

# 報業行政學

劉一樵編著

大中國圖書公司印行

S

012557

G211  
791

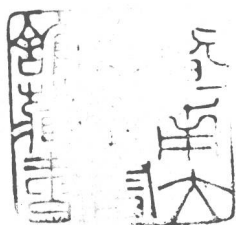


S9000792

劉一樵編著

報業行政學

大中國圖書公司印行



石景宜先生贈書

年 月 日

# 報業行政學

中華民國六十三年一月再版  
一 樵

瑜

中國圖書公司

臺北市重慶南路一段六六號

三一四八七號

二六九號

水  
印  
刷  
廠

臺北市中山北路一段七一號

內版臺業字第〇八九八號

有·翻印必究

編號：402      基本定價三元五角

## 許孝炎先生序

在過去，許多經營報業的人都不重視報業管理，總以為經營一家報紙，只要內容出色，編排新穎，就會成功。時至今日，報業已成為一種現代化企業，不但需要龐大的資本，而且更需要健全的制度，組織，和優秀的管理人才。世界各國成功的報業經營者，幾乎都是對於報業管理最了解最精明的人。

世界新聞專科學校為培植新聞工作人才，適應社會的需要，在新聞教育方面採取了分科教育制度，報業行政被列為首科。劉君一樵曾在香港時報負責經理業務十有五年，對報業經營，經驗豐富，且多心得。前年返臺受聘擔任該校報業行政一課。因為在我国的出版界關於報業行政這類書籍非常缺乏，劉君遂自行編撰講義，用以講授。他在講義中，對於報業行政的涵義，研究方法，組織制度，經營的原理原則以及管理實務，諸如發行廣告，印刷工廠，報業會計，人事管理，編務行政等問題，都有詳盡的說明和分析。至其中所列舉的許多實例，尤均切合實用，非如一般從外國著作翻譯過來的書籍，所講的內容與我

國報業的實際情況不合。在目前我國所出版的有關報業經營管理方面的著述中，確屬少見。劉君現在將他的這本講義整理付梓，必為我國新聞界以及新聞教育界所歡迎。

許崇英  
七月  
五三年

## 自序

前年我從香港回到了臺灣，世界新聞專科學校校長成舍我先生及許孝炎先生邀我去授報業行政學。我因回臺所擔任的工作，並不太忙，當即接受下來。在第一學期開始時，由於時間過於匆促，我一面編寫講義，一面授課。經過了五個學期的教授，屢加增刪修正，總算成爲一本內容比較完整的報業行政學。因爲目前我國出版界的確缺少這一類有關新聞學術的書籍，故不揣謏陋，把它出版。

在我國，近幾年來新聞教育已逐漸發達，惟關於新聞學術著作，尤其是有關報業的經營和管理方面的著作，非常貧乏。在西方各國，特別是在美國，這類書籍的確不少；但由於它們的內容都是偏重各作者的本國新聞事業的實際情形的研討，若將它們原封不動地移譯過來，實在是不很適用的。因此，當我編寫這一本報業行政學的時候，遵守了一項原則：它的內容都以我國報業的實際情形爲依據。舉凡有關報業內部的組織，發行廣告的經營，排印工廠的管理，會計人事的制度等等問題，在理論和實務方面，都根據上述原則而

加以分析，並與其他各國的情形略作比較，藉供教學以及從事報業經營或行政實務工作者的參考。我自愧對這門學問的研究不夠，難免有疏漏謬誤的地方，希望新聞教育學術界的先進和讀者賜教指正。

劉一樵 五五·八·一日

# 報業行政學 目次

許孝炎先生序

自序

第一章 報業概念 ..... 一

第一節 報業是新聞事業的主流 ..... 一

第二節 報業是特殊的現代化的企業 ..... 二

第三節 報業是大眾傳佈事業 ..... 三

第四節 報業是營利性的社會公共事業 ..... 四

第二章 報業行政的涵義和研究方法 ..... 七

第三章 報業組織 ..... 一三

第一節 報業經營的方式 ..... 一三

|                  |    |
|------------------|----|
| 第二節 公司機構的創設和管理制度 | 一七 |
|------------------|----|

|               |    |
|---------------|----|
| 第三節 報紙出版的登記程序 | 三四 |
|---------------|----|

|             |    |
|-------------|----|
| 第四節 報社的內部組織 | 四〇 |
|-------------|----|

|          |    |
|----------|----|
| 第四章 發行業務 | 七七 |
|----------|----|

|                  |    |
|------------------|----|
| 第一節 報紙發行的意義及其重要性 | 七七 |
|------------------|----|

|                  |    |
|------------------|----|
| 第二節 發行政策和建立發行的條件 | 八〇 |
|------------------|----|

|                |    |
|----------------|----|
| 第三節 發行部門的組織和人事 | 八五 |
|----------------|----|

|             |    |
|-------------|----|
| 第四節 發行業務的管理 | 九〇 |
|-------------|----|

|          |     |
|----------|-----|
| 第五章 廣告業務 | 一二七 |
|----------|-----|

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 第一節 廣告對於報業的重要性和報紙廣告的優點 | 一二七 |
|------------------------|-----|

|                |     |
|----------------|-----|
| 第二節 廣告部門的組織和人事 | 一三四 |
|----------------|-----|

|                |     |
|----------------|-----|
| 第三節 廣告的種類和業務管理 | 一三八 |
|----------------|-----|

|             |     |
|-------------|-----|
| 第四節 廣告價目的釐訂 | 一六二 |
|-------------|-----|

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 第五節 廣告政策和廣告自律..... | 一六八 |
|--------------------|-----|

|               |     |
|---------------|-----|
| 第六章 排印廠務..... | 一八五 |
|---------------|-----|

|                |     |
|----------------|-----|
| 第一節 組織和人事..... | 一八五 |
|----------------|-----|

|                |     |
|----------------|-----|
| 第二節 排字和鑄字..... | 一八八 |
|----------------|-----|

|                |     |
|----------------|-----|
| 第三節 製版和印刷..... | 二四二 |
|----------------|-----|

|                  |     |
|------------------|-----|
| 第四節 器材物料的管理..... | 二六二 |
|------------------|-----|

|               |     |
|---------------|-----|
| 第七章 報業會計..... | 二八七 |
|---------------|-----|

|                  |     |
|------------------|-----|
| 第一節 報業會計的任務..... | 二八七 |
|------------------|-----|

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 第二節 會計科目和簿記組織..... | 二九〇 |
|--------------------|-----|

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 第三節 成本計算和預算編製..... | 三〇六 |
|--------------------|-----|

|               |     |
|---------------|-----|
| 第八章 人事行政..... | 三一七 |
|---------------|-----|

|                 |     |
|-----------------|-----|
| 第一節 人事行政概念..... | 三一七 |
|-----------------|-----|

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| 第二節 報業人事行政的政策和人事部門的任務····· | 三二四 |
| 第三節 新給制度和人員任用·····         | 三二八 |
| 第四節 考績和獎懲·····             | 三三四 |
| 第五節 休假退休及其他福利措施·····       | 三三七 |
| 第九章 推展工作和公衆服務·····         | 三四七 |
| 第一節 推展部門的任務和人事·····        | 三四七 |
| 第二節 業務推展和商譽建立·····         | 三五三 |
| 第三節 調查和研究·····             | 三六三 |
| 第十章 編務行政和編輯政策·····         | 三七三 |
| 第一節 編輯部的行政工作·····          | 三七三 |
| 第二節 編輯政策的確立·····           | 三八三 |
| 本書重要參考書目·····              | 三九三 |

# 報業行政學

## 第一章 報業概念

### 第一節 報業是新聞事業的主流

我們在未討論報業行政 (Administration of Newspaper) 之前，首先要把握報業概念弄清楚。報業當然是指印刷出版報紙的一種事業，換句話說，也就是新聞事業，但不是唯一的新聞事業，只是新聞事業中的一個部門。在今日的新聞事業中，由於科學的發達，新聞工具的發展和增加，範圍已經比過去擴大了很多。除報紙外，通訊社 (News Agency)、雜誌 (Magazine)、無線電廣播 (Radio Broadcasting)、新聞電影 (News Reel)、電視 (Television)、資料供應社 (News Features Service) 及其他可以供傳播新聞用的工具，均屬於新聞事業。不過報紙在新聞事業中仍是主流，佔着最主要的地位。據聯合國最近 (一九六四年) 的統計，全世界共有約八千家報紙，每天發行共計三億份，以全世界人口三十二億計算，平均一〇·六人便可讀到報紙一份。在美國，早晚報一千七百六十家，每天發行總數五千九百五十四萬八千餘份，以目前美國人口一億九千六百餘萬計算，

平均約爲三。三人便可讀到報紙一份。在日本，早晚報每天發行總數也有三千九百十三萬餘份，平均二·四五人即可讀到報紙一份，如以家庭爲單位作比例，日本每一戶人家平均有兩份報。美國人民每年花在買報紙的錢達十億美元，就是說每月達八千三百萬美元，一星期達一千九百萬美元，這個數目超出了美國人購買其他各種讀物所花的錢之總和。就臺北市而言，人口約爲一百一十萬人，早報有六家、晚報也有三家。全省早晚報共計三十一家，日銷約七十五萬份，每千人約讀報七十份。在香港，以一彈丸之地，人口四百萬，早午晚三種報紙就有四十餘家，每天發行總額達一百萬份。在目前，住在城市的人，除了不識字的以外，不看報的恐怕已經沒有的了。這些統計證明報業在整個新聞事業中所佔的地位，是何等的重要。

## 第二節 報業是特殊的現代化的企業

今天要辦一張報紙，不論早報或晚報，不但需要龐大的資本，而且需要許多專門人才，使用最新的機械設備。它是一種需要有健全的組織和科學管理的現代化的企業。而且，它不但是一種現代化的企業，還是一種與衆不同的特殊企業。報業的生產品是報紙。報紙這種生產品的生產過程，與別的工業生產品的生產過程完全不同。它的生產是特殊的。一張報紙的生產——出版，它所需要的原料，除有形的物質原料如紙張、油墨等等外，它的最主要的原料還是新聞(News)和廣告(Advertisement)。

有了新聞和廣告，這張報紙才真正是一張報紙。一個報社的工作人員，不但要有能寫文章的主筆，編輯，能採訪新聞的記者這一類知識份子，而且也需要能管理機械的技術工人。一張報紙從採訪新聞、編輯、排版到印刷出版，是一個複雜的生產過程，與別的工業產品完全不同的生產過程。此外，報業出產的「商品」具有最敏感的時間性，在過了時間的報紙，就變成了陳報，變成了廢紙，毫無價值。所以我們說報業是一種特殊的現代化的企業。

### 第三節 報業是大眾傳播事業

別的工業生產產品的顧客之目的，非常單純，只要那種生產產品對他們有使用價值就滿足了。但是報紙的顧客，也就是讀者，其所以購買報紙的目的，就不像購買普通商品那樣單純。他們不是購買這張報紙做包東西使用，其目的是要閱讀新聞報導、社論、漫畫、娛樂消息、工商業廣告、婚喪啓事，以及有關法律聲明等等。所以一張報紙需要滿足讀者——它的顧客——的要求，至少要做到下列四點：

- (1) 報導新聞。
- (2) 解釋新聞。
- (3) 供給大眾以娛樂性的東西。
- (4) 為大眾服務。

一張報紙需要做到上面列舉的四點，確實不是一件容易的事。一張報紙能滿足讀者的要求，爲它的顧客所接受，一定先要了解大眾需要的是什麼東西？也只是一張報紙能供給讀者以大眾所需要的東西，這張報紙才能獲得讀者的信賴，才能有廣大的銷路。報紙必須以大眾爲本位，離開了大眾，這張報紙一定沒有顧客的照顧，就是說，失去了讀者。近年來新聞學術界將報紙看做大眾傳播的主要工具之一，報業也就成爲大眾傳播事業，它的用意就是在此。一張報紙，如違反了大眾本位，縱使在形式上，編排後即算像一張報紙，可是它的內容並不爲大眾所需要，自然就不會爲讀者所接受，即不能成爲大眾傳播工具和媒介。報業既是一種現代化的企業，那當然也要靠收入和利潤來維持，來發展。如果報業所生產的商品——報紙不爲顧客所接受，就是沒有銷路。一種企業的生產品沒有銷路，縱使這一種企業的資本怎樣雄厚，人才怎樣衆多，也勢非歸於失敗不可。報業更不能例外。

#### 第四節 報業是營利性的社會公共事業

因爲報紙與社會大眾的關係如此密切，所以報業也可說是營利性的社會公共事業之一，或者說，是商業性的社會公共事業之一。在今天的複雜社會中，一切工作的推進、發展，都要取得社會大眾的合作，不論工商業、政府機關、社會團體，總之，一切與社會發生關係的任何事業，要推進工作，發展業務、擴大影響，就非取得社會大眾的合作和信賴不可。報紙恰成爲一切事業取得社會大眾的合作

和信賴的最主要媒介工具。在今天，報紙對於社會服務範圍一天比一天擴大，對於社會大眾的責任一天比一天重要。最主要的，我們可以舉出下列幾點：

(1) 傳佈重要事實。

(2) 教育讀者。

(3) 使新聞報導活潑生動。

(4) 滿足人類的「新聞渴」(Hunger for News)，且由於刊登商品廣告，刺激工商業的競爭而促進商品的進步。

(5) 促進工商業的繁榮。

(6) 作為一種公共事業而服務公眾。

(7) 影響公共輿論。

(8) 提高社會福利。

(9) 維護大眾的利益。

(10) 防衛憲法所賦予人民的權利。

在過去舊時代，辦報完全是從個人為出發點，完全為辦報而辦報。可是時代變了，在今天科學發達的民主時代，這種為辦報而辦報的個人觀念，已變成了不合時代潮流的落伍觀念。報業在今天這個

時代，不但是一種需要龐大資本的現代化企業，而且已成為服務社會的公共事業。一張報紙在某一個地方出版，它應該成為當地社會各階層互相構通的橋樑，成為當地大眾意見的交流中心，成為當地大眾服務的事業，在服務中成長起來。

不過，報業既是一種資本化的現代企業，當然是具有營業性質的，要靠利潤來維持它的生存，它只有負起那些為社會服務的任務，促進社會間的公共關係，才會獲得社會大眾的重視、信賴和共鳴，才能爭取更多的讀者，擴大了銷路，轉而間接增加了廣告的收入，獲得更多的利潤，使本身更加發展。