

鄧貞銘著

新聞集叢

王雲五題

新聞集叢

編著者：鄭

貞

銘

臺北市中央日報社

發行所：中央日報門市部

定價：每冊新台幣拾伍元

出版日期：中華民國五十三年九月一日

版權所有・翻印必究

一片愚誠

——代序——

多年來，以一顆熱忱的心，一份堅強的意志，醉心於新聞事業與新聞教育，希冀在這塊園地裏墾拓，開出美的花，結出好的果。

然而，個人的學識與能力畢竟是太有限，兼以資質的愚鈍，環境的限制，雖想有所作為，總有力不從心之感。

這裏搜集的，是一些有關新聞理論，新聞事業與新聞教育的零星文篇，大多曾刊載於各種不同刊物，雖然是如此的幼稚，如此的不成熟，但我珍惜這份屬於自己的東西。

「進德與修業」專欄，則是任職中央日報記者，採訪各界前輩的部份記錄；先進們的關懷與指導令人感動，選刊在這裏的意思，是想無論在做人事各方面，時時作為自己的警惕！

記得一位我所敬佩的師長說，「君子立恆志，小人恆立志」，曾見許多學習新聞的青年朋友，看到環境的困難，理想難施展，出國後紛紛改行，甚至完全拋棄過去的所學，他們的「眼光」

與「精神」雖使我欽佩，但却不足改變我的決心。

爲新聞事業奮鬥，爲新聞教育努力，雖不敢說是我的「恆志」，但至少可以說是我的「愚誠」；憑着這份「愚誠」，我會奮鬥再奮鬥，努力再努力，盼望師友與長官們多給我鼓勵，愛護；更盼望有更多的青年朋友們一起攜手並進！

這本小冊子的印行，承文化學院新聞系魏穎寧，楊銓與世界新專王正桂諸同學的協助，在此對他們表示內心的感激。

民國五十三年陰曆五月十五日

廿九歲生辰深夜

目錄

第一輯 新聞理論

公共關係與報業……………三

犯罪新聞的報導態度……………一二

新聞自由與新聞法……………一五

新聞標題的功能與其發揮……………二四

世界各地新聞自由現況……………三六

第二輯 新聞事業

美國報業發展的現象……………四三

邁向電視時代……………六三

世界出版事業近貌……………七六

從中美英的雜誌事業看雜誌事業的發展·····	九一
廣告與廣告術·····	一〇二

第三輯 新聞教育

日益重要的新聞教育·····	一一三
泛論新聞教育·····	一一九
新聞教育重要性的探討·····	一二八
受了新聞教育以後·····	一四四
各國新聞教育的發展·····	一五八

第四輯 進德修業

陳大齊談 做人的條件·····	一八三
王雲五談 進修的方法·····	一八七

錢思亮談

敬業與樂群

.....一九一

唐 縱談

讀書與處事

.....一九五

薩孟武談

成功的道路

.....一九九

曾約農談

科學的精神

.....二〇三

曾虛白談

計劃的人生

.....二一〇

謝然之談

新聞與人生

.....二一四

謝冠生談

法治與國家

.....二一八

曾寶蓀談

修身與工作

.....二二二

徐鍾珮談

家庭與工作

.....二二六

張金鑑談

品格的力量

.....二三〇

傅秉常談

外交官生涯

.....二三四

公共關係與報業

公共關係 (Public Relations) 在我國還是一個相當新鮮的名詞，除郵局、鐵路局、電力公司、臺北市政府等少數機關外，多無公共關係部門的設立；其實，在更先進國家，無論是政府機構、工商企業、工會、人民團體，對於這項直接影響事業成敗的工作，莫不特別寄予重視。

公共關係是講求人與人之間的關係，其主要目的，是用合理的方法，去調整改善本單位與社會環境的關係，使政府與人民，生產者與消費者，勞方與資方，管理者與被管理者之間，勿發生衝突，進而建立輯新新聞理論，以期達成效果。

第一輯 新聞理論

一、新聞理論是社會的需要與時代的潮流而產生，如分別敘述其原因，約有下列四點：

（一）自十六世紀以後，民主革命的思想與行動到處澎湃，政治民主化既是政府的一切政治決策必須俯順民意，以人民為最高指導，自然當然的趨理

第一陣

傳聞野論

公共關係與報業

一

公共關係 (Public relation) 在我國還是一個相當新鮮的名詞，除郵局、鐵路局、電力公司、臺北市政府等少數機構外，多無公共關係部門的設立；其實，在歐美先進國家，無論是政府機構、工商企業、工會、人民團體、對於這項直接影響事業成敗的工作，莫不特別寄予重視。

顧名思義，公共關係是講求人與人之間的關係，其主要目的，是用合理的方法，去調整改善本單位的對內對外關係，使政府與人民，生產者與消費者，勞方與資方，管理者與被管理者之間，因藉彼此間的瞭解，而建立公誼，進而密切聯繫合作，以達到友善的效果。

二

公共關係，是應社會的需要與時代的潮流而產生，如分別敘述其原因，約有下列四端：

(一) 政治的原因：自從十六世紀以後，民主革命的思想與行動到處澎湃，政治民主化既是人民的共同要求，則政府的一切政治決策必須俯順民意，以人民的意旨為依歸，乃係當然的道理。

；另一方面，行政當局的一切措施，也必須求得人民的瞭解，然後才能獲得大眾的支持，公共關係的思想與行動於此開始萌芽發展。

(二) 經濟的原因：十九世紀產業革命的發生，使生產由手工業時代演進至大規模的機器生產時代，因隨着這種生產方式的改變，而發生了許許多多社會的問題，其中較為顯著的為勞方與資方間的糾紛，生產者與消費者間的供求關係等，一一都要求得妥善解決，以期勞方，資方與消費者三方面的利益，能够求得協調。換句話說，企業為鞏固經濟基礎，增加利潤收入，對內必須求全體員工的精誠合作，以發揮最大的工作效率，生產最優良產品；對外出售價廉物美的出品，並提供最好的服務，博取顧客的好感。

(三) 文化的原因：產業革命的發生，不僅影響經濟制度，同時也影響世界文化的發展，使得學術一日千里，科學進展突飛猛進，各種行業的日益專業化，以及各行業組織間，和人與人的關係也都錯綜複雜，所以必須講求公共關係這一門新學問，以溝通彼此間的關係，適應時代的迫切需要。

(四) 社會的原因：社會組織的日益變化，也需要良好的公共關係來調節。以往農業社會的社會結構，是大家庭制度，家族聚居一處，與人無爭，也無須講求公共關係，就能彼此和善相處；而今日的社會，是工業社會，實行小家庭制度，人口集中城市，五方雜處，彼此間極易發生糾葛

因而必須發展公共關係的活動，以使得社會秩序安定，人與人彼此間能友善而和睦地相處。

基於上述四種原因，所以「公共關係」這門新學問就隨着時代的進步，而發展成重要的社會科學，無怪乎經美國李艾維氏 (Ivy Lee) 倡行以來，其重要性立即為有識人士所共同瞭解，而各國的政府機構與企業團體也立即風起雲湧地掀起公共關係的熱潮。

三

公共關係可說是一門綜合性的學問，它必須以良好的道德為基礎，以大眾的利益為前提，透過適當的交往及解釋，以增進個人或團體與公共間的瞭解，來爭取公眾的支持，這是對公共關係應有的基本認識；但遺憾地，却有不少人因不明公共關係的究竟含義，致使對公共關係發生誤解，進而使公共關係運動受到相當阻礙，這是令人惋惜的事，所以我們必須把這些誤解加以闡明，才能明瞭公共關係的真正意義。一般言之，對公共關係所發生的誤解主要的有下列三種：

(一) 以為公共關係工作就是宣傳。公共關係誠然需要宣傳，但它所宣傳的，乃在使自己所作的一切事符合公共利益這點事實，讓人明瞭，而並非毫無事實的朦蔽人民，欺騙大眾；否則如果祇注意表面宣傳工作，而不務實際工作，那無寧是一種捨本逐末的作法；因此，如果認為公共關係工作僅僅是一種透過大眾傳播工具來擴大其詞，那實在是一種可悲的誤解，因為傳播的目的

，祇在增進外界對自己所作所爲的瞭解，而不是無中生有，自欺欺人。

(二) 以爲公共關係工作就是廣告。公共關係並不等於廣告，因爲廣告祇是膚淺的宣傳，無論是否啓示性或商業性的廣告，都祇是公共關係的一部分，而不是公共關係的全貌。

(三) 以爲公共關係就是交際活動。一般所謂的交際活動，動機總不十分純正，公共關係誠然需要交際活動，但其動機是純正的，它所利用的祇是交際的方法，而不是目的，這一點必須認識清楚。

四

公共關係既非宣傳，亦非廣告，同時也不是交際活動，則公共關係究竟是什麼，而它的具體工作又是怎樣呢？

如前所言，公共關係是以良好的道德爲基礎，以大衆的利益爲前提，透過適當的交往及解釋，以增進個人或團體與公共的好感，爭取公共的支持。簡言之，公共關係是一種大衆傳播事業，它的目的在造成人類之間的協調。

因此，一個單位的公共關係部門，其基本職責約有下列數項：

(一) 向內部解釋大衆態度，解釋輿論、分析輿論。

(二) 向內部說明社會文化、政治、經濟各方面之思潮，以謀未雨綢繆之計。

(三) 向各單位提出有關公共關係之問題及解決方法。

(四) 隨時組織並指導內部人員推動工作。

(五) 向社會解釋本單位之組織、目的、營業狀況、生產情形，以謀求經濟的發展。

至於公共關係部門的具體工作，主要的約有下列幾種：

(一) 調查（徵詢意見）：調查之目的在連繫機構與員工、顧客間的彼此意見；調查的範圍很廣，應視實際之需要而縮小之；調查的好處是可以將大眾的意見，反映給管理當局，使當局根據此次調查厘定新政策；調查時，好壞雙方的意見都要採集，對本機構有誤解的地方也應設法澄清，調查應以印製表格或其他方式，彙集資料，以提供給當局作決策或改革時之參考。

(二) 報導：將本機構的簡史、組織概況、業務情形、生產程序、品質分析、所具特點等，向外界作有計劃的報導，使社會人士對本機構有正確的認識及瞭解，進而來爭取大眾的同情與支持合作。

(三) 廣告：利用大眾傳播工具，諸如報紙、雜誌、電影、幻燈、電視、廣播等，作商業性的廣播宣傳。

(四) 活動宣傳：舉行特別日、招待參觀、展覽會、酒會、贈獎、各種比賽等方式，以進行

社會活動。

(五) 準備詳細資料，提供本機構首長在公開場合演說之用，並連絡接受新聞界之訪問，或發佈新聞，供給報社報導資料，以便培養良好之輿論。

(六) 研究解答內部員工及外界之詢問問題，建議與批評之意見，並爲之服務，解決問題。

(七) 促進內部員工間，和諧良好的公共關係，以提高工作效率，增進企業利益，並可藉全體員工的對外公共關係，增加公共關係的效果。

(八) 擬訂公共衛生推行方案及計劃，負責推行。

總之，公共關係是一種雙重的工作。一方面要對外廣播，一方面也要不斷地尋求社會對本機構的反應，在此項資料中來尋求判斷輿論的趨向，以確知公共的需要是什麼，然後再以自己的行爲適合公共的需要，符合公共的利益。

五

對公共關係有輪廓之認識後，我們再談其與報業的關係，報業的性質頗爲複雜，在營業競爭日趨激烈的今日，報業既屬工業，又是商業，而其基本作業，則又是具有高度服務性質的社會事業。社會事業以服務大眾爲第一目的，報紙尤不能例外，因爲報業與社會各方面接觸面最廣，對

於社會各階層的呼聲都能深切瞭解，所以在社會上居於重要的領導地位，所謂「愛之深，責之切」，因為社會對它的期望太切，所以所受的責備也愈深；同時，在報業競爭激烈的今日，爲了免受淘汰，求得獨立生存起見，也應該成立公共關係部門，運用調查，報導，展覽，聯繫等方式，對內溝通企業與員工間的情愫，對外謀取讀者，廣告客戶，同業，股東，政府，各種社會團體，以及一般大眾的瞭解，藉以鞏固經濟基礎，完成報紙服務人羣的初衷。

報業不但是其他機構推行公共關係的一種媒介，同時報業本身的公共關係工作也應該積極推行，以博取社會大眾對它的信任。因為報業要使自己確實成爲羣衆交流的中心除必須從事本身業務的改善與推進（例如消息的迅速正確，言論的客觀公正，廣告的淨化美觀，發行的迅速，服務的良好等）外，另一方面也必須不斷地推行公共關係工作，例如推銷與宣傳，運用各種方式與運動，使社會大眾對自己的業務有所認識，確立新聞事業本身的商譽（Good will）。報業的公共關係工作，與其他機構相似，分爲對內對外兩部份：

（一）對內方面：以員工爲對象，使企業當局之政策與措施能爲全體員工所共同瞭解，同時使員工間相處融洽，和衷共濟，激發大家的高度服務熱忱。

企業當局欲與員工保持良好關係，自應儘量設法滿足員工之願望，其不能滿足的，也應婉轉說明，務使員工懷體諒之心，共同創造光明的前途。一般而言，員工的願望，主要的有下列幾種

甲、希望有合理，足以維持中等生活水準的待遇。

乙、希望當局對他們的工作感到滿意。

丙、希望工作有確切的保障。

丁、希望自己的意見能有充分發表的機會。

戊、希望個人的尊嚴受到重視。

(二) 對外方面：以顧客關係、股東關係爲主要努力目標，其他的與政府關係、代銷商關係、同業關係等都相當重要。

「甲」、顧客關係：報業的顧客亦即讀者關係與廣告客戶關係。報紙之發行與廣告是互爲因果的，這點已爲有識之士所普遍認識，所以報業良好的顧客關係，首應顧及顧客的合理負擔，在可能範圍內，盡量不調整報紙與廣告之價格，萬不得已時，尤須對讀者及廣告客戶詳加說明加價的苦衷，以博取大眾的諒解。此外，報業良好的顧客關係還須加強對讀者的服務工作，其主要方式有：

A、成立讀者服務部，爲讀者進行文化、康樂、旅行等各種服務，並解答讀者所提出之各種疑難問題。