第三章　博碩士論文資料分析—集中化的單一典範

「將中國作為一個整體來討論是中國研究的一條死路，但似乎是不可避免的。」

-費正清論中國

第一節　前言

本章將開始整理台灣地區所生產的中國大陸傳播研究學位論文。根據本文第一章中針對「中國大陸傳播研究」所定義的範疇，共篩選出 111 篇論文，其中 3 篇為博士論文，皆產自政治大學，其餘 108 篇則為碩士論文。整理歸納的方式將分別依照時間、論文主題、研究方法，及使用理論等四部分進行，希望能夠將半世紀以來台灣地區的研究生作品作一個概略性的認識與呈現。四項分類標準茲說明如下：

1、時間：在時間的區隔上，本文從 1949 年至 2002 年之間，分隔為三個階段，分別是 1949-1987，1988-1996，1997-2002。本文之所以採取以上三個階段的劃分方式，主要考量的著眼點在於以回顧學院外部的政經發展對比學院內研究取向、典範取捨之間的相互影響。

1949-1987 為戒嚴時期，最明顯的特徵即是出版及言論自由遭到國民黨當局嚴格限制，而且實行所謂的軍事管理。根據戒嚴法第七條規定，「戒嚴時期，接戰地域內地方行政事務及司法事務，移歸該地最高司令官掌管，其地方行政官及司法官應受該地最高司令官之指揮。」在這種政治高壓的背景之下，市民社會的發展相對受到擠壓，而執政當局亦透過傳播與教育兩種體制對思想及意識型態進

行管制過濾，因此也就當然影響到學術研究的取向及發展。

1988-1996 為解嚴後自第一屆民選總統時期，1987 年 7 月 15 日零時起宣布解嚴後，換來的是壓抑已久的民間力量轟然釋放，眾多地社會運動諸如教改、反核、環保等議題逐漸走上街頭遊行討論，這反映出一種由單元過渡到多元市民社會的動態展現，同時，政治上的減壓也標誌著對於學術研究的行政干涉將逐漸減少，至少不再是理所當然之事，可以說，為了解釋新興社會現象及彌補過去政治限制所造成研究上的不足，新的研究典範將逐漸被研究者所接受與採納。[1]此外，在台灣的外部環境方面，1996 年適逢第一屆民選總統選舉，中共為達到干預選舉的目的，因此對台舉行飛彈演習，此舉引發了國內相當大的回應，而這樣的氛圍對於研究者的問題意識也必然產生影響。

1997-2002 年間，李登輝提出了兩國論，民進黨贏得第二屆民選總統選舉，由在野黨搖身變為執政黨，這些政治議題的出現標誌著此時的社會意識已不同於過去的兩個階段，中國意識與本土化意識形成對立的態勢，同時對於中國意涵的解讀也逐漸轉變。

基於以上三階段的背景描述，本文考慮的部分在於將研究者研究的趨向（主題、方法、理論）與其所身處的外部環境作相應對比，觀察之間關係是否有所變化，有何變化，或是沒有差別。

[1] 林麗雲的研究指出台灣在 90 年代之前的傳播研究主要受到主流典範的影響，即以量化的方式來分析媒介訊息對閱聽人所產生的效果，諸如公共宣傳、新聞報導、兩極傳播等等，這樣研究典範忽略了檢視台灣傳播體制許多重要的課題；而根據馮建三的考察發現，傳播政治經濟學的研究典範被大規模的引進台灣，則是 1992 年之後的事，這個典範也先後被研究生應用在學位論文上。詳見林麗雲，2000，「為台灣傳播研究另闢蹊徑？：傳播史研究途徑與研究取徑」，1999 中華傳播學會論文。馮建三，2003，「傳播政治經濟學在台灣的發展」，新聞學研究，第七十五期，頁 111-113。

2、內容主題：內容主題的方面，台灣許多傳播學者在進行傳播知識史的研究時，曾經建構出不同類目的分類標準。例如楊世凡在 1985 年時對台灣傳播研究的作品，包括期刊、專業書籍、專案研究報告等項目進行研究，將台灣傳播研究的主題歸納為幾項：1、媒介效果研究 2、傳播與國家發展 3、閱聽人動機及使用行為 4、新聞正確性研究等項目。（楊世凡，1985）汪琪、臧國仁對 1956-1989 的博碩士論文進行主題及方法的分析則是以韓國學者 Kim 依國際傳播年會的八個組類目，再加上五個類目，使得主題種類更細緻、多樣化。這些類目分別是：組織傳播、外國傳播、政治傳播、教育傳播、宗教傳播、說服傳播、傳播與發展、大眾傳播、媒介實務、閱聽人分析、研究方法、文化間及國際傳播、新媒介、傳播哲學、傳播政策、傳播法規、傳播歷史、人際傳播等等。（汪琪、臧國仁，1990：397-416）此外，鄭瑞城等（1999）在針對傳播資料庫時，也完成了 23 項的類目分類，[2]許峻彬（2000）「從書籍出版分析台灣傳播學的發展」碩士論文即是採用汪琪、臧國仁及鄭瑞城的分類標準。

汪琪、臧國仁、鄭瑞城等分類方式已經涵蓋了傳播研究所呈現的範疇，本文將「站在巨人的肩膀上」，取其幾種分類項目，加上自行建構的項目作為分析基礎，原有類目為：

1、傳播法規與政策：研究在傳播系統中相關法律的角色，以及相關政策的形成過程。
2、廣告、行銷與消費行為：研究廣告、行銷活動的傳播問題，以及相關的閱聽人消費行為。
3、口語傳播（中共領導人修辭）：研究傳播過程中的修辭與文字表達，包括演說與溝通技巧、修辭與文字使用的脈絡與意義。

[2] 由於類目眾多，內文將不一一列舉，參閱附錄一。鄭瑞城等（1999），建構傳播資料庫之研究，第一期，台北：政治大學傳播學院。轉引自，許峻彬（2000），從書籍出版分析台灣傳播學的發展，台北，政治大學新聞所碩士論文。

4、傳播政治經濟學：研究傳播資源的生產、分配與消費過程，及此一過程的政治、經濟與文化意涵。

5、電影研究：研究電影這項媒介的特殊美學、歷史、生產過程，與社會意義。

6、新聞學與新聞媒體：研究新聞的形成過程、新聞媒體與其工作者，範圍包括新聞客觀性、新聞價值、消息來源、言論自由、隱私權、新聞正確性、新聞實務、新聞與新聞媒體的社會角色等。

7、傳播教育：研究傳播教育的體制、規劃、內容與教學方式。

自行建構類目為：

1、政治宣傳與國家發展：政治宣傳包含三個部分，分別為政策宣傳、統戰宣傳及心戰宣傳等。由於中共傳媒一直被研究者賦予「傳聲筒」及「喉舌」角色，因此凡研究者欲透過中共的大眾媒體，如報紙、雜誌、電視台等來分析議題、政策、政治社會化效果或檢視新聞自由、意識型態等，而傳播與國家發展主題亦歸入此類中。

2、形象塑造：形象塑造指的是研究者透過檢視媒體內容，以再現報導對象的研究。此種類型的研究通常包含了對於人物，如領導人；或對於政權、地區，如對於台灣等所呈現的形象為何。

3、兩岸互動：兩岸互動類型的研究始於執政當局宣布開放探親後，民間雙方開始有所往來，研究者在關注這方面的議題時，主要可區分為人員交流，如記者駐點、報導；訊息交流，如新聞報導的種類；作品交流，如戲劇作品的市場開拓性、發展性，社會意義等。此外，研究者取兩岸新聞媒體相作比較，亦為本文歸納為此類。

4、新媒介：新媒介主要是指關於網際網路的研究，例如網際網路興起後對中共政權的影響，對中國大陸的社會意義、商業機會等等。

5、其他：未能歸納於前述 11 種項目者，皆列入其他項中。

3、研究方法：汪琪、臧國仁首先在 1992 年發表的文章中對 1956-1989 年間台灣的傳播研究學位論文進行整理歸納，繼之又在 1995 年延續先前的研究，而在這兩篇研究報告中所採用的方法類目皆是相同的，分別是內容分析、問卷調查、文獻研究、歷史研究、實驗法、深度訪談、參與觀察等七項，本文僅在最後加上其他一項，即未能歸納於上述範圍者。

4、使用理論：研究者所使用的理論典範為本文欲思考的重心，因此在理論類目的選擇上，未如主題、方法等項目事先選取一套標準，而是實際觀察每篇作品所使用的理論架構之後，直接條列在分類的表格中。

以上關於分類時間、主題、研究方法、使用理論等項目之說明，便是下面二節所要進行整理的依據；第二節將首先整理大陸研究所、政治系所的部分，第三節則是新聞傳播研究所，第四節則將比對大陸研究所與新聞傳播所兩者之間是否存有差異性，兩者各呈現出何種特質。

第二節　大陸、政治系所

壹、依內容主題區分資料概況

大陸、政治系所在三個階段中，總共產出 50 本論文，在第一階段 1949-1987 年間，共有 13 本作品，這 13 本作品的主題全部是環繞在中國大陸的「政治宣傳與國家發展」上。13 本作品中，政大東亞所佔 3 篇、政治作戰學校政治所大陸研究組 5 篇、文化大陸所 4 篇、文化政治所 1 篇，這些研究者所關心的主題是中共如何透過媒體、戲劇進行政治傳播、政策宣傳，其效果如何？〔趙壽星（1980）、周白雲（1981）、邱淑容（1983）、徐偉博（1979）、吳清林（1978）、林武雄（1984）、

黃士榮（1987)、孫順章（1987)、許偉芳（1982)〕。此外，中共對台的心戰、統戰宣傳，或是我方對中共的心戰，也是研究重點。研究者通常是透過解讀報紙（人民日報、大公報）的方式，針對報紙內容作分析，來堆敲中共對台統戰、心戰的宣傳方式。〔朱旭達（1982)、李清義（1984)、龔麗英（1983)〕。

進入第二階段 1987-1996 解嚴之後，論文總數為 15 本，其中政大東亞所 2 本、政戰政研大陸組 3 本、文化大陸所 1 本、淡江大陸所 6 本、台大三民主義研究所 2 本，及文化政治所 1 本。這個時期的研究者關注的焦點較為分散，不再僅限於純粹探討傳媒的宣傳功能，趙成儀(1995)整理了八 0 年中共電影改革的因果與現況，陳皇寺（1996)、徐蕙萍（1989）則是關注中共的新聞改革政策，從歷史縱深的角度解釋其政策內涵，及改革成效，改革過程中傳播媒體機構所出現的問題。同時，由於台灣於 1987 年開放兩岸民間往來，同意我方民間人員前往大陸探親觀光，兩岸之間開始交流，這樣的社會背景同樣反映在學術研究上，林森鴻（1994)、馬西屏（1995)、楊適鴻（1995）分別在兩岸開放互動及辜汪會談後，討論平面媒體在其中扮演的角色及功能。此外，對於中共傳媒研究也不再僅止於平面媒體，江支文（1995）開始研究中共電視及衛星發展對台灣的影響，任國勇（1996）則是以女性主義文化研究批判的角度，解讀香港電視廣告中的女性圖像。何松嵩（1996）則親赴大陸訪談廣告人，研究大陸廣告代理制度。雖然這個階段的研究主題逐漸有多元化之勢，不過一樣也是有研究者關注中共的傳媒宣傳功能，夏怡萍（1990）研究人民日報如何塑造及塑造出什麼樣的胡耀邦形象，康耀揮（1995）研究新華設的角色及功能，左錦珠（1995)、黃素卿（1996）則是分別以人民日報、深圳特區報、及文匯報觀察傳播與國家發展的交互關係，而蔡日雲（1993）則是將研究對象延伸到宣傳與外交政策之間的關係，以「瞭望」周刊及 China Daily 兩份刊物為觀察對象。

到了 1997-2002 第三階段，論文總數為 22 篇，網際網路成為一個明顯的新

興研究領域…。王占璽（2000)、陳英凱（2001)、王雅慧（2002)、曾東亮（1999)、葉欣芝（2000)、王立德（2000)、張振興（2002）等研究者分別以網際網路為對象，探討網際網路興起後對中共政權的衝擊，對社會變遷的意義，或是純粹單純描述網際網路興起的過程即使用情況，此外，尚有以產業競爭的觀點，評估該項產業發展的可行性、市場性。

值得一提的是，此階段出現二篇博士論文，王毓莉（1997）研究改革開放政策對於電視事業的影響，賴祥蔚同樣也是以電子媒體為研究對象，討論近來中國大陸盛行的集團化運動，探討為什麼會有集團化政策，為傳媒、國家、社會帶來了什麼衝擊，研究個案分別是中國廣播影視集團、上海文廣集團及近來頗受矚目的湖南廣電集團。兩篇博士論文皆親赴大陸觀察、訪談，輔以理論解釋。

綜觀大陸研究所、政治所在三個階段的內容主題選擇上，呈現出多元化的發展趨勢，從平面媒體延伸到電子媒體，從單純的政治宣傳與國家發展轉移到政策改革、兩岸交流，及新興傳播介面…網際網路上。

表三之一　大陸研究所依內容主題區分

	1949-1987		1988-1996		1997-2002		**總 計**	
內容主題	數量	百分比	數量	百分比	數量	百分比	**數量**	**百分比**
傳播法規與政策	0	0	2	13.3	1	4.5	**3**	**6.0**
廣告、行銷與消費行為	0	0	2	13.3	1	4.5	**3**	**6.0**

口語傳播	0	0	0	0	0	0	**0**	**0**
傳播政治經濟學	0	0	0	0	1	4.5	**1**	**2.0**
電影研究	0	0	1	6.7	1	4.5	**2**	**4.0**
傳播教育	0	0	0	0	0	0	**0**	**0**
新聞學與新聞媒體	0	0	1	6.7	0	0	**1**	**2.0**
政治宣傳與國家發展	13	100.0	5	33.3	4	18.2	**22**	**44.0**
形象塑造	0	0	1	6.7	1	4.5	**2**	**4.0**
兩岸互動	0	0	3	20.0	4	18.2	**7**	**14.0**
新媒介	0	0	0	0	7	31.8	**7**	**14.0**
其他	0	0	0	0	2	9.1	**2**	**4.0**
總和	13	100	15	100	22	100	**50**	**100**

（資料來源：本研究整理）

貳、依研究方法區分資料概況

在研究方法的使用上，三個階段中主要是以文獻研究（**30.8%**）、內容分析（**21.5%**），及歷史研究（**15.4%**）三種為主。參與觀察及深度訪談兩種研究方法則是在開放兩岸交流之後，開始為研究者所採用。

1979 年美國與中共建交之後，美方研究人員便開始前往中國大陸進行第一手的資料收集與觀察，這樣的方式符合美國社會科學要求實證的客觀主義精神，同時亦藉由此種研究方式，努力地建構各種理論模式。相較於西方社會科學家採

取田野調查的方式進行研究，我方研究人員僅能夠依賴周遭的文件資料、報章資料進行研究分析，因此自然採用文獻研究、內容分析、歷史研究等三種方法，三種本文所整理出來的結果正與此項歷史現實相互呼應。不過，無論是文獻分析或是內容分析，這些方法途徑依舊被早期的研究人員歸類為舶來品，無法貼近中共實際的生活思維。從六０、七０年代開始，中國大陸學界便開始出現方法論的討論與爭論，引發爭論的原因在於西方學界挾其絕對的知識霸權質疑台灣學界研究方法的有效性及科學性。面對此種懷疑的眼光，國內中共研究泰斗郭華倫先生曾經在一場研討會上疾言：

一九六０年代，美國出現了行為學派，他們不滿傳統的、漢學式的研究中國問題，他們研究問題時採取行為的、經驗（實證）的，和多科際綜合的途徑，特別著重於理論架構的建立和運用以及數量性的分析。簡言之，就是要創造各種模式作為研究中國大陸問題的理論架構。…行為學派的模式論，被費正清批評為：有誤用與濫用概念的危險。史卡拉賓也認為新左派學者有關中共問題的著作都表現出低劣的學術水準。…這些都是美國學者坦率的自我批評。看了這些批評，難免使人懷疑模式論的可行性。（郭華倫，1976：368-367）

政大東亞所周白雲的論文即反映出中西之間對於研究方法的爭執，其論文頗負創意地提出「圖書館式方法」，並在論文中分析，基於文化、社會背景的差異，西方國家所謂的科學研究方法對於解釋中國大陸的發展將產生侷限，因此其捨棄西方的學術語彙，採用「圖書館研究法」，即在圖書館裡收集資料，搭配在政大東亞所所受的中共研究訓練作為研究方式。[3]

[3] 周白雲在論文中說明自己未依研究慣例列研究方法的原因，不過在閱讀下列文字之前，需瞭解當時的時空背景並不允許研究者前往中國作親身調查與研究。「提到研究方法，似乎科學的方法較為近代多數人採用，而這所謂「科學的」方法，一般脫不開計量研究。但這用在研究中國大陸問題方面，卻有事實上的困難。譬如說，研究者不可能親身去大陸作調查（survey）、訪問（interview），無由從事計量分析，如果僅僅根據某一份公開報紙（如「人民日報」）作內容分析，但往往一個有力的當權者（如毛澤東）所透露出的政治內幕（「人民日報盡騙人」），而使研究結

綜觀大陸研究所、政治系所的研究者在進行中國大陸傳播研究時，所使用的研究方法仍是以文獻研究法、內容分析法、歷史研究法為主，三者所佔比例為**67.7%**；而深度訪談法及參與觀察法雖已有研究者採用，但相對比例仍偏低，至於問卷調查則仍乏人問津[4]。而除了上述的研究方法之外，1988-1996 此階段亦出現文本分析法，研究者取特定的研究文本，以文化研究的觀點進行作品的詮釋。〔楊適鴻 --- 論述分析法（1995）、任國勇 --- 符號學分析法（1996）〕。

表三之二　大陸研究所依研究方法區分

	1949-1987		1988-1996		1997-2002		**總 計**	
方法類目	數量	百 分比	數量	百分比	數量	百 分比	**數量**	**百 分比**
內容分析	3	23.1	6	30.0	5	15.6	**14**	**21.5**
問卷調查	0	0	0	0	0	0	**0**	**0**
文獻研究	5	38.4	4	20.0	11	34.3	**20**	**30.8**
歷史研究	4	30.8	4	20.0	2	6.3	**10**	**15.4**
實驗法	0	0	0	0	0	0	**0**	**0**
深度訪談	0	0	3	15.0	4	12.5	**7**	**10.8**
參與觀察	0	0	1	5.0	2	6.3	**3**	**4.6**
文本分析	0	0	2	10.0	3	9.4	**5**	**7.7**
其他	1	7.7	0	0	5	15.6	**6**	**9.2**
總數	13	100	20	100	32	100	**65**	**100**

果全被徹底否定。因此，在研究方法上，的確需要徹底地重新加以思考，以找出一個確實、可靠、有效的途徑。」見：周白雲，1981，中共三十年來政治傳播效果之研究，台北：國立政治大學東亞所碩士論文，頁 7。

[4] 石之瑜曾經分析在中國大陸進行問卷研究所可能遭遇到的問題，包括經費、溝通、信任、受訪者教育程度、地方官員政治態度等等，詳見：石之瑜，1995，大陸問題研究，台北：三民書局，頁 208-209。

（資料來源：本研究整理）

參、依使用理論區分資料概況

在理論的選擇上，四大報業理論中的共產報業理論（**26.8%**）和強調媒介效果的宣傳理論（**14.6%**）所佔比例最高。研究者引用蘇聯共產報業理論作為研究中國大陸傳播議題的解釋觀點，主要的論述邏輯是蘇聯與中共皆為共產社會主義意識型態國家，而且在早期共產國際的發展過程中，蘇共一直提供中共必要的協助與扶持，是中共的老大哥，因此在經濟制度、政治制度，乃至於傳播制度皆是仿自蘇聯，所以用四大報業理論中的蘇聯共產報業理論，自然能夠掌握中共傳媒的運作的情況。

在共產報業理論的基礎上，心戰宣傳也就自然成為被關注的對象。共產報業理論將傳媒的角色功能化約為「宣傳工具」一項，即傳播媒體乃是附屬於當權者的控制之下，以傳達當權者的意志為己任。不過，這裡所運用的心戰宣傳理論除了用以檢視中共傳媒的宣傳屬性之外，還包括中共傳媒如何對臺、對內地進行統戰宣傳。研究者或透過報紙文本，或廣播電視媒體所發送出的「訊息」作為分析對象，這樣也就同時出現了「形象理論」的研究觀點，觀察中共媒體對於其台灣、或台灣當局所塑造出的形象為何。

以上所陳述的研究邏輯出現在大陸研究所與政治研究所兩者作品中，但這樣的邏輯思維在新聞系所更趨明顯，第三節將會進一步整理。總結大陸、政治研究所理論運用的部分，其中除了「戲劇理論」沒有出現以外，其他理論都被使用，以蘇聯共產報業理論最高（**26.8%**）、其次為心戰宣傳理論（**14.6%**），再來則是系統理論（**9.75%**）、拉斯威爾傳播模式（**7.3%**）、形象理論（**4.87%**）等。而第三個階段則開始出現新的理論觀點，分別是新制度主義（**7.3%**）、傳播政治經濟

學（**2.4%**）。

表三之三　大陸研究所依使用理論區分

	1949-1987		1988-1996		1997-2002		**總 計**	
理論類目	數量	百 分比	數量	百 分比	數量	百 分比	**數量**	**百 分比**
蘇聯共產報業理論(喉舌論)	4	33.3	3	21.4	4	26.7	**11**	**26.8**
心戰宣傳理論	5	41.7	1	7.1	0	0	**6**	**14.6**
拉斯威爾傳播模式	1	8.3	1	7.1	1	6.67	**3**	**7.3**
國家與發展理論（現代化）	0	0	1	7.1	0	0	**1**	**2.4**
守門人理論	0	0	0	0	1	6.67	**1**	**2.4**
議題設定理論	0	0	0	0	1	6.67	**1**	**2.4**
系統理論	2	16.7	2	14.3	0	0	**4**	**9.75**
新聞自由	0	0	0	0	3	20	**3**	**7.3**
形象理論	0	0	1	7.1	1	6.67	**2**	**4.87**
組織理論	0	0	1	7.1	0	0	**1**	**2.4**
戲劇理論	0	0	0	0	0	0	**0**	**0**
傳播政治經濟學	0	0	0	0	1	6.67	**1**	**2.4**
新制度主義	0	0	0	0	3	20	**3**	**7.3**
意識型態與文	0	0	3	21.4	0	0	**3**	**7.3**

化霸權								
女性主義	0	0	1	7.1	0	0	**1**	**2.4**
總數	12	100	14	100	15	100	**41**	**100**

（資料來源：本研究整理）

第三節　新聞傳播研究所

壹、依內容主題區分資料概況

新聞傳播研究所在三個階段中所生產出來的論文總數為 61 本，在這 61 本論文中，「政治宣傳與國家發展」主題共有 31 本（**50.8%**），佔了百分之五十的比例。其次則是「兩岸互動」項目，共有 7 本（**11.4%**），但兩者之間相差約四倍的比例。汪琪、臧國仁針對台灣傳播系所的學位論文研究指出，在研究主題的分佈上，呈現逐漸多元化的發展趨勢，推測原因，可能是因為國外學成歸國任教的教師加入，而這些教師又將其在國外所養成的研究興趣帶回台灣，因此也間接地影響到研究生在選擇論文題目時的考量。（汪琪、臧國仁，1996）如果從這個角度來檢視「中國大陸傳播」研究領域，實際在課程教學、專案研究上鑽研者，為數並不多；以第三階段 1997-2002 年為例，僅政大新聞所潘家慶教授開授「大陸傳播制度」課程，課程設計為單一學期二學分，研究人力不多的背景似乎可以反應為何中國大陸傳播研究在主題選擇方面呈現單一集中的現象了。

關於內容主題的呈現狀況，可以歸納出幾項特點：

一、「政治宣傳與國家發展」共佔了五成的比例，如果更細微地觀察這 31 本論文，可以發現主要是以分析中央級報刊「人民日報」為最多數，觀察人民日報對於經濟政策、外交政策、對台政策、統戰政策等議題的建構方式、策略及具體內容。

二、另一種方式是藉由「新聞改革」政策的角度切入，觀察平面媒體（人民日報、解放軍報、大公報、文匯報..）在報導的立場、規格、方式上有無轉變，或作了哪些轉變。

三、在兩岸互動的項目方面，分析我方或中共媒體對於相同議題報導上的異同，諸如「六四天安門事件」、「開放探親」、「兩岸會談」、「人員交流互訪」、「統一問題」、「領導人談話」、「戲劇交流」等。

四、就媒體屬性而言，以分析「平面媒體」佔絕大多數，「電子媒體」廣播電視則不多。

五、在傳播層次方面，除了主要的大眾傳播研究之外，屬於口語傳播範疇的領導人修辭技巧也開始有研究者嘗試。

六、新媒介（網際網路）在大陸研究所的論文中佔有一定比例，但在新聞傳播研究所的論文中卻乏人問津。近來許多新媒介的研究指向網際網路對於人際溝通、社會變遷、自我認同的影響，但是這些研究面向並沒有反映在中國大陸傳播研究領域。

總結新聞傳播研究所產出的論文，在主題方面集中偏重於「政治宣傳與國家發展」，佔 **50.8%**；而從第二階段開始，雖然其他主題陸續有研究者嘗試，不過在數量上仍舊是少數，尤其在網際網路方面的研究。

表三之四　新聞傳播研究所依內容主題區分

	1949-1987		1988-1996		1997-2002		**總 計**	
內容主題	數量	百分比	數量	百分比	數量	百分比	**數量**	**百分比**
傳播法規與政	0	0	1	5.0	2	10.0	**3**	**4.9**

策								
廣告、行銷與消費行為	1	4.8	1	5.0	0	0	**2**	**3.3**
口語傳播	0	0	0	0	2	10.0	**2**	**3.3**
傳播政治經濟學	0	0	0	0	1	5.0	**1**	**1.6**
電影研究	0	0	1	5.0	0	0	**1**	**1.6**
傳播教育	0	0	1	5.0	0	0	**1**	**1.6**
新聞學與新聞媒體	1	4.8	1	5.0	3	15.0	**5**	**8.2**
政治宣傳與國家發展	16	76.2	10	50.0	5	25.0	**31**	**50.8**
形象塑造	2	9.4	1	5.0	2	10.0	**5**	**8.2**
兩岸互動	0	0	4	20.0	3	15.0	**7**	**11.4**
新媒介	0	0	0	0	0	0	**0**	**0**
其他	1	4.8	0	0	2	10.0	**3**	**4.9**
總和	21	100	20	100	20	100	**61**	**100**

（資料來源：本研究整理）

貳、依研究方法區分資料概況

研究方法的使用上,「內容分析法」在三個階段中雖然逐漸減少，但始終都是使用比例最高的方法工具。1949-1987 為 **81.8%**，1988-1996 為 **69.6%**，1997-2002 則為 **26.9%**。這樣的結果與汪琪、臧國仁（1996）針對新聞傳播系所學位論文所進行的調查結果非常相同。根據該調查顯示，1956-1985、1986-1992、1993-1995

三個年代階段中，除了第一個階段 **17.4%**為次高之外，其餘第二階段是 **42.8%**，為該階段使用比例最高，第三階段為 **36.7%**，同樣也是使用比例最高的研究方法。

這樣的調查結果可以與支配台灣傳播研究的主流典範作思考。林麗雲（2000）曾提出為台灣傳播研究另闢蹊徑的觀點，她認為長期以來，以大規模的調查研究，解讀媒體訊息（如公共宣傳、新聞報導）對閱聽人的影響，用大量的統計數字來呈現研究結果的主流典範，雖然有助於決策時的參考，但相對地，這樣的研究方式卻也侷限了其他傳播研究存在的可能性。而這套以量化方式進行研究並說明結果的研究典範，正是「內容分析法」被大量使用的原因。同樣的，研究台灣傳播議題的主流方法典範也移植到中國大陸傳播議題上，前文在整理「內容主題」時已經提到，研究者在看待中國大陸傳播議題時，往往具有一些慣性的思考模式與研究流程：選擇特定媒體所傳播的訊息進行內容分析，藉以推敲該媒體（當權者）如何建構議題，及其內涵為何。

除了「內容分析法」之外，文獻研究法與歷史研究法分別是第二種（**16.9%**）及第三種（**11.2%**）常使用的研究方法。此三種研究方法的使用頻率與大陸研究所情況極為相同，兩者僅是內容分析與文獻研究比例互異，但都是關注中國大陸傳播議題時所依賴的研究方法。此外，進入第三階段之後，開始有深度訪談法及參與觀察法的出現，這代表為了獲得第一手資料，研究者已經開始走入田野，田野調查對於中國大陸研究而言是非常重要的研究方式，原因在於深入田野，能夠親身體驗理論與實際之間的差異，而非僅是停留在文件上的靜態分析，同時具有田野經驗，也比較能夠對於自己的研究及思考進行反芻與自省，體驗不同的文化、制度所帶來的生活差異。但即便田野調查具有前述優點及必要性，但卻也可能受限於主客觀環境的限制，例如研究議題的敏感程度，以傳播研究而言，目前我們所具有的理論思維及假設預期可能就與中共官方的作法南轅北轍（私有化、監督機制、新聞自由），因此研究者能否順利得到有用的第一手資料，受訪者是

否願意敞開心胸談論問題，都是可能受限的條件。這或許也是中國大陸傳播研究中親身參與、深度訪談等方法無法為研究者所使用的原因及考量。

表三之五　新聞傳播研究所依研究方法區分

	1949-1987		1988-1996		1997-2002		**總計**	
方法類目	數量	百分比	數量	百分比	數量	百分比	**數量**	**百分比**
內容分析	18	81.8	16	69.6	7	26.9	**41**	**57.7**
問卷調查	0	0	0	0	2	7.7	**2**	**2.8**
文獻研究	3	13.6	4	17.4	5	19.2	**12**	**16.9**
歷史研究	1	4.5	3	13	4	15.4	**8**	**11.2**
實驗法	0	0	0	0	0	0	**0**	**0**
深度訪談	0	0	0	0	2	7.7	**2**	**2.8**
參與觀察	0	0	0	0	1	3.8	**1**	**1.4**
文本分析	0	0	0	0	3	11.5	**3**	**4.2**
其他	0	0	0	0	2	7.7	**2**	**2.8**
總數	22	100	23	100	26	100	**71**	**100**

（資料來源：本研究整理）

參、依使用理論區分資料概況

從下表中可以清楚發現，「蘇聯共產報業理論」是使用最多的理論模式（**53.7%**），其次則是心戰宣傳理論（**18.5%**），這樣的結果與大陸研究所的情形是一樣的，顯見共產報業理論與心戰宣傳理論這兩種屬於二次戰後冷戰時代的產物，支配了我們對於中國大陸傳播研究的解釋權與概念觀。「蘇聯共產報業理論」

源於「四大報業理論」，這項理論是由 Wilbur Schramm 等在 1956 年出版書名就稱作 “Four Theories of the Press”中提出來的概念。書中作者直言，這項理論並不僅只適用於報紙，而是指廣泛的傳播媒體（廣播、電視），因此他們使用這套理論檢驗不同國家制度下的傳播制度與傳媒表現。[5]

本文在第二章曾經回顧了傳播研究在台灣的發展緣起，程宗明用政治經濟學的角度來詮釋台灣為什麼在 1950 年代會開始需要新聞傳播教育，同時，又為何需要發展廣播電訊產業。依照程文的研究指出，一個可以用來合理解釋傳播教育及廣播產業發展的因素，正是因為台灣被美國納入反共的「自由陣營」中，為了在亞洲前線進行圍堵共產擴張的任務，台灣需要發展傳播教育，以支應敵對工作之所需。從這個解釋也就不難理解傳播學術表現上的依附性格，那麼台灣研究者使用西方觀點（蘇聯共產報業理論）來看待中國大陸傳播問題，也就不足為奇了。

「蘇聯共產報業理論」雖然在每個階段都是使用比例最高的理論工具，但是如果比較三個階段的變化，可以發現該理論被使用的比例正逐漸減少，特別是在第三階段，研究者願意採用更多不同的理論來從事研究，例如屬於口語傳播領域的「戲劇理論」（**3.7%**）已經開始出現（牛隆光，1998；曹開明，2000），這應該可以幫助建立不同於以往的解釋觀念；此外，在 1992 年才開始被大規模引進台灣的「傳播政治經濟學」（**3.7%**）也被用來解釋中國大陸的報業變遷及兩岸電視劇交流中的社會經濟意義（戴瑜慧，2002；田易蓮，2001）。

此外，1988-1996 此一時期有三篇論文所列之使用理論未能順利歸類，分別是三民主義報業理論（徐燕鈞 1990、張立蔭 1993）、社會主義教育理論（陳威儐

[5] Fred S. Siebert. Theodore Peterson. Wilbur Schramm.(1956). Four theories of the press. University of Illinois Press. Pp 1-3.

1991）。1997-2002 階段未列入歸類者，則有中國傳統家庭倫理規範（蘇瓊瑩 1997）、海外市場進入模式（楊荊蓀 2002）這些新出現的理論典範雖然所佔整體比例並不高，但在過去卻都不曾出現過，所以儘管仍是細微，但卻可視為開始具有「多元化」發展的意義。[6]

表三之六　新聞傳播研究所依使用理論區分

	1949-1987		1988-1996		1997-2002		**總計**	
理論類目	數量	百分比	數量	百分比	數量	百分比	**數量**	**百分比**
蘇聯共產報業理論（喉舌論）	12	57.1	12	70.6	5	31.3	**29**	**53.7**
心戰宣傳理論	5	23.8	4	23.5	1	6.3	**10**	**18.5**
拉斯威爾傳播模式	0	0	0	0	0	0	**0**	**0**
國家與發展理論（現代化）	1	4.8	1	5.9	0	0	**2**	**3.7**
守門人理論	0	0	0	0	1	6.3	**1**	**1.85**
議題設定理論	0	0	0	0	0	0	**0**	**0**
系統理論	0	0	0	0	0	0	**0**	**0**
新聞自由	1	4.8	0	0	1	6.3	**2**	**3.7**
形象理論	2	9.5	0	0	2	12.5	**4**	**7.4**
組織理論	0	0	0	0	0	0	**0**	**0**

[6]另，梁君棣（2002）、石敬梅（2002）兩位研究者之論文無法於國家圖書館收藏室及其博碩士論文查詢系統上查閱詳細資料，因此空白未列。

戲劇理論	0	0	0	0	2	12.5	**2**	**3.7**
傳播政治經濟學	0	0	0	0	2	12.5	**2**	**3.7**
新制度主義	0	0	0	0	1	6.3	**1**	**1.85**
意識型態與文化霸權	0	0	0	0	1	6.3	**1**	**1.85**
女性主義	0	0	0	0	0	0	**0**	**0**
總數	21	100	17	100	16	100	**54**	**100**

（資料來源：本研究整理）

第四節　小結

本章主要的工作在於整理五十餘年來，總數 111 篇博碩士論文的研究主題、研究方法，及使用理論三項目，整理的方式區分為 1949-1987、1988-1996、1997-2002 三個階段進行，藉以從歷史縱向的角度觀察三項目間的變化與所突出的現象。

整體分析結果顯示，在研究主題方面，大陸研究所最關注的主題是「政治宣傳與國家發展」（**44%**）；新聞傳播研究所也是同樣的情況（**50.8%**）；而在研究方法部分，大陸研究所使用最多的方法為文獻研究法（**30.8%**）與內容分析法（**21.5%**）；新聞傳播研究所則是內容分析法（**57.7%**）和文獻研究法（**16.9%**）；最後則是研究理論的使用情況，大陸研究所最常使用的理論是蘇聯共產報業理論（喉舌論）（**26.8%**）及心戰宣傳理論（**14.6%**）；新聞傳播研究所亦同，蘇聯共產報業理論（**53.7%**）與心戰宣傳理論（**18.5%**）。

分析結果突出一個研究現況，絕大多數的研究者在接觸中國大陸傳播議題時，慣性地使用共產喉舌論作為思考架構，因此分析的主題自然偏重在政治宣傳

以及宣傳與國家發展相互之間的關係，而研究方法則是選定特定的媒體（人民日報、中央電視台 CCTV）所傳遞出來的訊息作為分析的文本依據。這樣的情形在大陸研究所與新聞傳播所兩者間並沒有顯著差異，而是呈現趨同的情況。

儘管如此，在研究主題方面，兩個所別間還是有不同之處，例如在 1997-2002 年間，大陸研究所出現了許多的新媒介（網際網路）（**14.0%**）研究，討論網際網路興起對於中國大陸國家、社會、經濟之間所產生的衝擊與影響。但這方面的研究在新聞傳播研究所卻未曾出現（0%）。

此外，如果從更細微的角度觀察，可以發現無論是大陸研究所或是新聞傳播研究所，在第三個階段 1997-2002 年之間，各種的研究主題、方法、理論已經開始出現，雖然所佔的相對比例都不高，不過如果用樂觀的想法來思考，也許可以說我們對於中國大陸傳播議題的研究與探討，正逐漸開始出現多元化的觀點。