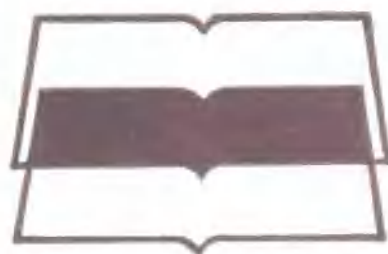
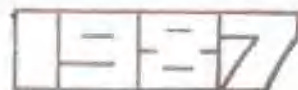


台港及海外中文报刊资料专辑

出版工作 与书评



第 6 辑



书目文献出版社

出版说明

由于我国“四化”建设和祖国统一事业的发展,广大科学研究人员,文化、教育工作者以及党、政有关领导机关,需要更多地了解台湾省、港澳地区的现状和学术动态。为此,本中心编辑《台港及海外中文报刊资料专辑》,委托书目文献出版社出版。

本专辑所收的资料,系按专题选编,照原报刊版面影印。对原报刊文章的内容和词句,一般不作改动(如有改动,当予注明),仅于每期编有目次,俾读者开卷即可明了本期所收的文章,以资查阅;必要时附“编后记”,对有关问题作必要的说明。

选材以是否具有学术研究和资料情报价值为标准。对于反对我四项基本原则,对我国内情况进行捏造、歪曲或对我领导人进行人身攻击性的文章,以及渲染淫秽行为的文艺作品,概不收录。但由于社会制度和意识形态不同,有些作者所持的立场、观点、见解不免与我们迥异,甚至对立,或者出现某些带有诬蔑性的词句等等,对此,我们不急于置评,相信读者会予注意,能够鉴别。至于一些文中所言一九四九年以后之“我国”、“中华民国”、“中央”之类的文字,一望可知是指台湾省、国民党中央而言,不再一一注明,敬希读者阅读时注意。

为了统一装订规格,本专辑一律采取竖排版形式装订,对横排版亦按此形式处理,即封面倒装。

本专辑的编印,旨在为研究工作提供参考,限于内部发行。请各订阅读单位和个人妥善管理,慎勿丢失。

北京图书馆文献信息中心

出版工作与书评 (6)

——台港及海外中文报刊资料专辑(1987)

北京图书馆文献信息中心编辑

季啸风 李文博主编

署齐鸣 选编

书目文献出版社出版

(北京市文津街七号)

北京百善印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经售

787×1092毫米 1/16开本 4印张 102千字

1988年2月北京第1版 1988年2月北京第1次印刷

印数 1—3,000册

ISBN 7—5013—0134—1/G·16

(书号 7201·170) 定价 1.15元

[内部发行]

CT230
171

017622

目 次

出 版

出版事业经营回顾与发展策略 (1984, 1985年)

林润民 1

有声出版业概况 (1984, 1985年)

6

报业概况 (1984, 1985年)

王洪筠 10

杂志出版业概况 (1984, 1985年)

杨志弘 16

传播界

传播研究的应用问题

钟蔚文 一

中国观与世界观

赖国洲 三

日本画报与报道自由

陆培春 29

《纽约时报》的权威何在?

姜敬宽 31

版 权

著作权法的过去、现在和未来

贺德芬 35

著作权法 (台湾)

44

著作权法施行细则 (台湾)

55

补 白

港版的传媒学书籍

阿 浓 54



Wa c0017622



傳播研究的應用問題

鍾蔚文

發展傳播的應用之學，是傳播學者近年努力的方向。

當前，如何把傳播理論轉為科技，無論在研究方向及教育方法，均須作某種程度的改變。

社會科學這個名詞中的科學二字也許是不盡恰當的，並無法完全涵蓋社會科學家所有的活動。科學偏重理論，是格物致知。但是今天「社會科學」不僅探索人間世的基本法則，也嘗試應用這些法則來處理人間百事，因此是科學，也是科技。在自然科學，理論可以幻化為科技，如化學與化工的關係。社會科學也有其經世致用的一面，最好的例子是許多社會科學和醫學的結合，如行為醫學（behavioral medicine）、醫療人類學（medical anthropology）、醫療社會學（medical sociology）。

傳播研究也是「有用」的。其實，傳播研究的萌芽就是由於實際的需要。二次大戰中，一黨心理，社會學家聚集一堂，研究如何利用他種媒介如電影以提高士氣，傳播研究自此日漸蓬勃。這數十年來傳播學者也當「奉旨」從事應用的任務，如美國對暴力與大眾傳播的研究，媒介專家在選舉中活躍的角色等。

這個價值在實際應用的一面，也是滿足實際的需要。雖然理論研究自有其界限，但有其「無用之用」。但是由於大多數傳播科系的學生對於事實務，如何發展傳播的應用之學，或者更妥切的說法是，如何彰顯傳播研究的「用處」，有其一定的價值。

但應用傳播的研究與教育並沒有完全滿足這種對社會科技的需求，一方面傳播研究可能的應用有待開發，一方面如何將理論轉變成科技，也須研究如何將科學化為科技，也有待研究。

傳播研究可能的應用

目前傳播研究應發展較多的一個方向是宣導及資訊的傳佈。

這方面的發展在歷史上是與民主社會的需要而產生的。在民主社會裏，政府有義務供給公民有關雙方針的資訊，同時也常有必要設法過來，而傳播進步推行政府政策阻力，策進者爭取對政府的支持。基本上，民主政治強的需要，宣傳成為其重要的一環。民間團體也必須採用宣傳的方式，「策劃」觀念和活動，如消費者運動便擅長運用宣傳的方式，散佈其觀念。

雖然今天大多數人的科學知識上獲得的方式來設計執行宣傳的方案，其首重媒體就是其重要之舉，其中牽涉到傳播的專門知識，是一種高科技。成功的宣傳必須瞭解對策的科學，社會環境，供給對象資訊及回应的訊息。有些訊息可能只是告知，有些可能改變印象，有些可能促進行動。從科學來看，宣傳資訊的宣傳或有一定軌道、時變、新舊更迭等，這些可能可以給我們提示，在最適當時進行宣傳。

目前宣傳可能的應用問題，傳播學者已作了許多細緻的研究。這些研究可以整合，即可發展成宣傳的科技。其實在先進國家，已不乏

這些應用的實例，如前面提到的在政治活動上的應用。在選舉中或平時製造政治人物的形像。近年來一些非政治的活動也開始應用傳播的知識，如健康衛生觀念的傳播。在美國史丹福大學的心臟病防治計劃，即為醫學院與傳播研究所合作，應用傳播的理論，來散佈有關心臟病防治的資訊，改變態度與行為，至今進行已十餘年。地區涵蓋四、五個城市。危機事件中資訊的傳播是另一個傳播研究可以應用的領域。美國近年有一研究，即有關發生天災如地震時，如何建立最迅速的資訊網，如何安定民心，消極疑惑，這方面傳播學者扮演了中心的角色。我國目前也在進行災害防治的科學整合計劃，但似乎並未注意到傳播研究的角色。

和宣傳有關的是教育目的製作。美國有名的公視節目「芝麻街」在設計及評估的過程中，傳播學者扮演了重要的角色。另一個傳播研究「科技」化的領域是大眾傳播教育，即如何培養有批判能力的觀眾和讀者。自從電視普及以來，電視對觀眾尤其青少年之影響已成為社會關心的議題之一。一九六〇—七〇年代，美國有兩三大規模的研究，探討電視觀衆力及色慾觀衆的影響，另外有些研究者更見重於智識階級的能力。雖然研究成果並無新創或感傷的結論，關於媒介的影響，如說第三、但一般認為應該加強大眾傳播教育，培養具有批判能力的資訊消費者，來過濾、抵抗媒介可能性的不良影響。近年來，傳播學者已逐漸朝這方面努力，利用多年來研究的成果，發展一些基本的準則，教導觀眾如何「看」電視和電影。譬如說，如何在學習過程中加入大眾傳播運作及功能的教材，教導兒童認識廣告的目的等。

從科學到科技

傳播研究除了以上所舉的兩個應用的方向外，可以應用於談判、人際溝通（如醫生如何和病人溝通）、組織的傳播體系，以至於電腦系統的設計。

不過，如何把傳播理論轉變為科技，在研究的方向以至於教育的方法方面，都需作某種程度的改變。就此本文提出幾點看法：
（一）分清理論和應用理論之不同。研究理論時，主要的在求知，發現一些人世間的通則，因此研究方法著重孤立一現象，觀察其變化。如在社會實驗時，把各種元素的影響分離而出。研究遊說的學者常就某一變數，如傳播者的性別，加以操縱，觀察其對傳播效果的影響。但是應用理論目的則不同，主要著重於應用研究的發現及積聚的知識，解決問題。因此方法上應該綜合各種能為所用的知識，取材不限於一家之言。而最終的產品為切實可行的方案。此一方案不僅納入理論的原則，也兼顧各種俗世的紛擾，如實行過程中可能碰到的人情、政治因素。行銷學即為一例，重點之一即在討論行政執行的細節，務求其可用。

（二）教育訓練方式的改變。因之教導學生應用知識、教學方式內容也應作一改變。一般教科書及教學著重單一變數或現象的討論，鮮少顧及社會現實系統全面性的教材。當然，這和教育以講授式為主有關。我們在此絕無否定理論的重要性，或貶抑講授式教學的適當性。因為在教導學生應用知識時，必須先熟悉基本知識，講授課程正是符合此一目的。但是在訓練應用階段，教材教學應著重問題的解說，知識的綜合。新聞學科開設實習及實踐課程，即針對此一需要。但在傳播方面，目前教學方式仍偏重理論，未必能彰顯理論與實際之間的關係。

可行的方向之一為個案研究（case study）。即將傳播應用的實例編為教材，上課時活動主要在討論及批評不同的個案，提出相對的解決辦法。此一方式在重視實務的企業學問中行之有年，應該可以供我們作一參考。

（原載：東方雜誌（台）一九八六年二〇卷 二期九—一〇頁）

中國觀與世界觀

賴國洲

——談傳播界「推開窗子看世界」的新嘗試

我們要打破西方訊息流通的控制，剝開西方符號包裝下的世界真貌。但寄望我國傳播媒介，在「中國——世界觀」的努力中，切莫流於表象，落為口號。

近年來，國內傳播界蔚為風氣的熱門話題，尤其是構成編採行動方向之一的，便是想替大眾「推開看世界的窗子」。而且更重要的是，在這一話題趨勢中，目的不只是開扇窗子看世界而已，同時還希望這扇窗開擺的方位很恰當，光線明亮，角度適中，大眾因而藉此媒介而能夠看得見、看得清楚、看得透徹，以不失中國的眼光觸及所必須看到的世界景觀。

開窗子看世界，眼光還必須是由窗內而外拓，不能是由窗外世界比型的。這是件將中國觀與世界觀合成的觀鏡「同意工程」(Interlocking of Concept，借用克列伯 Joseph Klauer 比喻大眾傳播之語)。

特具這一潮流徵象的媒介行動，「時報新聞週刊」、「遠見」雜誌的創刊，台視「從台北看天下」節目的開播等是。當然在這潮流之前，像中視新聞的「看看別人想想自己」單元、中國時報國際新聞版邀請國內專家執筆分析問題，也已實際具備同樣的意義存在。

過去傳播媒介上的國際事件報導，通常用意比較單一，它只是在執行讓大眾看世界的目的，不管是東顧大窮，或是西軒小牖，類皆如此。林少雄外，這是開播國際高主旨的世界觀。「美國新聞與世界報導」中文版的刊行可說是這種觀點的修正與延續，因為它除了主要是翻譯「The News & World Journal」的文字，沿用其圖片外，也增加國內政經及人物報導，讀者投書當然也是國內的。「美國新聞與世界報導」這可說是對應前述新潮流行動中的一種回流行動。

而對這種回流現象，並不必急著就表執行動論是非、談功過，主要是兩者背後都自有其理論思潮的支撐，進入這一層面而觀察，或可稍解迷霧之藪。

於此暫且暫較新舊的傳播行動趨勢推舉為「中國——世界觀」，較傳統的行動則稱「世界——世界觀」。當然這樣二分的用意，主要不在時間幅度，也就是並不意謂過去「一定」如何，現在則又「一定」如何。而只是就行動觀念的區隔。

「世界——世界觀」的推行，其實和西方早期的殖民主義不無關聯。到了二次世界大戰後，發展經濟及現代化主義的盛行，更使此觀念的推動力量更強，而且在實質上漸漸演成「西方——世界觀」，也就是所謂眼見的「世界」並非真實的整個世界，而是成爲典型的西方世界。凡事套入發展階段說，所以首要眼觀西方，亦步亦趨。東方世界漸成「香蕉世界」，非洲天地則是「巧克力奶油夾心」，不管外表如何，都有「內白」的核心觀點。

傳播媒介就是這樣一個例子。的確，每一個國家都用民眾最熟悉而親切的「母語」傳播出了內容，但是怎麼來取捨、表達內容的專業理念卻是舶來的，就是說現代化的傳播專業這個國家以「母語」來發音，實際上有些內容根本就是外語「講理」得當，立可通曉的。至於機械設備、管理等等，就更不用提了。

「中國——世界觀」的正式傳播，應由報刊的報導也應得懂，但是，常常不憚的是，為什麼新聞事件要這樣報導，要那樣報導，要那樣報導，你這新聞價值觀的獨立。什麼是新聞？西方的論者會告訴我們，西方的讀者可以當典範。所以西方有黃色新聞事業，有黃色新聞事業。我以為，西方有人或狗才是新聞之一說，我們便有專探怪誕荒謬的媒介；西方有「扒糞運動」，我們便不乏挖糞，掘腐爛的報導。此一聯合的報導是「新聞」二字首定在中國版會出現時，那是作為宋朝小報的範疇，小報是什麼？曾虛白先生主編之中國新聞史，謂是「……可見小報之報導不盡確實可靠，只圖滿足一部分讀者的好奇心，而不究消息的真偽。」（見引書八十三頁）

但是，讀者是以仁民愛物為中心思想的中國人，所盡心去興辦的傳播專業嗎？

「中國——世界觀」的內容呢？當然也是標準「西方——世界觀」的產物，按著跨國公司（四大通訊社即是）之威勢與便利，這樣傳播的報導，豈有不正？

「中國——世界觀」的報導，非以廣告對質實上是一「西方——世界觀」的一種反省。看世界，不能只有世界，還要有中國；否則不自覺地，我們就看到了西方，卻以為看到了世界。最後可能，但知有西方，不知真世界，也許連中國都觀點模糊了。

「中國——世界觀」的報導，以及別國西方符號包圍下的世界真貌，我們要親眼去目擊，親手去接觸，動腳去踏跡，用腦去思考，中「中國——世界觀」報導，到底什麼，中國人能觀察現象，事件空間與中國世界的關聯又如何等等。這需要的是大量財力的投注與專業人才的世界佈線。否則，報導不是容易可獲成的目標，亦非短時間可奏效的。

「中國——世界觀」的報導，應值得為此慶幸與自傲。但也寄望，傳播媒介在「中國——世界觀」的努力中，切莫流於表章，落為口號，大家也不要急於「豐收」。

「中國——世界觀」的報導，應先往幾個先期的據點落實觀察，建立採訪線索，逐步取代「西方——世界觀」素材，全球聯想，應是應有的目標。

同時，值得深入自省的是，這樣的一個看世界的「中國觀」究竟是什麼？我們想不要它是一種過度濃厚的種族中心主義，不要它是一種窄窄的城觀，不要它是一種惟其的國家偏見，否則對「西方——世界觀」而言，它只是以一種偏見取代另一種偏見。

我們也要求必須確實，否則那將是以無知封閉自己的眼界。

走一個更確實的路線，我們不妨先建立起「中國——中國觀」，讓我們的新聞事業真正植根在我們的社會中，成為服務社會文化的媒介，反映中華文化的生代化內涵，還給大眾一個中國人社會的良鏡。

設立中國人應該有的新聞價值觀，建立中國人應該有的新聞事業。

然後我們更可理直氣壯地去指陳外人的黃色新聞手法，痛責他們只求同情弱者卻歪曲我國形象的報導。「西方——世界觀」中的態然，至此才不致於性。

「中國——世界觀」而努力的另一個方向是，讓世界也能接受「中國——中國觀」以至於「中國——世界觀」。這需要以通訊社與新聞全線國際新聞營運的情形下，不只是我們所認知的國際新聞來源及觀點受限，就是我們的新聞要傳向國際時，通過媒體的掌握在四大通訊社之手，我們的價值，我們的想法便容易受到歪曲。

國內的傳播媒介，此刻既已處處在結合中國觀與世界觀的出發點上，這樣的努力不應該是暫時的，而是並且均衡的。中國人看世界，也靠世界看中國人。不要只圖資訊入超，也該設想，「文化守底」就是我們影響對方的潛藏。

（原載：東方雜誌【台】一九八六年二〇卷 五 期二三—二四頁）



22

0

ISBN 7-5013-0134-4/G·16
(书号 7201·179) 定价 1.15元