这种物质以后，他们的工作便到此结束了。他们不知道如何出售这种液体，或许会给它起个很长的学名，甚至根本不知怎样称呼它。这时就得求助于广告机构，为这种产品起

一个有个性的名字。这是一项卓有成效的工作——无论是什么液体比方说是一种新的去污剂、割草机润滑剂或者其它新的救生药。广告商创造出一种商标来出售他们的构思，这样会给人们留下深刻印象，人们就会愿意使用这种产品。广告商比其他任何人都更明白使公众信任，广告是多么重要，因为缺少顾客信任，意味着广告将失去顾客，就可能损失数百万元。因此，即使不考虑广告的社会责任，而只考虑商业，广告商也会对广告的可靠性感兴趣的。他们依然确信工业界的自身监督肯定比任何形式的政府监督更为有效。

正方：

(6) 出版业是依靠从广告得来的收入生存的。大多数英国报纸收入的大约15%来自广告。如果报纸不能吸引足够多的广告，那么就得依靠其它财政支持方能维持生存，否则就得关门。即使目前很兴旺的报纸也隐藏着同样的危机。(举个例子，如果利润很高的《曼彻斯特晚间新闻》不接济《卫报》、《卫报》那么它们可能几年前就不存在了。)报纸为各种广告敞开了大门。过去，报纸普遍面临这样的威胁：如果登载了广告商所不喜欢的报道，广告商会撤回他们的广告。这种威胁现在几乎不存在了(除了一些小的地方报纸)。报纸撰稿人会在任何情况份坚决拒绝这种敲诈，但依然面临着更危险的压力。报纸版面的收费会因报纸发行量的增大而增高，这样通俗报纸会同商业电视广告公司和广播公司一样采取强制措施来赢得更多的读者，他们常常降低编辑报纸的水平，采用封面女郎、色情内容及其它浅薄的但他们认为可以吸引读者的内容。这种为了赢得更多读者和高效率广告而进行的有害角逐，对各家报纸共同分享所有有用广告来说是不必要的。要达到公平分享的唯一途径，是通过官方

建立的负责保证公平分享广告的中心机构来进行沟通。这样做不仅可以节约人力、物力去出版有价值的刊物，而且也能够提高编辑报纸的水平。实际上议会已经讨论了这个建议。

#### 反方：

(6) 我们非但不能抵毁广告对于报纸的重要性，而且应该认识到它能使我们得到更多的出版自由。它不仅是报纸生存的重要支柱，而且对报纸保持独立性也是必不可少的。如果没有广告，每份报纸的售价就会比现在高出许多，最终造成报纸发行量的减少。因此，广告除了自身的目的以外，还构成了一个重要的社会因素，它使公众看到更多数量的报纸及各式各样的报纸。目前在这方面还没有一个好的官方监督形式，这种形式能在不与印刷厂其它方面相抵触的情况下促进报业的发展。各个政府部门也排在最大的广告商的行列中，他们象私营广告商一样购买“最能影响消费”（意味着可以使大量读者花大量金钱）的出版物的版面，而不考虑这种出版物的政治观点是否与他们一致。如果一个政府机构具有分配广告的权力，它就有可能通过在均分中减少份额的方法来威胁那些不同意其政治观点的报纸。报纸决定他们的政治观点时，考虑的是公众的意见而不是广告商的意见。1956年英国两家销售量最大的国际性报纸，由于反对英国参与入侵苏伊士，其发行量在一个月内锐减，这就是公众意见的作用——它证明政府监督是不相干的也是不必要的。

#### 正方：

(7) 一些刊物在没有做广告的情况下也健康地生存下来了，法国的《幽默周刊》是个典型的例子。苏联报纸多年来也一直没有广告，现在也非常少。因此，在英国人们提出了一个设想，对广告是西方国家印刷业之根本这一假说提

出了质疑，主张公开报纸的财政秘密（如果存在的话），并通过政府津贴来换取广告收入。这样就会消除广告对编辑报纸的控制，提高编辑水平。英国广播公司或许会采用这种方法。英国广播公司可以从官方得到经费，而原则上却是自主的，不受政府控制，自由地决定它的政治观点和态度。

**反方：**

（7）正方所举的反例是特殊情况。苏联报纸一开始没有广告是因为那时苏联不重视消费品的生产，用于这方面的资金很少。近年来，苏联的广告水平在稳步增长（虽然现在仍强调“完成经济计划”而不是“销售”）。不论出于什么好意，政府津贴都会有些“回扣”，这还不是最主要的，主要的是这笔钱的使用权将归一个为此而建立的委员会所有——这个委员将有意或无意地对编辑内容施加影响，因为报纸过分地依赖于政府的资助。

**正方：**

（8）刊物上的广告只是公众要求取消的较泛滥的广告之一。按照规定，应拆除乡村公路边那些巨大的广告牌和城市大量的显眼的而又不受约束的广告霓虹灯、闪光灯和其它类似的照明灯，这些物品通常令人生厌，而且当它们的颜色与交通信号混淆时会产生危险。伪劣包装，难报价格，缺少两和奉送“礼物”，以及过多地让儿童做电视商业广告以劝说母亲们购买那些食品和她们不需要的商品，这一切尤其对家庭主妇构成了严重的威胁。近年来，潜意识广告似乎已成为最危险的广告，它将商品名称在人们没有意识到时灌输到人们的意识当中。

**反方：**

(8) 广告业自身已在不同层次上建立了一系列“看门狗”体系，以确保用户不被广告商的宣传和诺言所欺骗。在英国，只有经过这样几个机构的不同层次的检查，一个广告才可以通过——如同从电视剧本到最后的拷贝。英国政府已经对街头广告的性质、数量、大小及所在位置作了许多限制，这些监督措施避免了出现美国的那些丑陋而混乱的路边广告。实际上，美国的情况比战争时期有了很大好转。随时都有维护消费者利益的关于家庭购物的新措施的介绍，广告商也自觉地配合实施这些措施。广告业不再使用那种潜意识广告，它已被国际商业协会禁止。

**正方：**

(9) 现在有两类产品的广告必须受到全面而严格的控制：这就是烟草和酒。在医学还不很发达的情况下，吸烟会增加产生癌症和其他严重疾病的危险。目前香烟广告仍然得到支持，这是绝对不能容忍的。政府对香烟广告采取了相当严格的限制，要求把“吸烟有害”字样的警告印在香烟广告和包装上，这是政府最大限度能做到的。有许多场所同时出现禁止吸烟招牌和烟草广告（包括烟草公司出资赞助的大量体育比赛及其他类似活动的“后门”广告）。总之，没有人赞成这种象大麻一样的毒品的广告。酒类广告也受应到同样的限制。除了人们认识到的那些很普遍的酒精中毒以外，在工商业中酗酒和疾病比其他因素更多地造成工时的大量消耗。很清楚，应该禁止那些鼓动人们酗酒的广告。不光彩的是连续几届政府都没有这么做，因为他们不愿减少烟草和酿酒工业带来的巨额税收。

**反方：**

(9) 对烟草类和酒类广告的批评不能起决定作用。有些