



学科导航4.0暨统一检索解决方案研讨会

试论当前我国新闻事业的双重性

<http://www.fristlight.cn> 2007-01-22

[作者] 李良荣

[单位] 传媒学术网

[摘要] 在任何正规的新闻学教科书中,我们历来把新闻事业的属性定位在上层建筑范畴内,“新闻事业属于上层建筑”,或者说,“新闻事业是上层建筑的一个组成部分”,并确认中国共产党领导的新闻事业是党和人民的喉舌,即是党的宣传工具,这一认识是我们党的报刊从一开始创办就确定下来的。我们党成立以后创办的第一份报刊,1921年8月在上海出版的《劳动周刊》在发刊辞中宣布:“我们的周刊不是营业的性质,是专门本着中国劳动组合部的宗旨,为劳动者说话,并鼓吹劳动组合主义。”不搞经营,专事宣传,这是我们党的新闻事业半个多世纪的运行模式。

[关键词] 新闻事业;《人民日报》;信息产业;新闻媒介

新闻事业双重性的内涵和双重性概念的提出在任何正规的新闻学教科书中,我们历来把新闻事业的属性定位在上层建筑范畴内,“新闻事业属于上层建筑”,或者说,“新闻事业是上层建筑的一个组成部分”,并确认中国共产党领导的新闻事业是党和人民的喉舌,即是党的宣传工具,这一认识是我们党的报刊从一开始创办就确定下来的。我们党成立以后创办的第一份报刊,1921年8月在上海出版的《劳动周刊》在发刊辞中宣布:“我们的周刊不是营业的性质,是专门本着中国劳动组合部的宗旨,为劳动者说话,并鼓吹劳动组合主义。”不搞经营,专事宣传,这是我们党的新闻事业半个多世纪的运行模式。建国以前,党的新闻事业经费向上级实报实销,人员实行供给制,建国以后,1949年12月新闻总署曾召开全国报纸经理会议,决定报纸实际企业化经营,随后,中共中央宣传部还发出“关于报纸实行企业化经营情况的通报”,肯定报纸企业化经营的方针是“完全正确的,可以实现”;批判有些同志“认为报纸是文化事业,不能当作生产事业来经营,甚至个别报社同志还残留着‘赔多少向公家报销多少’的错误思想”;要求各省、市宣传部“督促各级切实执行企业化经营方针”,做到自给自养,减少国家财政负担。但1957年以后,企业化经营的尝试全部停止,新闻单位作为党和政府的宣传部门像机关一样,采取财政包干。长期以来,我们较多地看到新闻事业生产的是精神产品,带有强烈意识形态这一面,习惯上把新闻事业定位在上层建筑范畴,忽略了新闻事业同时也是以信息的生产和流通为核心的经济活动,忽略了它具有产业性质的这一面。随着经济体制改革的步步深入,一些从事新闻事业经营管理的人员首先意识到新闻事业的产业性质。早在1978年,财政部便批准《人民日报》等首都八家报纸试行企业管理的报告;八十年代初,新闻界又有人提出新闻事业是信息产业的观点,不过真正使新闻重新审视新闻事业的属性还是在党的十四大以后。建立社会主义市场经济体制的理论一旦确立,整个新闻界基本达成共识:在社会主义市场经济条件下,新闻事业不只是一支强大的精神上、道义上的力量,而且还是一支强大的经济力量。新闻事业不但要促进社会主义市场经济的发育,而且它本身就是社会主义市场经济不可或缺的有机组成,进而形成了新闻事业具有双重属性的新观念,即新闻事业具有行而上的上层建筑属性和行而下的信息产业属性,这种产业性在实行“企业管理”以后,更有企业性属性。新闻事业属于上层建筑,表明它必须在坚持党的四项基本原则的前提下从事党和政府所规定的宣传任务。新闻事业又是实行“企业管理”的信息产业,表明它除了以信息的生产和流通为核心外,还可以经营信息的处理与传递,和其他一些与信息业相关的项目,包括出版、咨询、广告、录像制品等等。这为新闻事业的发展开拓了广阔的前景。“事业性质,企业管理”是上述双重属性在当前我国新闻事业中的外在表现形式。这意味着,新闻事业的性质决定它不能像一般企业那样可以自由出入市场,可以作为“无主管的企业”,可以自定方针,而必须服从党和政府的领导;但在管理上采取企业的方法。新闻媒介是独立的法人,在经济上必须自主经营、自负盈亏、依法纳税。或者说,新闻媒介在政治上必须恪守党性原则,经济上可以依法按社会主义市场经济规律行事。确认新闻事业的双重属性以及当前的“事业性质、企业管理”的模式,似乎绕了一个圈子又回到1949年企业化经营方针。建国初期决定的企业化经营其基本出发点是为减轻国家财政负担所采取的权宜之计。而现在的“事业性质,企业管理”模式不仅仅是减轻国家的财政负担,更重要是使新闻事业适应和促进社会主义市场经济。这是我国新闻界在坚持党性原则的前提下放手发展、壮大新闻事业的一个重大举措,是对新闻事业认识上的一大飞跃,无疑是历史的进步,也是历史的必然,为新闻事业的发展开拓了广阔的前景,同时也

提出一系列新问题。它在一定意义上标志着：我国的新闻改革由此进入一个新阶段。新的管理模式带来新变化诚然，新闻事业具有双重性，是其与生俱来的属性，只是在不同的社会，不同的历史条件表现不同而已。在计划经济模式下，人为地印制了它天赋的属于信息产业的这一面。现在，我们重新认识了它，并以“事业性质，企业管理”的模式来释放它的能量，以这种模式来控制它的能量释放，即让它在一定的范围内发挥作用。但无论如何，这种新的管理模式给我们的新闻事业注入新的活力，使众多新闻媒介求生存、求发展有了内驱力。几乎人人可以体验到，这几年，新闻媒介发生了令人眩目的变化。应该说，这种变化来自多方面的原因，可以从多种视角来概括。由新闻事业双重性概念的提出及双重性在现阶段的表现形式带来的，就有四个方面的转变：1.从过去注重传播，忽视经营转变为传播为主，兼顾经营。新闻事业的任務就是宣传报道，这是人民长期形成的思维定势并在体制上确立下来。所谓在体制上确定，主要是国家在经费、人员两方面保证新闻媒介所需无虞；在内部机构上实行总编辑负责制，总编辑主要职责就是搞编务。而在“事业性质、企业管理”的模式下，经营管理和宣传报道已构成任何新闻媒介存亡兴衰的两翼，这样一来，经营管理近两年受到各新闻媒介的高度重视。一业为主、多种经营，调整内部结构、搞活媒介机制，提升经营管理部队的地位，提高发行量、收听率、收视率以及争取广告，等等，都是重视经营管理的表现和结果。短短数年，许多新闻媒介经济实力大增。上海广播电视局所属五台三中心，从八十年代末全局近四亿的固定资产到1994年底已增加到五十亿。2.从过去只重视传者意图，忽视受者，转变为传者为主，兼顾受者。这使新闻媒介比以前更加重视受众的需要，重视媒介的受众定位，报纸、电台、电视台栏目的不断变化，热点追踪不断转移，其中心轴就是受众的兴趣。媒介的内容向贴近生活、贴近受众倾斜。新闻媒介的内容呈现出丰富多彩。3.从过去注重宣传转变为新闻与宣传兼顾。扩大报道面、增加信息量成为许多报、台改版的主要目标之一，尤其是市场信息已成为省、市级报、台版面、时间最多的内容。从1981年起，新闻与宣传的关系在新闻界争论了十年，这几年实践作出了更明确的回答。4.从过去单纯的行政调控转变为行政调控与利益调控兼顾。过去，党政机关几乎控制新闻媒介的全部资源，从人财物的供给、使用到重要消息的来源和发布，国家对新闻媒介实施严格而全面的控制。由此，新闻媒介必须全面依赖国家，也一切听从调遣。在“事业性质、企业管理”的模式下，这种格局开始改变。为了保证新闻事业的性质，国家在办报（台）方针、主要干部任命、重大新闻发布等方面加以严格控制，在其他许多方面放手让新闻媒介自主经营。新闻媒介有了其自身利益，谋求自身发展。这样，对新闻媒介的调控不仅仅有行政手段，还不得不考虑其实际的经济效益。传播与经营兼顾、传者与受者兼顾、新闻与宣传兼顾、行政调控与利益调控兼顾，是由多方面因素组成的，但它们是我国新闻事业双重性的必然表现。这种格局将在相当一段时间内保持着。当然，这四个兼顾是指我国新闻事业的总体而言，由于受众定位不同、功能定位不同，四个兼顾在不同新闻媒介具体表现中会有所侧重。在现阶段，以新闻事业双重性为理论根据实行的“事业性质，企业管理”模式，开创了我国新闻事业的新局面。这个新局面既有新闻媒介的长足进步，也伴随着一系列的新问题。新闻事业面临的新问题当前，“事业性质、企业管理”的模式保证了我国新闻事业作为上层建筑属性和作为信息产业属性之间能够保持一定的张力，充分协调以发挥新闻事业在社会生活中的多重功能。但是，作为上层建筑的新闻媒介，它追求的是社会效果；而作为产业的新闻媒介，它在企业化经营中追求的就是以赢利为目的的经济效益。这样，社会效益与经济效益孰先孰后，孰重孰轻就必然在所有媒介的具体操作中时时表现出来。当前，突出的有以下三个方面。1.指导和迎合的矛盾。一方面，新闻事业生产和传播的是精神产品，强调对受众对社会生活广泛的指导性；另一方面，作为经济实体的媒介要考虑投入与产生的问题，要确立以受众市场为核心的基本原则。少数新闻媒介面临竞争压力，不肯满足于指导和迎合弹性范围内的努力，采取了一些短期行为，一味地迎合受众的猎奇心理，使得媚俗、浅薄的内容大量增加，出现了报格下滑现象。2.增加信息量与煽情的矛盾。新闻事业是以传递各种各样的信息为其主要任务的，并主要以信息量来满足受众的需要；但是现在，迫于商业竞争的压力，极少数新闻媒介走上了一条通俗化乃至庸俗化的道路，不追“新”，一味地追“星”、追“腥”、追“性”，煽情主义一发而不可收，造成着当今新闻传播中硬新闻不硬，软新闻低俗化的倾向。3.新闻和广告的矛盾。新闻事业双重性决定了新闻媒介具有双重的出售方式：出售新闻给读者和出售广告版面、时间给广告客户。从理论上说，新闻事业作为广告媒体的地位应该是由其作为新闻媒体的地位决定的。但现在，广告和新闻争版面、争时间的现象时有发生；广告版面、时间，在少数新闻媒介那里，大大超出规定标准，一些新闻媒介扩版、增加节目时间，往往新闻性的内容少，增的大都是广告；有些情况下，广告主凭借其经济实力，甚至对新闻的内容和播发权形成压力和影响；以及出现了广告客户出高价买下版面吹嘘自己，或以新闻的面目做变相广告误导消费者等现象。从目前的情况看，这些问题或多或少地在相当数量的新闻媒介表现出来，已影响到新闻事业的健康发展，一定程度上还腐蚀了新闻工作者队伍，因此成为当今媒介迫切需要解决的问题。上述问题可以用一句话来概括，就是相当数量的新闻媒介在向经济效益倾斜，有写颠倒了“社会效益第一，经济效益第二”的方针，个别的则把社会效益置于脑后，为争取经济效益而不择手段。于是，在我国新闻媒介空前发展和繁荣的情况下，存在着一定程度的混乱。新闻事业的双重性所造成的矛盾是客观的，天生的，只不过不同时期会有不同的表现。但混乱却是人为的，可以通过我们的努力来消除它。目前，从

中央到地方的有关部门正在采取措施进行整顿。我们认为，对新闻媒介整合需要加强力度。媒介本身的产业属性的张力和社会上商品大潮的推力，使不少新闻媒介的重点倒向经济效益一边。光靠新闻媒介自身的约束已无法扭转这一趋势，因此，需要依仗行政手段、以及社会手段三管齐下来重新整合新闻媒介，促使新闻媒介坚持“社会效益第一，经济效益第二”的既定方针。这里所谓的社会手段主要是指以契约关系为基础的中间组织，诸如新闻记者协会、报业协会、广电协会等等。赋予这些中间组织一定的权威性以强化新闻内部的相互监督，加强职业道德建设，协调内部关系。目前采取行政手段、法律手段来整合新闻媒介，遇到了新问题。一方面，有些老方法失效，有些老规范已涵盖不了新情况；另一方面，新的法规一时还指定不出来，造成新闻媒介在具体操作上无法可依、无章可循，只能跟着感觉走。“事业性质、企业管理”作为新的管理模式已经确立，现在急需制定细则以便各新闻媒介付诸实践。这是消除当前新闻界一定程度混乱的当务之急。

[我要入编](#) | [本站介绍](#) | [网站地图](#) | [京ICP证030426号](#) | [公司介绍](#) | [联系方式](#) | [我要投稿](#)

北京雷速科技有限公司 Copyright © 2003-2008 Email: leisun@firstlight.cn

