



## 中国新闻业的商业性发展（1）

时间：2002-7-30 18:40:44 来源：中国新闻研究中心 作者：孙旭培 阅读2194次

新闻媒介的过分商业化，会带来严重弊病。但在中国，几十年来的弊病却出在新闻业的过分政治化，商业性发展被完全排除。下面文章中的事实证明，在提出新闻改革以来的将近20年里，商业利益和经济力量，是推动中国新闻改革和新闻业发展的强大动力，尽管流弊也随之开始露头。

中国共产党第十四次全国代表大会提出了建设社会主义市场经济的目标。由此，新闻学术界中关于新闻商品性的讨论也活跃起来。在中华人民共和国成立（1949）以后的40多年里，新闻业一直被称为党和政府的喉舌，是宣传工具，被反复强调的是其党性、阶级性和政治性。而新闻商品性不但在实践中受到遏制，即使在学术界对此进行讨论，也是极为敏感的，可能会招来政治上的麻烦。似乎提及新闻的商品性，就会玷污新闻宣传工具的纯洁性，动摇新闻作为党和政府耳目喉舌的权威性和可靠性。

90年代以来，随着市场经济的发展，文学创作、电影戏剧制作、图书出版发行的自由度都显著提高，对著作权和知识产的保护日趋完备，文化产品的商品性逐步得到肯定和保障。在这种背景下，对新闻产品具有商品性这一提法的异议也就减少，新闻媒介有一些商业性行为也逐步得到认可，虽然与此同时，新闻媒介是党和政府耳目喉舌的提法仍不断被强调。

在新闻商品性的讨论中，国家新闻出版署副署长梁衡在一篇文章（1995）中的说法，符合当前中国实际，也能为多数人所接受。他提出，全面地说，报刊有四个方面的属性，即：政治属性，它是喉舌，需讲社会效果；文化属性，即它表现为文化形式，要讲文化质量；信息属性，它的主要功能是传播信息；商品属性，它生产出来后要参与流通进行交换。

总之，新闻的商品性、媒介的商业性，在中国已经得到有限的承认。

### 报业现状

新闻信息直到目前仍然主要由报纸、广播、电视来传播，谈到中国新闻业，也通常是指这三种媒介。先来分析报业在涌入市场经济大潮过程中商业性发展的状况。

一、报纸数量大增，品种多样。

“文革”期间（1966—1976），中国报业受到极大摧残，报纸由建国初期的2000多家锐减至400多家（1966—1970）。而且，所有的报纸对大小事物，都是一个声音，一种态度，毫无新闻自由可言。改革开放之后，报业重新恢复起来，到1979年，全

- 新媒体环境下的媒企关系
- 媒介生态环境的四轮驱动
- 2002：中国新闻业回望

国报纸总数增至1 8 6家，1 9 8 6年，这一数字增至1 5 7 4，而1 0年后的1 9 9 6年，全国报纸总数已达2 2 3 5种。虽然几年来新闻出版署对新办报纸从严限制，实行“总量控制”的办法，每省一年只准增加两三家报纸，但各地区和部门办报的强烈愿望仍然无法遏制。究其原因，最根本的是，由于经济迅速发展，大量的广告涌向媒介，报业经营能带来可观的经济效益，这成为创办新报纸的巨大动力。其次，一些部门、行业出于宣传自身工作的需要，纷纷办起部门报、行业报。此外，读者群体分类更加细致，更加要求多样化的报纸满足其不同的需要。这一切促进了报纸总量的增长。

与此同时，报纸种类增多，多类型、多层次的报业结构形成。新闻出版署为了对报业进行有针对性的管理，曾对我国报业按内容和对象划分为9类：（1）全国综合性报纸；（2）机关报，包括共产党、各民主党派、政府、人大、政协机关报；（3）行业专业报；（4）企业报；（5）晚报；（6）文摘报；（7）社会群体对象报，即以工人、青年、妇女、农民、老年人、少年儿童为对象的报纸；（8）生活服务报；（9）军队报。从近几年情况来看，以反映社会生活中的问题和新闻为内容的报纸，数量增长很快。

## 二、报业实行企业化经营。

几年来报业面临以下两方面的情况：一方面，随着市场经济的发展，人民生活水平不断提高，媒介员工的收入也要相应提高；同时，由于纸张、设备和其它原材料涨价，报纸的成本也在增加；另一方面，国家要求它们逐渐减少对国家财政的依赖，对于有些新闻单位来说，能维持几年前的拨款数额就很幸运了。这样，作为报社，就不能仅仅依靠报纸发行量（何况在减少）来维持生存了。它们采取以下几种措施：

报纸纷纷扩版，争取刊登更多的广告。中国的报纸过去多数只有4版，只有《人民日报》是8版，现在绝大多数省委机关报和首都一些大报都变成8版，有的达12版。《人民日报》自1995年元旦起变为12版，并向华东六省一市发行地区版，为16版。中国报纸的广告也随着直线上升，1983年全国报业广告收入为0.7亿元，而1993年为37.7亿元，10年增长近53倍。1995年全国报业广告收入达到57亿元，广告收入超过亿元的报社有十几家。《广州日报》、《新民晚报》广告收入超过3亿元，《北京日报》、《解放日报》、《深圳特区报》广告收入超过2亿元。

经营其他各种有利可图的业务。1987年国家财政部批准《人民日报》等首都几家报社实行企业化管理。80年代中期，国家新闻出版署准许各新闻单位经营印刷、信息服务等相关业务，以后各媒介的经营范围越来越宽。现在新闻媒介可以利用自己的优势，经营一切合法的、如有的经营房地产、航运、旅游等等。

“大报办小报，一报变几报”。例如，人民日报社除办《人民日报》、《人民日报海外版》以外，还办有《市场报》、《讽刺与幽默》、《环球文萃》、《新闻战线》、《大地》、《中国经济快讯》、《人民论坛》、《时代潮》，总共五报五刊。作为广东省委机关报的《南方日报》，还办有《南方周末》、《广东农民报》、《花鸟虫鱼》。大报办出的小报，实际上并不是版面都“小”，像《南方周末》，对开16版，只是以软新闻为主。其发行量很大，经济效益十分可观。小报的新闻自由度高于大报，《环球文萃》1997年4月6日曾用头版头条地位，报道朝鲜严重缺粮的惨状，说老百姓挖野菜、采野果，掘动物洞穴寻食充饥，却不敢向记者透露低得可怜的吃粮标准。像这样报道友好邻邦的阴暗面，是不可能出现在作为中共中央机关报的《人民日报》上的。

组成报业集团。1996年1月，经中宣部同意、新闻出版署批准，广州日报报业集团成立。报业集团以报业为龙头，经营多家新闻出版媒体，并向外延伸，发展其它经营实体，具有雄厚的经济实力。经正式批准的报业集团，目前仅广州一家，但客观上已经形成报业集团态

势的，已不下10家。与西方报业集团明显不同的是，中国报业集团通常以具有广泛影响的某大城市党委机关报为核心，报业集团的其他报纸、刊物处于被领导的、附属的地位。而且，无论以任何形式建立的报业集团，都不允许由某一大的经济实体或财团来支撑和控制。此外，由于各报业集团须以当地党委的机关报为核心，因而基本上都限制在该主报的行政区域内，没有跨地区的报团。

### 三、报纸的自费市场与自办发行。

与许多生活消费品相似，报纸消费也出现了地域化倾向，即某地出版发行的报纸在本地区及周边地区拥有最为集中的读者群，这种现象在经济文化发展较快的大城市和中心城市表现得更为明显，1997年第7期《深圳风采》登载了北京、上海、广州、深圳四城市居民消费情况调查，其中报纸消费居前三名的分别是：

北京：《北京晚报》、《北京日报》、《北京青年报》；

上海：《新民晚报》、《解放日报》、《文汇报》（均在上海出版）；

广州：《羊城晚报》、《广州日报》、《南方日报》（均在广出版）；

深圳：《深圳特区报》、《深圳商报》、《深圳晚报》；

以上调查结果表明，读者对拥有密集的地方信息的区域性报纸的需求量大，这种现象对我国今后几年报业发展走向，将产生持续性的影响。

文章管理: CDDC (共计 554 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关专栏: 孙旭培

- 论当前新闻写作模式的改革 (2006-3-16)
- 2006年，中国新闻业怎么走？ (2006-1-9)
- 谚语、格言中的传播原理 (2004-11-22)
- 诽谤法的核心问题——美国学者艾里克·伊斯顿对孙旭培关于“公众人物”问... (2004-3-30)
- 如何看待“跨地区监督”？ (2004-3-10)

>>更多

相关文章: 新闻业

- 有感于孙旭培教授2006年中国新闻业怎么走 (2007-9-8)
- 2006年，中国新闻业怎么走？ (2006-1-9)
- 网络新闻业：英雄传奇的开始 (2004-12-24)
- 2004：中国新闻业回望（上） (2004-12-10)
- BBC新闻台台长访谈：处于十字路口的新闻业 (2004-1-10)

>>更多

中国新闻业的商业性发展(1) 会员评论[共 0 篇]

我要评论

会员名:

密码:

提交

重写

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  
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.