

■ 市场经济与传媒和党报

2005-11-28

作者： 文有仁

关键词： 市场经济 党报 | 阅读：322次 |

在我国的经济体制由计划经济过渡到社会主义市场经济以后，关于传媒（包括党报）的性质与作用是否发生变化和如何变化，如何看待党性原则等，出现了许多争论。《军事记者》（前身为《新闻与成才》）2001年第二期谈到了其中某些争论，如，有人认为，在市场条件下，新闻是一种商品，要按照商品流通规则生产和消费；有人根据我们有些报刊不再“吃皇粮”了而断定，这些报刊已经不是党报党刊了，新闻的党性原则已经过时，或大部分过时，只在小范围内适用，等等。

在进入社会主义市场经济体制以后，我国的传媒，包括党报，为适应市场经济的需要，不仅在报道内容与形式上发生了巨大变化，传媒自身也必然会发生变化，而且事实上也发生了许多重大变化。但这不意味传媒所有方面都需要改变，而是有变有不变。

一、关于传媒的所有制性质

在进入市场经济体制以后，一些传媒或“借壳上市”，或组成集团发行股票上市，也有的传媒一创办，国家就没有直接注入资本，而是由主管或主办单位出资，或者由出版单位自筹资金（包括拉企业赞助、企业垫资等）启动的。在这种情况下应当如何认识传媒的所有制性质？有人提出，“谁投资谁所有”，这种主张对吗？

列宁1905年11月13日在《党的组织和党的出版物》一文中强调：“对于社会主义无产阶级，写作事业不能是个人或集团的赚钱工具，而且根本不能是与无产阶级总的事业无关的个人事业。”“写作事业应成为无产阶级总的事业的一部分，成为由全体工人阶级的整个觉悟的先锋队所开动的一部巨大社会民主主义机器的‘齿轮和螺丝钉’。写作事业应当成为社会民主党有组织的、有计划的、统一的党的工作的一个组成部分。”“报纸应当成为各个党组织的机关报。”

我国进入改革开放新时期以后，江泽民同志1989年11月28日在新闻工作研讨班上讲话再次强调：“在社会主义制度下，新闻不再是私有者的事业，而是党的事业，人民的事业。”

针对近几年对新闻媒体所有制认识的混乱，1999年10月国务院机关事务管理局、财政部、新闻出版署在给中国社会科学院关于《中国经营报》和《精品购物指南》报社的产权界定的批复中明确指出，我国的报刊社都是国有资产。新闻出版署有关部门负责人说，随着我国报业的发展，许多报社在资产运营和重组过程中，遇到一些新问题，报社资产到底归属谁，报刊创办时个人或企业注入的资金可否视为投资等，就是其中备受关注的。他说，我国现行出版法规和规章明确规定，我国报刊创办实行许可证制度，报刊社的主办单位是法定的创办投资人；我国目前的报刊社均为全民所有制单位；报刊创办时，个人或集体自筹启动资金按债权债务关系处理。党报及各级政府办的报纸均为国家出资或国家补贴办的。其他报纸即使创办时国家没有直接注资，也是以国有单位的名义办的。因此，现有报社的资产性质为国有的。在报纸期刊启动时，有的是主管或主办单位出资，有的是主管主办单位没有直接提供资金，而是让出版单位自筹资金启动的。根据新闻出版管理规定，主管主办单位是创办报刊社的法定投资人，非主管、主办单位不具有投资的主体资格，因此，其他的出资行为，不能视为投资。筹资中有的来自企业赞助，属无偿的赠予行为；有的是个人或企业等的垫资，这是一种借贷关系，只能按债权债务关系处理。报刊是国家的特殊行业，不同于一般的企事业单位，因此不适用“谁投资谁所有”的企业资产认定原则。（见《新闻出版报》1999年10月21日）

随着传媒买壳上市和传媒关联企业通过改制上市，又提出了传媒所有制的问题。

丁关根同志2001年1月11日在全国宣传部长会议上在谈到新闻出版广播影视业的改革时指出，要从适应计划经济体制向适应社会主义市场经济体制转变，使新闻出版广播影视业进一步壮大实力，增强活力，提高竞争力。他提出，要着力进行投融资体制创新。

我们必须积极稳妥地进行传媒投融资体制改革。采取股份制方式运作的，只能是某些与宣传业务可切割的经营部分，条件成熟的项目和公司也可以考虑上市。不允许外资和私人资本办新闻媒体。新闻媒体在吸收社会资金和利用外资时，必须坚持以我为主、以我所用、于我有利的原则。社会资金和外资不能控股，不能影响新闻宣传。无论什么情况下，必须确保宏观管理控制力，党要始终掌握对媒体产业的控制权。

在允许私人 and 外资办传媒问题上，当年苏联新闻改革的失误是一个十分深刻的教训。1990年3月苏联通过的宪法修改补充法，删去了共产党的领导作用条款，规定“苏联公民有权结成政党、社会团体”。这样就放弃了苏共的领导地位并承认了多党制。这年6月，苏联最高苏维埃通过的《新闻出版法》明确规定：“创办舆论工具的权力属于人民代表苏维埃和其他国家机构、政党、社会组织、群众运动、创作协会，属于依法创建的合作社、宗教团体和其他团体，属于劳动集体以

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH >>

■ 上一篇 PREVIOUS

MORE >>

- 参与式影像与参与式传播

作者：韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

■ 下一篇 NEXT

MORE >>

- 新闻播音的感召力

作者：时岱 | 2005-11-28

近年来，随着人们对信息价值的认识，以及社会、工作、生活节奏的加快，我们的新闻播音注重了“大容量”的“快节奏”。这种适应现代社会应运而生的“快节奏”播音应当给予肯定，但必需强调鼓动性质和感召力。新闻宣传……

■ 动态 NEWS

MORE >>

- 赵月枝教授获批长江学者讲座教 2009-10-18
- 国际青年影像季2009-2010 2009-10-18
- 2009互动电视（中国）峰会通告 2009-10-18
- 首届中国少数民族地区信息传播 2009-10-13
- 香港浸会大学第三届普利策新闻 2009-10-03

及年满18岁的苏联公民。”这就使反对派政党团体办报和私人办报完全合法化了。到这一年10月，已有700多家报刊，包括13个政党的报刊进行了登记，其中七分之一属个人所有，还出现了独立的通讯社。在《新闻出版法》开始实施的两个半月内，许多机关报刊也纷纷宣告“独立”，甚至作为苏联最高苏维埃公报的《消息报》也宣布完全抛弃机关报性质。1989年9月苏联国家广播电视委员会和一家苏、意、法合资的公司创办了电讯社，它很快成为“民主派”的喉舌，并在新闻市场上超过了塔斯社。当时苏联媒体上出现了许多乌七八糟的报道，诸如：歪曲历史，全盘否定斯大林，丑化列宁，抹黑社会主义制度，攻击共产党；为资本主义唱赞歌，吹捧反共的“民主派”；激化民族主义情绪，鼓吹民族分离；宣传封建迷信和黄色、凶杀新闻；等等。苏联新闻的失控和西方的宣传导致苏联公众思想混乱，丧失对社会主义的信念，成为苏联解体的重要原因之一。在苏联解体之后，塔斯社政治评论员奇奇鲁指出，在戈尔巴乔夫执政期间，苏联报刊连苏联一些举世瞩目的成就也加以鄙视和否定，74年的共产党政权被看成没有半点正面意义，苏联报刊不仅促成了共产党倒台，也导致国家解体。

二、关于新闻媒体的喉舌性质和党性原则

我们党一贯认为，我国一切新闻媒体都是党和人民的喉舌，都要坚持党性原则。

江泽民同志1989年11月28日在新闻工作研讨班上说：“我们党历来非常重视新闻工作。始终认为，我们国家的报纸、广播、电视等是党、政府和人民的喉舌。这既说明了新闻工作的性质，又说明了它在党和国家工作中的极其重要的地位和作用。”“我们的新闻工作是党的整个事业的一个重要的组成部分。因此不言而喻，必须坚持党性原则。”他强调，党性原则是“根本性的问题”；坚持党性原则，“各级党报要这样，部门的和专业性的报纸也要这样。”他还着重指出，“为社会主义服务，为人民服务”，是社会主义的新闻事业必须遵循的“基本方针”。

在我国实行社会主义市场经济体制以后，新闻界某些人提出了如本文开头指出的那种观点。还有人说，创办新闻媒体就是为了赚钱。而为了赚钱，首先必须使媒体能站得住，为此媒体必须遵循和宣传党的路线方针政策，否则上面就不会允许你这个媒体办下去。如果你连媒体都没有了，还怎么赚钱？有些人嘴上不这么说，行动上也是这么做的。在他们的心目中，接受党的领导，宣传党的路线方针政策，只是媒体立足和最终达到赚钱目的的一种手段。他们把社会效益和经济效益的关系完全颠倒了。

我们对这二者关系的看法正好相反。在任何时期，革命战争时期、社会主义建设时期、社会主义市场经济时期，我们都要坚持“政治家办报”的原则，都要把新闻媒体当作党的事业的一部分来办，办新闻媒体都是为了实现党的近期目标、任务和最终的目标、任务。在实行社会主义市场经济体制以后，新闻媒体进入市场，有的还享有少量国家财政补贴，但财务方面主要是自负盈亏，有的媒体一创办就没有国家注资，完全自负盈亏。为此，媒体必须赚钱，但赚钱的目的是为了办好媒体（赚钱用于改善媒体工作条件和员工生活条件，最终也是为了办好媒体），使媒体更好地发挥党和人民喉舌的作用，更有效地以正确舆论引导人。邹韬奋当年办《生活》周刊、《大众生活》周刊、《生活日报》，并没有谁给他补贴，但他绝不以赚钱为目的，而是积极宣传抗日救亡，抨击国民党反动派，他是“政治家办报”的典范。

邓小平同志强调：“思想文化教育卫生部门，都要以社会效益为一切活动的惟一准则，它们所属的企业也要以社会效益为最高准则。”（《邓小平文选》第三卷，145页）

在实行社会主义市场经济体制以后，江泽民1994年1月24日在全国宣传思想工作会议上讲话重申，“坚持把社会效益放在首位，在这个基本前提下实现经济效益和社会效益的统一。随着社会主义市场经济的发展，精神产品的生产流通同市场运行一般规律的联系愈紧密，确实也有经济效益的问题。经济效益好，有助于宣传文化事业的发展。同时也要看到，精神产品又具有不同于物质产品的特殊属性，它的价值实现形式更重要地表现在社会效益上。有些精神产品，直接经济收益可能不大，但对推动社会生产力的发展和社会全面进步的作用很大。我们在宣传文化工作中要始终把社会效益作为最高准则，当经济效益同社会效益发生矛盾时，自觉服从社会效益。”

江泽民说：“我们现在正在建设社会主义市场经济体制，很多都放开了。政治体制改革要适应建立社会主义市场经济体制的要求，宣传思想工作同样也要适应建立社会主义市场经济体制的要求。”（《对人民日报工作的重要意见》，1993年7月7日）为了适应经济体制的改革，新闻事业当然要进行相应的改革。但正如江泽民1989年在新闻工作研讨班讲话时强调的，“我们的新闻改革还面临许多新任务。改革的目的是为了使新闻更好地成为党、政府和人民的喉舌，更好地在社会主义现代化建设中发挥积极作用。”我们在进行新闻改革时千万不要忘记这一目的。背离这一目的，新闻改革就会走到邪路上去。

对于办报为赚钱，西方主流新闻界人士也不如此看。美国新闻学家约翰·赫尔顿在《信使的动机——新闻媒介的道德问题》一书中说，“随着报业集团及其他形式垄断组织的发展，新闻传播媒介的所有权日益集中在少数人手里。”“所有权的集中并不一定会使新闻传播媒介的经理们都变成唯利是图的人，当今许多发行人和老板对于自己的社会责任有充分的认识。”他们“会反映那些遍及全国以至全世界的大垄断公司的价值观念。”法国《当代新闻学》一书说：“新闻业与其他行业不同，主要目标不是盈利，而是进行社会交流。”“很多报刊的创办者并不以利润为最主要的目标，或者不仅仅是以利润为主，而是把报刊作为指导思想的工具，有选择地介绍事物。”西方新闻界在认为报纸具有一定的商品性的同时，认为报纸同一般的商业性企业有根本性差异。报业集团大老板在利用新闻媒介赚钱的时候，从来不要忘记新闻媒介的首要职责是传播自己的价值观，当自己阶级的喉舌，坚持资产阶级党性。

在进入社会主义市场经济时期以后，我国的传媒，包括各级党报，不能再原封不动地继续实行计划经济时期的做法，必须进行必要的改革，在坚持党性原则和以正确舆论引导人的前提下进行必要的改革。90年代以来，我国新闻界在新闻改革方面做了不少工作，取得了显著成绩。

许多党报通过新闻改革提高了宣传效果，增加了经济收入。《深圳特区报》作为中共深圳市委特区报在新闻改革上不断探索前进。该报坚持党性原则，坚持政治家办报，把“以正确舆论引导人”落实到版面上，讲究宣传艺术，丰富报道内容，坚持健康向上的格调，不搞庸俗媚俗猎奇的东西。该报一直保持着较高的发行量，其中80%是读者自费订阅的。以《深圳特区报》为主报的整个报业集团2000年广告收入达到6亿元，比1998年增加了近60%。这表明，坚持适应社会主义市场经济需要的正确的新闻改革，党报完全可以办好。

作者：新华社新闻研究所

(责任编辑：)

收藏本文

： 打印本页 ； 关闭窗口 ；

读者留言

用户名： * 密码： (游客) 请在用户名处输入化名，无需密码

邮箱： * 游客发言需提交邮箱

效验码： * 请输入：1002

发表评论 评论内容：不能超过250字，需审核后才会公布，请自觉遵守互联网相关政策法规。

[▲ 返回首页](#)

[传媒资讯网](#) | [传媒学术网](#) | [传媒考研网](#) | [传媒博客](#) | [传媒社区](#) | [传媒书店](#)

| [关于我们](#) | [会员注册](#) | [交换链接](#) | [联系我们](#) | [法律声明](#) | [广告服务](#) |



© 2001-2009 中华传媒网版权所有 京ICP061016

Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved