

中華民國三十七年十月十日創刊 第三〇二五號 校刊 非賣品

華夏導報

社址：中國文化大學 編輯室：八六一〇五一 臺北陽明山華岡 電話：二二三三

Table with 2 columns: Position (e.g., 創發名社, 社長, 副社長) and Name (e.g., 鄭長, 吳淑卿, 劉明)

中華學術院詩學研究所明舉行

成立十六週年紀念會

暨甲子上已修楔雅集

(本報訊)中華學術院詩學研究所將於明(八)日上午，假新店市青潭長春路大香山慈音殿，舉行該所成立十六週年紀念會暨甲子上已修楔雅集。由易大德所長主持，本校鄭校長、中華學術院潘、謝鴻軒、劉宗烈、副院長蒞臨指導。與會者包括名譽所長周樹聲、丁治警、副所長成惕軒、何志浩、李猷、楊向時、許君武。顧問陳寶興、林錫牙、暨詩學研究委員陳定山、阮毅成、蕭繼宗、王家鴻、周邦道、侯暢、山、陳子波、林恭

博館今起辦奕畫

(本報訊)華岡博物館四月廿七日舉辦「奕奕畫展」，展出奕奕先生水墨畫五十件，歡迎參觀。

奕奕先生，民國廿六年生，臺北師範美術科畢業，曾隨李仲生先生學習現代藝術的理論與創作，並三度赴美研究現代藝術，現為專業畫家。奕奕先生以西畫為根基，對中國水墨畫做新的詮釋，無論技法、布局、取材，均力求突破，以表現中國繪畫的現代意義。

本學期人數

(本報訊)據教務處表示本校大學部七十二學年度第一學期註冊總人數共一〇八九〇人，其中男生六五五九人，女生四三三一人，各年級學生人數如下：一年級男生一五八二人，女生一〇七八人，合計二六六〇人；二年級男生一六九三人，女生一一二七人，合

比賽成績優良，獎狀已送達課指組，該生至課指組領取。運動會啦啦隊今日截止報名(本報訊)運動大會籌備委員會通告：全校運動大會各隊組及啦啦隊報

事情是這樣的

明日起演出四天

(本報訊)戲劇學系影劇組一年一度之畢業公演，將於明(八)日至十一日，連作四天在台北南海路國立藝術館演出一連四天的「事情是這樣的」。歡迎華岡師生前往觀賞。事情是這樣的共包括九部作品：「外一章」由許玲芬編導；「憤怒」由錢中平編導；「你們」由朱幼梅編導；「推銷員之生」由黃培根編導；「不是這樣」由劉復亭編導；「墮落的藉口」由朱幼梅編導。

編劇、沈致遠導演；「送別」由黃培根編劇、楊一哲導演。此次演出獲中影、湯臣影業公司及麥當勞食品公司鼎力支持，給予贊助。預售票在士林宇音、敦煌書局、功學社、號角書局及影劇組辦公室預售中，門票分別為七十、一百元。

全國學府聯合郵展假中正圖書館舉行(本報訊)華岡集郵社特於六日至八日，假中正圖書館二、三、四樓走廊，舉辦「中華民國七十三年全國學府聯合郵展」；並於明(八)日上午十時假大恩五〇一舉辦兩場「我的集郵經驗」及「集郵工具簡介」演講，歡迎全校師生前往參觀指教。

天橋拆除明日完成(本報訊)據總務處表示，預定春假內完成拆除天橋工作，因天候不佳，超出了真實人生的水平，帶點浪漫主義與象徵主義的手法；有的則比較誇張，他們以自己的心理直觀來扭曲客觀存在的現實，略傾向一點表現主義的色彩。所以，從這些作品的表現上，同學們可以親身體驗到他們自己已成為藝術風格導體的歡悅，進而逐漸意識到戲劇藝術表現的奧秘。

演出的話 閻振瀛 他們在畢業前夕所表現的這種敬業敬學的精神，顯示他們個個都是即將化生為蝶的蛹！九個作品分別將在四天中演出，有的對青年人自己生活的描敘，予人一種寫實主義與自然主義的感覺，或是帶些「敘事劇場」的趣味；有的是透過青年朋友滿懷理想的眼睛來詮釋或批判人生

無庸諱言者，在經驗與閱歷上，我們的同學畢竟都不夠成熟，這次演出的「事情是這樣的」；「到底是能否夠成功地抓住「觀眾」，還須要觀眾的參與與才能見證。戲劇藝術的創作最依賴觀眾，沒有觀眾的參與與劇場的生命不會完成。因此，在演出期間，我們特在劇場中熱切地等待各界熱愛戲劇的朋友光臨觀賞指教。最後，我們再謝謝光臨看戲的各位觀眾，謝謝您參與我們的創作！

事情是這樣的……

尹世英

教育劇場 (Educational Theatre) 所扮演的角色，常因對其本質的認識不清，而產生許多錯誤的觀念，進而對教育劇場演出的意義與價值造成混淆。

在「日」我們商業劇場未建立之前，從事戲劇教育擔任著很吃重的工作。它主要的目的不僅是藉著戲劇的演出提供學生學習訓練的機會，並藉演出提高學生參與及追求藝術的興趣。同時，將傳統戲劇的寶藏介紹給現代觀眾，並進而積極提高一般觀眾的品味和對戲劇藝術的鑑賞。其次的目的才是為提供給觀眾娛樂。基於此，中國文化大學戲劇系二十餘年來在歷任系主任策劃下，在傳統與創新、承先啟後，二者兼顧下，一面肩負戲劇的教育使命，一面又有系統的介紹演出世界各國名劇，如：Sophocles, Racine, Moliere, Go-gol, Shakespeare, Ibsen, Maeterlinck, Chekhov, Pirandello, Brecht, Wilder, 等。尤以莎士比亞之劇為多。在傳播戲劇上不遺餘力，深受社會各界好評。每年也因著演出培養出一批批的優秀藝術工作者而後投身於社會大

談創作劇展

△洪善群

劇場藝術是僅次於音樂的最短暫的藝術，現代劇場藉著一些現代戲劇的技巧，可以在更短的時候，組合一些片段的或即興的動作表演，來傳達一些心靈的活動，所以現代獨幕劇或實驗劇，有一些像詩，只是表現一個意念，有些像散文，來傳達一份情，有些像短文，只是表現人生的諷刺或幽默，雖然這樣的戲劇永恆性比較脆弱，但是在劇場中卻更有時代的劇場效果。

華岡創作劇展，在內容上就是企圖用更廣泛的表現技巧來嘗試表達一些意念，在精神上卻還是用教育劇場的方式，保持它的專業性，藝術性和實習的制度，畢業班同學，四年所學，有一個畢業發表的機會，更能達到教育的目的，老師們只是在觀念上和技巧上給予指導。而這些即將踏出校門的戲劇工作者，在劇場中所表現對戲劇的熱愛和創意，也很值得安慰和嘉許的。

環境，或劇場或電影、或電視。直接、間接的推動國內之戲劇藝術活動。真可謂「凡有演出的地方，即有華岡之人。」投身於藝術行列之校友已然在其工作崗位上發揮極大的影響力。

然而長期戲劇表演型態通行既久，易成習套，很難跳出其窠臼而有創意。有鑑於此，努力嘗試各種戲劇風格為近二年來積極推廣的方向，前有系主任閻振瀛教授所創的非戲劇作品「黑與白」與「毒杯」而後有「當西風走過」及這次的「事情是這樣的」的實驗創作劇展，不僅在追求廣面之戲劇體裁外，並希冀與現代人之心靈結合。在劇本上，加強戲劇之文學性，在精神上提高其實驗性，並企圖透過西方之戲劇理論與技巧建立中國舞台劇之基礎。

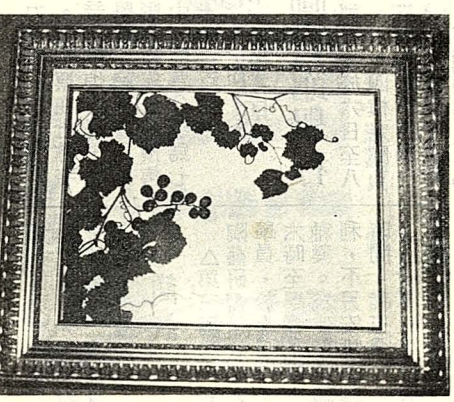
四年級的畢業創作展——「事情是這樣的」即是沿此觀念而來。包含了九齣戲，是以著重在個人的生活經驗世界出發的，由他們自編自導而完成。在素材方面，包羅廣泛，如以刻劃人性的多端與複雜的「面具」，以探討人潛意識與外在環境之糾葛的「逆情」。處理人與動物之間的「你們跟我們」，以寫男女之間愛情、真摯的「是不是這樣」。「墮落的藉口」藉著三隻動物的不同，探討命運法則，是可以改變嗎？「推銷員之生」描述現在最常見的推銷員在街頭兜售貨品討生活的情形，在熱鬧之餘，帶出的茫然與無奈。月台上母女分別，年輕人嚮往都市的文明而漠視了年邁母親的愛……遠

押花藝術清新脫俗 隨手採集歷久彌新

(本報特稿)華岡博物館自三月廿八日起至四月九日，假第二展區展出林淑敏「押花」藝術展。一系列的藝術展，清新脫俗，宛如置身在大自然裡一般的親切。林老師表示，「押花」是利用簡單的工具，保留住大自然花草最真實的面貌，而歷久彌新。在製作的過程中也給自己多添一份雅緻的休閒活動。

林老師說，台灣花材比其他國家多，隨手可採。但往往隨手採下來的只是一時興緻，採下來後卻無法適當的處置，任憑花謝，那對大自然是一種變質，對自己更是一種損失。因此林老師在去年暑假特別赴日，研究「押花」的技巧及了解「押花」之國際狀況，更為國人帶回簡單工具及其簡單作法，她並認為「押花」是一種需要細心耐性的工作，其成品亦可作為拓展外銷市場，為國家爭取外匯。雖然這只是個遠程的目的，但並不難實現，就看國人如何去推廣，如何來利用四週的素材。

「押花」即是壓花，利用鐵片、海棉、棉紙、不透氣之塑膠盒子，特殊乾燥劑，將新鮮的花草乾燥處理後，保持其艷麗的色彩及恆久的價值。它的辦法是以上下兩層鐵片、兩層海棉，將花草夾於兩張棉紙上，用帶子綁緊，放置盒裡，待過幾天即可取出，成了乾燥花，只不過花已壓成扁平，能在一定畫面上，隨心所欲的排列造型。



畫面上的造型，可依自己的感覺去隨意設計，但也可設計成賀卡、小卡片、胸花等用途。所以一種技巧學着聽講。(記者：陳君易)



△「面具」一劇的排練

寶石之王——鑽石 (下)

華岡集郵社提供

前一期已和各位談過鑽石的形成及製作。今天就和諸位討論判斷鑽石價值的依據、如何分別真鑽偽鑽及選購與保養。

四 C 論英雄

鑽石的價值在一般人的眼中只有越大越貴，但是重量不過是決定價值的因素之一而已。大的鑽石不見得較貴！

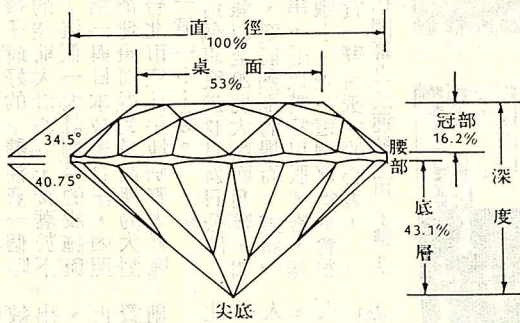
鑽石是唯一具有國際公認分級制度的寶石，它的等級是根據四個「C」來評估的，那就是克拉 (Carat)、顏色 (Color)、品質 (Clarity) 及切磨 (Cut)。

克拉：鑽石重量的單位，一克拉等於零點二公克。航空郵簡很輕吧！其重量約等於十五克拉的寶石呢！寶石都很昂貴，所以我們又把一克拉細分為一百個單位，每個單位為一分。一般來講，鑽石愈大，每一克拉的基價就愈高，但是基價的級數增漲並不一。當鑽石的重量到達某些克拉數時——例如半克拉、一克拉、一克拉半等，其基價就大幅增漲，筆者姑且稱之為「克拉魔數」。探討「魔數」形成的原因，只不過是因為大多數人喜愛以整數交易，需求量大，價格也跟著提高。所以最實惠的選購是選擇稍低於「魔數」的鑽石。比如說，買一顆四十五分重的鑽石比買一顆半克拉的鑽石便宜許多，且兩者大小幾乎看不出來。

顏色：完全無色的鑽石價值最高，有色鑽石由於非常稀少，所以價值也較高，最稀有的顏色是紅色，依次綠、藍、紫和棕色。但一般天然鑽石的碳原子常被氮所取代，而帶點黃色色調，構成所謂的黃色系列。美國寶石學院 (G.I.A.) 依此系列分級，以英文字母 D 為最高無色級依次排到 Z。D 至 F 級為無色級，G 至 J 級為近無色，K 至 M 級為極微黃色，N 至 R 級為稍微黃色，S 至 Z 為微黃色。色調愈淺，等級也愈高。台灣的銀樓，大都採阿拉伯數字分法，最高級一百一相當於 D 級，九十九相當於 E 級，餘此類推。最實惠的選購是近無色級——G、H、I、J 級。

品質：鑽石的品質分級是根據其瑕疵的大小、數目、顏色、位置和特徵為依據，同時以十倍放大觀察為準。目前國際公認的標準分法如下：(一)無瑕級 (F1)

(L)、(內)部無瑕級 (IF)、(三)極微瑕級 (VVS1, VVS2)、(四)微瑕級 (VS1, VS2)、(五)瑕疵級 (SI1, SI2)、(六)重瑕級 (I1, I2, I3)。切磨：鑽石之美，決定於「三光」，即亮光、火光及閃光，而這「三光」都直接受到切磨的影響。一般鑽石的切磨者，總考慮到保持最大重量，所以很難訂出一個切割比例的標準。美國寶石學院以托卡斯基比例 (如附圖) 為基準。這種切割比例可以使鑽石出現最美的亮光、火光及閃光，但其損失的重量也最多，所以較難為一般切磨者所接受。



圖一 托卡斯基式圓鑽切割比例 (Tolkowsky Brilliant Cut)

真鑽或偽鑽？

談到真鑽、偽鑽，首先要澄清一個觀念；我們市面上所看到價值數百或數十圓的「鑽」字輩裝飾品並非「人造鑽石」。真正的人造鑽石無論在化學成份、物理性質和光學特性都與天然鑽石完全相同。然而此製造方法極為困難，成本往往高出天然鑽石甚多。所以市面上這些傢伙，我們只能稱之為鑽石的仿製品或代用品。

自從一九〇二年法國佛諾埃博士成功的用火鎔法製造人造紅寶石應市以來，開啟了人類複製天然結晶寶石的先河，鑽石的複製更是人們追求的目標。一九〇三年，以火鎔法製造無色鋼玉，旨在

冒充鑽石。一九〇八年亦以此法製出人造尖晶石。一九四〇年有人造金紅石。一九四〇年末至一九五〇年代初期有鋁鑽石——瑞士鑽問世。一九六〇年美國製造無色人造鉍鉻榴石及無色鉍鉻榴石——美國鑽。一九七七年蘇聯製成人造鑽石。也就是大家所熟悉的蘇聯鑽 (G2)。以上所介紹的都是鑽石的代用品，它們的硬度、折射率等都和鑽石不同。在這些代用品中，目前以蘇聯鑽最為風行。很多人就在交易上，吃蘇聯鑽的虧，痛失鉅金。

您也可以鑑定鑽石！

鑽石的鑑定是一門高深的學問，但我們仍可利用它獨特的物理、化學及光學上的性質作初步的鑑定，使我們能在購買時，提高警覺，避免上當。例如我們可以利用鑽石傑出的傳熱能力，以哈氣來試驗，熱氣在鑽石上的揮發速度比其它代用品快得多。另一簡單的方法是用水來測試；將未知的寶石置入透明杯子，注視其亮度，加水蓋過寶石，如寶石光度減低許多，它不可能是一顆鑽石；但若是光度減低甚多，我們仍不能肯定它是鑽石，此時，我們可用其光芒及重量等特性來鑑定。



照妖鏡！

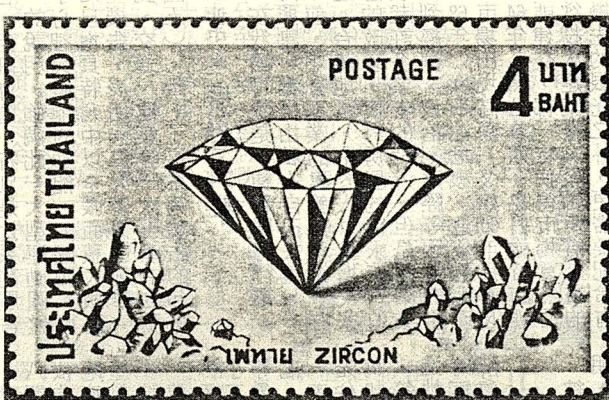
因為鑽石「身價」特殊，所以鑑定工作絲毫不得馬虎！最早的寶石學家只能以偏光顯微鏡來測其折光率，後有折光儀推出。其它鑑定鑽石的儀器有折光率測量儀、鑑別筆、鑽石探針等。其中鑑別筆是利用鑽石獨一無二的表面張力及其本身特殊的油脂附著性，利用筆中特製的墨水在鑽石清潔光面上輕輕一劃，磨品馬上現出原形！因為墨水在鑽石平面上呈一條直線，而在磨品上只有點滴狀分裂線。

買她！愛她！保護她！

鑽石的選購，一般人只考慮到真偽與克拉數，其實規模較大的鑽石公司很少出賣偽鑽來砸自己的招牌。選購上最棘手的问题是等級的分野，同一克拉數的鑽石，級數不同可相差至數拾萬；難怪不少婦女不借巨金參加寶石研習班，其實她們只要少上當一次就值回票價了！

鑽石的保養最重要的是不當放在堅硬的平面上，以免掉下時造成嚴重的瑕疵。其次要經常保持清潔；由於鑽石不沾水卻吸油的特性，使我們更當注意鑽石的清潔，因為它很容易的從佩戴人的皮膚上吸取油脂。清洗鑽石可用同比例的阿摩尼亞加水浸洗，三十分鐘後取出，以柔軟毛刷輕挑再放杯內即可。若用洗潔劑，只可取中性洗潔劑，切忌用去污粉或其它藥品，自己無法清洗時，可送至專門店處理之。盼以上建議可對您的選購與保養有所助益。(林志權)

供，特此致謝)



是不是「蓋」的？

指導教授／顏伯勳

台北城中城連續廣告實例研究

企管學社廣告研究小組提供

廣告，一向是廠商據以推廣其商品與業務的利器，特別是在新產品的上市與促銷活動中，廣告更發揮了它的力量，於是廠商的廣告投資項目佔其營業額比例也愈見提高。但如何能項目佔其營業額比例也愈見提高。但廣告策路及傳播媒體的應用，一般來講，每個廣告都是一連串週密的廣告計劃中的一環，廣告主很少會隨便推出單獨的廣告，在這方面，「連續廣告」即是時常被應用的一種。

連續廣告·一氣呵成

凡是在新產品上市或商店新開幕之時，經常運用連續廣告，因為它可吸引消費者注意，使其目標消費者留下特殊印象，進而產生購買的動機。本文現以台北房屋於去年底所推出的「台北城中城」個案為例說明之。

連續廣告之層次可分為四個階段：
①導入期廣告（亦稱引導廣告）——這一階段的廣告比較具有懸疑性，如圖一，除了線條均勻的畫稿邊之外，全頁六分之五以上的面積，編成一大塊空白，只有一個之「蓋」，而沒有任何文字的說明，這則廣告散見於各

大報中，特別是位於分類廣告中者最為搶眼。在同期的幾則廣告中，雖增加了部份的圖案，和「孩子的心如同一張白紙」的文字之外，別無其它。
②正式預告——這一階段廣告的製作依然沒有很強烈的促銷性意味，共同的特點是「請注意」12月24日這一天」的預告性文字，如圖二，三分之二的面積，蹲著一個小孩子，一行標題：「給孩子最好的——請注意一個陽光，綠地和健康的空前大計劃」，接著於下面的文案中說明了這個「大計劃」的設施與規模等，其中包括「與日本技術合作，以照顧孩子心智與體能健康而得到最高獎的大型運動圓盤」、「台北市空前平地別墅大社區，佔地10甲耗資一億……」等。

③上市廣告——這個專案於12月24日公開，開幕當天於各大報以至20批大版面刊登，如圖三中人潮洶湧、空前熱潮的場面，畫面中有影視歌星大會串，王氏模特兒裝秀、無花、阿花的歌仔戲……等，這個嘉年華會很能符合國人喜歡看「野台戲」的心裏。
④延續廣告——在開幕之後連續出現了幾則

完整的廣告，鉅細靡遺，特別是比系列廣告所用之「蓋」的說明，強調此一大型運動圓盤對培養孩子心智與體能的功能，如圖四。此外，並於元旦增頁特刊中以全張面積大版面的手筆刊登廣告，表明「二大革命性創舉」及「一規劃、交通、建築等三大王牌」的積極訴求（圖五），譜下了這系列廣告的句點

建築業·廣告出擊

建築業，在我國可說是一種新興的行業，過去房屋的興建，都是由私人自己去蓋，一直到十多年前，才有專業的建築公司從事大規模的營建。台灣地區，由於人口驟增及家庭組織型態的改變，使對房屋的需求非常迫切，所以引起許多業者投入，但是建築業景氣依然受到經濟、政治、財經等因素的影響，如62、68年二次石油危機，造成房地產敏感時期，市場出現高潮；又如60年我國退出聯合國、64年 蔣公崩殞、12月福祿壽匪及67年美匪建交，都一時使得市場萎靡而止；是故，欲投入建築業，除了要有充裕的資金與洞燭機先的眼光之外，更需要配合有創意的廣告，才能獲得豐碩的銷售業績。

一般房地產廣告皆由專業廣告代理，如台北房屋即擁有葉氏、北橋兩個專業廣告部門，負責每個專案的廣告策略。69年中央公職人員選舉期間，部份房地產界出身之候選人，即沿用以前推銷房地產之經驗與所屬廣告人才，在宣傳手法上確有不平凡的表现。

胡吹亂「蓋」·小心上當

站在一個購屋者的立場言，面對著這五花八門的廣告，便需要有些基本的選擇常識，依非正式統計，台北地方法院民事案件中房地產糾紛案佔有百分之四十，而在此種房地產糾紛案中，大部份是購屋者敗訴，故不可不特別謹慎。

建築商最會動手腳的，就是廣告上的簡圖，例如平面上傢俱縮小得不成比例，和縮小工地附近相關道路距離，遊樂場、網球場等公共設施畫得應有盡有，其實都是空中樓閣。對購屋者影響最大的就是付款辦法，如「工程零付款」、「自備×萬買一戶」、「先住後付」、「90%貸款」、「每戶總價×萬起」等不一而足，這都是唬人的噱頭居多，簽約時應詳查付款方式，再參照房屋的建造地點、環境、交通、市場等因素，皆合適時再行簽約，當然，多與公司詳談以實地了解真實情況，相信可以買到滿意的房子才是

大輪迴·熱戰開打

綜觀這一系列的廣告個案，其對媒體的應用，在報紙方面，「平時安排在（區）版，星期日則以（郊）（區）版為多」該公司一位曾小姐表示，可見其目標消費者是以中層收入的白領階級者為主；除報紙之外，尚且應用了電視CF、直接函件（DM）等，可謂投入廣告費不貲，至於其達到銷售的效果又如何呢？一位在該公司任職的新聞系學姊笑笑說：「無可奉告」。這確實是一個機密，但據一些現象顯示，今年開春以來，股票市場十分熱絡，各項經濟指標又顯示樂觀，尤其在房地產的景氣裏，流傳著五年一週期的看法，業者捱過69、72年低迷景氣的谷底，莫不食指大動，從近二個月來報紙上琳瑯滿目的廣告中，可一窺端倪，而房地產的廣告每每有其特殊的創意，特別值得研究。



圖一

圖二

圖三

圖四

圖五