

CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...

## 走向21世纪的中国报业理念

时间: 2002-9-24 9:54:03 来源: 中国新闻研究中心 作者: 董天策 阅读2043次

在即将迈进新世纪的时刻, 各行各业的人们都在进行着跨世纪的构想。把一个什么样的中国报业带入21世纪, 是我国新闻界近年来不断思考和探索的时代课题。对于这样一个宏大的课题, 从理论的高度谈一谈走向21世纪的中国报业理念, 或许有助于我们形成更加科学的认识。

所谓报业理念, 就是概括了报业本质属性的一般概念, 是随着报业发展而不断深化的报业思想, 是对报业活动起决定和支配作用的报业动机和报业信念。简言之, 则是在报业实践中升华出来并反作用于报业实践的根本思想观念。①任何报业要生存, 要发展, 就不能不回答这样几个根本问题: 第一, 报纸是什么? 第二, 报业是什么? 第三, 报业如何运作? 对这些问题的不同看法, 就形成不同的报业理念。

一、20世纪中国报业理念的回顾鉴往而知来。在讨论21世纪的中国报业理念之前, 不妨先回顾一下20世纪的中国报业理念。

报纸是什么? 不同的时期有不同的回答。本世纪初, 资产阶级改良派在戊戌变法失败后提出, 报纸是社会舆论的工具, 要求言论自由, 倡导舆论监督。梁启超所谓“报馆则代表国民发公意以为公言也”②, “报馆者, 国家之耳目也, 喉舌也”③, 都是这个意思。从辛亥革命的准备开始, 一直到新民主主义革命胜利, 逐渐形成和强化了报纸是政党宣传工具的理念。孙中山明确要求报纸应当成为“党的喉舌”④, 开展革命宣传, 配合武装斗争。中国共产党更明确规定, “报纸是党的宣传鼓动最有力的工具”⑤, 要求报纸紧密配合革命斗争, 搞好宣传工作。由于革命是一个阶级推翻另一个阶级的斗争, 30年代出现了“报纸是一种阶级斗争的工具”⑥的观点, 到50年代, 由于毛泽东的强调, 报纸是阶级斗争工具的观点开始成为报业实践的指挥棒⑦。文革期间甚至提出了报纸是无产阶级专政工具的观点⑧。十一届三中全会以后, 新闻学术界在拨乱反正、改革开放的历史进程中批判了报纸是阶级斗争工具和阶级专政工具的看法, 恢复了报纸作为社会舆论工具和政党宣传工具的理念, 并树立了“报纸是大众传播媒介的新观念”⑨。

尽管不同时期有不同的报刊工具理念, 但长期以来居于主导地位的还是把报纸视为政党宣传工具, 这种理念就决定了本世纪中国报纸行业的主流是机关报。所谓机关报, 就是党派、国家机构、社会团体主办的, 代表其发言、宣传其主张的报纸。正如1948年11月8日《中共中央关于新解放城市中中外报刊通讯社处理办法的决定》所指出的那样, “报纸刊物与通讯社是一定的阶级、党派与团体进行阶级斗争的一种工具, 不是生产事业(引者按: 即企业)”, 而是作为政党组织机构有机组成部分的“事业”。在这里, 作为报业属性的“事业”具有特定的内涵, 指没有生产收入, 经费由国家划拨, 不进行经济核算, 同“企业”相区别。

作为政党宣传工具和事业性质的报业, 在运作上具有自己的独特方法。以中共机关报来

- 期刊数字化: 战略与节点
- 《诗刊》和一个时代
- 报纸何以不死?
- 中国晚报发展综述
- 我国期刊业十年变革
- 解读西安传媒的符号
- 报业尴尬 应对有方
- 经营产业集群应对报业...
- 实现西部报业新跨越
- 中国报业的节点
- 报纸的艰难时刻?
- 报业王国的脚印
- 为何重庆经济报突然死亡
- 外忧内困的体育专业报
- 第一财经的跨媒体之惑
- 全球报业寻“免费”出路
- 老年类媒体生机何在?
- 华商报业明天在哪里?
- 台湾报业: 三大报纸鼎立
- 《南方体育》传媒江湖史
- 市民生活报“10年”拐点
- 中国报业关键词

说，党性原则、政治家办报是报业运作的指导方针

和根本原则，新闻报道注重倾向性、思想性、战斗性和指导性。总之是从传播者的立场出发，以传者为中心或者说以传者为本位来开展新闻宣传，这就形成了传者导向的办报思路和实践模式。为了使传者导向的运作理念得到有效实施，中国共产党制订了一系列的新闻宣传纪律，以保障报业在新闻宣传纪律的规范下顺利运作。

二、21世纪中国报业理念的内容报业是社会结构的有机组成部分，它并非一成不变，总是随着政治、经济、文化等社会历史条件的发展而变化。新时期以来，在进行经济体制和政治体制改革的过程中，新闻改革也在积极而稳妥地开展，报业理念的革新也就成为一种历史的必然。

在报纸性质问题上，80年代初重新确立了社会舆论工具的理念。1982年，有学者指出，确定报纸的性质必须具备几个前提：其一，报纸性质的命题必须从历史和现实的全部报纸现象中抽象和总结，而不是从某一阶段、某一部分报纸中抽象和总结；其二，不能以某一时期报纸所担负的任务，或所起的某种作用，作为报纸性质的命题；其三，报纸性质的命题，要有新闻学的特点，体现报纸的特有属性。从这几个前提出发，较为合适的命题是：报纸是社会舆论的工具。稍后，报纸是大众传播工具的新观念在学术界得以确立。1985年出版的一本新闻学著作明确写道：“新闻事业的根本特性是：真实地、及时地反映并影响现实变动的大众传播工具。”次年，中国社科院新闻研究所针对报纸改革问题提出建议，“应确立报纸是大众传播媒介的新观念”。

大众传播工具、社会舆论工具理念的确立加上政党宣传工具理念的传统，使学术界进一步考虑报业多重性质的整合问题。有学者认为，当今的新闻事业，不论是资本主义制度下的新闻事业，还是社会主义制度下的新闻事业，必然具有以下三个层次结构：1、基层结构——大众传播机关，2、中层结构——社会舆论机关，3、高层结构——阶级、政党宣传机关。这三个层次结构的总和，构成了包括无产阶级新闻事业在内的一切阶级新闻事业的性质。

如果说报纸作为政党宣传工具的属性决定了报业的事业性质，那么报纸作为大众传播工具的属性必然使报纸成为一种产业。早在1987年，国家科委首次编制的我国信息产业投入产出表，就已经将“新闻事业”和“广播电视事业”，纳入了“中国信息商品化产业”序列。但理论上的论证始于十四大以后。1993年5月，中国社科院新闻研究所等单位主办的全国“社会主义市场经济与新闻事业”学术研讨会提出，“新闻是一种信息产业，它有其生产、流通、消费规律”。徐惟诚同志强调，“不是新闻‘进入’第三产业，而是它一生下来就是第三产业”。事实上，90年代中期以来崛起的都市报和组建的报业集团就是把报业作为产业来运作的。从理论角度看，都市报和报业集团不过是机关报进行“事业性质、企业管理”的新闻改革的必然产物，是对报业产业性的凸显。

未来是现实的合理延伸。随着我国社会主义市场经济在21世纪的全面推进，21世纪的报业必然将报纸的大众传播工具性质和报业的产业性质加以全面展开，使其上升为与报纸的政党宣传工具性质和报业的事业性质并驾齐驱的主导性理念。而以大众传播工具和信息产业理念为导引的报业，在运作上也必然会有相应的新观念，传者导向将让位于受众导向，即从满足受众的需要出发，以受众为中心或者说以受众为本位来开展新闻传播活动。这是因为，作为大众传播工具，报业首要和主要的任务就是提供社会成员所需要的信息；同时，报业也只有满足了受众的需要，才能赢得最大多数的报纸消费者，才能赢得最大数量的广告收入，从而在市场竞争中立足于不败之地。

当然，满足受众的需要并不意味着报业不讲导向，不讲社会效益，事实上，它必须遵守党的宣传纪律和有关管理法规。

21世纪的中国报业除了强化大众传播工具、报业产业、受众导向、法制规范这些理念而外，还必须在技术上迎接网络传播的挑战。在未来社会，报业不仅要融入网络，而且还要区别于网络，即在信息内容和服务方式具有网络不好替代的独特性。

三、21世纪中国报业理念的整合与选择强调21世纪的中国报业需要把大众传播工具、报业产业、受众导向、法制规范、迎接网络挑战的理念作为主导性理念，既是对当前新闻改革历史趋势的理论把握，又是对本世纪中国报业传统理念的发展和丰富。这就意味着，政党宣传工具、事业性质、传者导向、纪律约束等传统理念在21世纪报业发展过程中不仅不能动摇，而且需要发扬光大。只有让传统理念与革新理念有机地结合在一起，21世纪的中国报业才能具有广阔的发展前景。

值得注意的是，报业理念的有机结合是在马克思所说的“报刊有机地运动”滌滌过程中实现的。什么是报刊的有机运动？第一，有多种多样的报刊存在，这是报刊有机运动的前提。第二，各种报刊既相互区别，又相互联系，相互促进。第三，这种相互联系、相互促进是在合理规范中健康有序地进行的。新时期以来，以机关报为主、各种综合性、专业化报纸为辅的多样化多层次的报业结构正在朝着报刊的有机运动目标大踏步前进，到21世纪必将形成机关报与市民报（都市报的基本定位）、综合报与专业报、全国报与地方报、高级报与大众报等各式各样报纸争奇斗艳的有机运动格局。

在这样的报业竞争格局中，任何一种报纸要想一统天下都是不现实的，只能在偌大的报业市场中占得一席之地。于是，如何突出自己的个性，树立自己的形象，最大程度地赢得目标市场，就成为报业经营管理的根本问题。换言之，合理而准确的经营定位，就是报业经营成功与否的关键。从理论上讲，报业经营定位实质上就是根据自身情况对报业理念进行科学的选择。例如，机关报通常选择宣传工具、事业性质、传者导向、纪律约束作为自己的理念，市民报则主要选择大众传播工具、产业性质、受众导向、法规规范作为自己的理念。当然，在这两种极端性选择中实际上存在着十分丰富的过渡形态。譬如，机关报可以实行企业化经营管理，市民报也可以在相当程度上发挥机关报的宣传作用。正是由于报业在经营管理过程中可以对报业理念进行丰富多样的选择与组合，万紫千红的报业个性才能得到充分张扬。愿报业经营管理者创造性地选择与确立自己的报业理念，开创出崭新的报业天地，使21世纪的中国报业生气勃勃，走向辉煌。

注释：

①参看全增嘏主编《西方哲学史》、蒋孔阳著《美学新论》有关章节。

②《饮冰室合集》文集第4册《敬告我同业诸君》。③《饮冰室合集》文集第3册。

④见冯自由《革命逸史》初集。⑤⑥《中国共产党新闻工作文件汇编》上、下册。⑦《文汇报在一个时期的资产阶级方向》（人民日报1957

. 6. 14）

⑧《让毛泽东思想占领报纸阵地》（人民日报1967. 1. 19）

⑨《应确立报纸是大众传播媒介的新观念》（光明日报1996. 9. 22）

孙旭培《谈报纸性质的命题》，《新闻学新论》第203-209页。

王益民《系统理论新闻学》第188-199页。参见宋新桂《“社会主义市场经济与新闻事业”学术研讨会综述》，《社科信息》[南京]1993. 7. 10-12。

徐惟诚《为建立社会主义市场经济的目标提供信息服务》，《新闻出版报》[沪]1993年2月12日第1版。

李良荣、沈莉《试论当前我国新闻事业的双重性》，《新闻大学》1995夏。

《马克思恩格斯全集》第1卷第211页。

CDDC刊载文章仅为学习研究, 转载CDDC原创文章请注明出处!

相关专栏: 董天策

- [新闻策划对报业运作的重要意义 \(2004-12-22\)](#)
- [网络媒体新闻价值判断的四大标准 \(2004-11-1\)](#)
- [新闻报道策划的本质及其作用 \(2002-4-5\)](#)
- [在竞争与合作中发展网络新闻事业 \(2004-4-5\)](#)
- [媒体如何应对商业炒作——从“人造美女”现象谈起 \(2004-4-2\)](#)

[>>更多](#)

相关文章: 中国报业

- [简析当代中国报业的产业化进程 \(2007-6-22\)](#)
- [中国报业进入抛物线般下滑轨道 \(2006-5-12\)](#)
- [中国报业集团十年探索奋进 \(2006-2-22\)](#)
- [见证中国报业成长 \(2006-1-12\)](#)
- [中国报业直面第四增长周期 \(2005-9-1\)](#)

[>>更多](#)

← 走向21世纪的中国报业理念 会员评论[共 0 篇] |

← 我要评论 |

会员名:  密 码:

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆ [MSC Status Organization](#) ◆ [中国新闻研究中心](#) ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](http://www.cddc.net)  
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.