

CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

2005新闻出版处理好四个关系

时间: 2005-1-27 21:04:18 来源: 人民网 阅读968次

——本文摘自石宗源《坚持以“三个代表”重要思想为统领, 解放思想、转变职能、依法行政、提高能力, 大力推进新闻出版业全面繁荣和健康发展》。

四个更加注重

更加注重发展速度与结

构质量效益的有机统一, 努力使科学发展观在新闻出版领域得到有效落实; 更加注重深化改革, 消除体制性障碍, 充分调动广大从业人员的积极性、主动性和创造性; 更加注重打好管理主动仗, 切实改革目前出版活动和出版市场监管上的被动状态; 更加注重提高新闻出版系统广大党员干部的素质和能力, 真正做到守土有责, 不辱使命。

处理好四个关系

从目前我国新闻出版业发展状况来看, 落实科学发展观, 真正走出一条依靠科技进步和提高从业人员素质, 速度较快、结构优化、社会效益和经济效益俱佳、整体质量不断提高的可持续发展的路子, 实现由粗放型向集约型的根本性转变, 任务仍相当艰巨, 问题还不少。必须特别注意正确认识和妥善处理好以下四个方面的关系:

一是数量和质量的关系。

目前我国新闻出版业整体实力还不强, 在我国国民经济中所占的比重较小, 与世界出版强国有很大差距, 必须进一步增强抓住机遇、加快发展的紧迫感、责任感和使命感, 把我国新闻出版业的整体实力尽快搞上去。但同时也必须注意, 加快发展并不等于盲目上项目、铺摊子、增加出版、印刷、发行单位的数量和报刊的种类、纷纷建造大型的物流配送中心, 而主要是立足于把现有的出版、印刷、发行单位做大做强, 把现有资源充分利用好, 为社会提供更多更好的优秀出版物。现在的问题是: 一方面广大人民群众对出版物的需要得不到应有的满足, 另一方面图书等出版物的库存量却在不断增加; 一方面要求增加出版、印刷、发行单位数量和新办报刊的呼声很高, 另一方面, 现有的出版、印刷、发行单位不少, 实力不强、机制不活, 一批出版、印刷、发行单位经营无方, 难以为继, 资源闲置现象也比较严重。目前, 我国各类出版、印刷、发行单位的数量和出版物的种类已经不少。加快发展, 关键是要把重点转到以提高质量效益为中心上来, 坚决克服片面追求数量和速度的倾向, 保护好、引导好、发挥好各方面的积极性, 实现又快又好的发展。

二是社会效益和经济效益的关系。

- 中国人的读书梦
- 一个编辑眼中的英国出版
- 出版产业的创新与发展
- 出版界伪书现象分析
- 审计风暴引爆审计图书
- "伪"书带给我们什么启发
- 论老牌出版社的倒掉
- 一位出版社总编的苦恼
- 出版社遭遇营销陷阱
- 回望2004年书业
- 压缩DVD之乱 音像出版...
- 盘点2004十大出版事件
- 网络出版逼近传统出版业
- 民企博弈图书业
- 伪外版书拷问出版诚信
- 中国出版业的阶段性疼痛

新闻出版业既具有意识形态属性，又有经济属性；出版物作为商品在满足人们精神、文化、心理需求的同时，不可避免地对人们的思想、意识、观点、心理、行为等产生影响。因此，我们必须始终坚持把社会效益放在首位，认真严肃地考虑出版物的社会效果，力求把最好的精神食粮奉献给人民，在这一前提下，努力实现社会效益和经济效益的有机统一。在计划经济体制下，我们一些新闻出版单位在社会效益与经济效益关系的处理上，往往忽视经济效益，从而影响了我国新闻出版业的繁荣和发展；在社会主义市场经济体制下，要讲市场机制和经济规律，强调两个效益的统一，又必须十分注意防止和纠正追求经济效益而忽视社会效益的偏向。绝不能见利忘义，绝不能以一己之利而损害社会和人民群众的利益。2005年，要继续下大力气解决忽视导向、虚假报道、有偿新闻、低俗之风、不良广告等突出问题。

三是做大和做强的关系。

做大和做强，是新闻出版单位发展的两种基本方式。做大，主要是新闻出版单位规模的扩张和生产经营范围的拓展；做强，主要是新闻出版单位市场竞争力的提升和产品市场占有率的增加。做大为做强创造了条件，但做大不一定就意味着做强；处理不好，甚至会适得其反。就目前状况看，我国新闻出版单位规模普遍偏小，产业集中度很低，从而严重制约了我国新闻出版业的综合竞争能力。因此，支持和鼓励一切有条件的新闻出版单位做大，是非常必要的。但决不能为做大而做大，做大的目的是要实现做强，做大的过程必须遵循市场经济规律。与此同时，也要支持和鼓励中小新闻出版单位在现有基础上做强，突出自己的优势，形成自己的特色，增加产品的市场占有率，提升市场竞争力。

四是加快发展和加强管理的关系。

发展是第一要务，是开展各项工作的出发点和归宿，是解决新闻出版领域一切问题的关键。各项工作必须服从和服务于发展。但加快发展离不开加强管理。管理跟不上，发展所必需的环境和秩序就会遭到破坏。不能把加快发展和加强管理割裂开来，更不能对立起来。当然，加强管理的目的是要促进新闻出版业更好更快地发展，而不应该束缚和阻碍繁荣发展。

文章管理: [mycddc](#) (共计 4292 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章: 出版

- 出版业游走在文化与商业的边缘 (2007-4-20)
- 出版社网站建设情况的调查分析 (2007-3-28)
- 出版产业核心竞争力的三块基石 (2007-1-19)
- 出版产业区域链群建设发展路径 (2007-1-3)
- 出版产业数字化生存路径与竞争策略 (2006-12-21)

[>>更多](#)

← 2005新闻出版处理好四个关系 会员评论[共 0 篇] →

← 我要评论 →

会员名:

密码:

