

求是传媒文库

主流媒体核心竞争力

——党报机制体制创新研究

王佳航 著



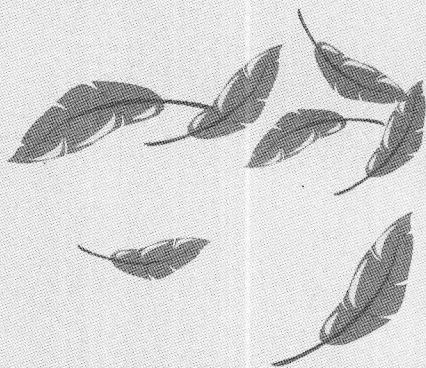
中国传媒大学出版社

求是传媒文库

主流媒体核心竞争力

——党报机制体制创新研究

王佳航 著



中国传媒大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

主流媒体核心竞争力:党报机制体制创新研究/王佳航著.
—北京:中国传媒大学出版社,2010.6
ISBN 978-7-81127-939-9

I. ①重… II. ①王… III. ①中国共产党—党报—新闻
工作—研究 IV. ①G219.23

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第095078号

主流媒体核心竞争力:党报机制体制创新研究

著 者 王佳航
责任编辑 王雁来
封面制作 钟雪亮
责任印制 范明懿
出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社(原北京广播学院出版社)
社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编:100024
电 话 86-10-65450532 或 65450528 传真:010-65779405
网 址 <http://www.cucp.com.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京中科印刷有限公司
开 本 850×1168 mm 1/32
印 张 6.25
版 次 2010年7月第1版 2010年7月第1次印刷

ISBN 978-7-81127-939-9/G·939 定 价 25.00 元

版权所有 翻印必究 印装错误 负责调换

序

佳航同志的专著《主流媒体核心竞争力——党报机制体制创新研究》即将付梓面市。作者经过悉心淬炼,对其毕业时获得好评的同名博士论文加以梳理、充实和提高,以更具科学性、系统性的论述呈现在读者面前。作为她的博士生导师和书稿第一读者,我深为自己所带的第一个学生的刻苦精进和可喜收获而感到欣慰。记得初次与佳航见面时,她刚从媒体调入中国政法大学新闻与传播学院工作,踌躇满志地要从记者、编辑转型做新闻学学者。三个春秋过去,她虔诚地捧出这本十几万字的著述,如愿以偿地实现了人生角色的转换,其间付出的艰辛是可想而知的。

在波澜壮阔的改革开放 30 年间,我国经济社会发生了巨大而深刻的变化。经济基础的变更,呼唤并催生着上层建筑的相应变革。党报是我国上层建筑的核心成分,是我们党的宝贵执政资源。党报机制体制创新,越来越成为新闻理论研究与实践探索的重要课题。十六大以来,肩负党和人民重托和厚望的广大党报工作者,坚持用时代要求审视新闻工作,创新观念、创新内容、创新形式、创新方法、创新手段,在改革创新潮中破浪前行,使党报事业焕发出蓬勃的生机和活力,积累了丰富的经验。

如同经济领域的改革一样,以党报为主体的中国新闻改革

的路径也是积极稳妥地从“增量改革”到“存量改革”的。“增量改革”是相对于“存量改革”而言的。“增量改革”是在承认现状基础上进行增长新成分的改革。而“存量改革”则是指对旧的体制进行实质性的制度创新。从党报改革的实践看,在第一阶段,是以从边缘向中心突破为特征的党报集团的机制体制改革,具体体现在促进创办子报子刊的机制体制创新以及党报主报新增部分的机制体制创新上面。在这一阶段关于党报改革的研究也多聚焦于“增量改革”。随着“增量改革”逐步转向“存量改革”,党报集团内部如何进行“存量改革”即机制体制创新,就成为迫切需要研究解决的新课题。佳航的课题着力做“存量改革”研究,又以党报机制体制创新研究为重点,应当说抓住了党报改革中的关键和难点。这不仅需要有敢于碰硬的勇气,而且需要有更多的知识积淀和学理支撑。佳航的博士论文在开题之初就让人充满期待,主要原因在于这是一个人们期望值很高而又要随着实践发展逐步加以破解的大题目。

好在她以坚毅求索开了个好头。披览全书,想必读者都能体察到这一点。综合分析研究党报机制体制创新的现有大量素材,作者清晰而严谨地初步总结出党报“存量改革”的三个基本经验和推进方向,即:创新舆论引导机制、创新办报机制、创新经营管理体制,三者互有联系而各有侧重,缺一不可。第一,坚持以人为本,更好地把坚持正确舆论导向和提高舆论引导能力结合起来,把体现党的主张和反映人民心声统一起来,把传统媒体建设和新兴媒体建设整合起来,大力创新舆论引导机制。这是党报机制体制创新的根本要求。第二,遵循新闻规律,坚持及时准确、公开透明为提升党报公信度的唯一选项,是党报抢占话语权高地的制胜之道。党报的品牌和权威性决定了它的品质,而要实现有效传播并且高出一筹,就要致力打造无可取代的传播

力优势。党报的话语权是党和人民赋予的,必须通过报道和评价新近发生的事实,在新闻传播的激烈竞争中掌握主动权。通过采编分开、推动报网融合等办报机制创新,提升党报的公信力、影响力、主动权,这是党报机制创新的着力点和真正用好话语权、赢得主动权的必由之路。第三,适应社会主义市场经济规律的要求,以办好党报为主业,提高党报驾驭市场、抵御市场风险的能力,支持所属媒体和相关文化产品在市场扩大覆盖面,推进营销网络建设,探索现代资本运营路径。敢于和善于创新经营管理体制,这是党报机制体制创新的重要方面,也是适应社会主义市场经济现实环境的唯一正确选择。

最后要述及的是,佳航在职攻读博士学位期间,原单位的工作任务未有稍减。从京西的玉泉路到东郊的定福庄、再到昌平往返奔波,实属不易。她能执教与读博一肩挑,而且都有公认的上佳表现,令熟悉她的师长、同事和同学都很赞赏。正因如此,我始终鼓励她坚守严谨的治学态度研究党报,因为党报始终忠实地传达着党的声音,始终为干部群众所信任。真诚希望有更多学人致力于党报研究,为党报的改革创新建言献策。

张虎生

2010年元月于木石斋

目 录

第一章 导论 / 1

第二章 党报机制体制体系界定 / 25

第三章 党报机制体制创新的动因 / 38

第一节 党报机制体制创新外部环境的 PEST 分析 / 38

第二节 党报机制体制创新的内在动力 / 53

第三节 机制体制创新是党报的战略选择 / 58

第四章 党报机制体制创新回顾与分析 / 62

第一节 党报机制体制创新 30 年回顾 / 62

第二节 党报机制体制创新的经验分析 / 80

第三节 党报机制体制创新的问题分析 / 88

第五章 党报机制体制创新的目标与路径 / 99

第一节 党报机制体制的特殊性分析 / 99

2 主流媒体核心竞争力

第二节 党报机制体制创新的目标 / 105

第三节 党报机制体制创新的路径 / 123

第六章 党报机制体制创新构想 / 137

第一节 党报中观管理体制创新 / 137

第二节 党报采编机制创新 / 145

第三节 党报经营机制创新 / 163

第七章 结语 / 176

主要参考文献 / 181

第一章 导论

党报,“政党机关报的简称,也称‘政党报纸’”^①。本书所论“党报”,特指中国共产党创办的各级党委机关报,其中包括中央级党报(如《人民日报》)、省级党委机关报(如《内蒙古日报》)、地市级党委机关报(如《芜湖日报》)。

党报这一概念,实则有两个语义内涵:一是指报纸,各级党委创办的报纸——“以刊载新闻和时事评论为主的定期连续向公众发行的散页出版物”^②。一是指媒体,从事各级党委创办的报纸的信息采集、加工制作和传播的社会组织。为了使研究对象更为清晰,本书中党报专指第二种含义。

论及党报,还需要辨识党报与党报集团这一对概念。作为从事各级党委机关报信息采集、加工制作和传播的社会组织,党报在发展过程中亦形成了不同形态,其中以省委机关报或地、市委机关报为龙头组建的报业集团目前已有 36 家(目前我国共有报业集团 39 家,其中光明日报报业集团、经济日报报业集团、文汇新民报业集团等三家不以党委机关报为龙头)。党报概念既有普适性,也有特指性。党报集团是以党报为龙头组建的,集团内子报子刊也都是在各级党委领导下创办的,因而党报这一

① 甘惜分主编:《新闻学大辞典》,河南人民出版社 1993 年版,第 67 页。

② 甘惜分主编:《新闻学大辞典》,河南人民出版社 1993 年版,第 65 页。

概念有时又被泛指党报集团。但是,党报集团内主报与子报子刊的任务、运营模式等并不相同,集团内不同报刊的机制体制创新也往往呈现出多重目标、多元发展的态势。研究党报机制体制创新,难以对党报集团概而述之。本书的研究主体特指党报主报。

一、研究问题的提出及其意义

随着党报改革逐步深化,党报革新从新闻传播手段和技巧的改革逐步聚焦于党报体制机制的创新。就党报自身而言,经过数年的改革和探索,党报机制体制改革已经取得了重要进展。但是,也要看到,目前党报在报业市场的竞争中,仍不同程度地存在着发行广告额下降、社会注意力降低、市场竞争力不强等问题,这些问题的解决被冀望于党报机制体制创新。

就政策取向和社会关注度、支持度而论,党报机制体制创新已经处在历史最佳时段,但是就党报承担的时代使命而言,党报机制体制创新也到了任务最紧迫的时期。一方面,文化体制改革提速成为党报机制体制创新的催化剂。党的十六大提出深化文化体制改革,把文化分成文化事业和文化产业,为党报机制体制创新指明了方向。2006年1月,中共中央、国务院发出《关于深化文化体制改革的若干意见》(以下简称《意见》),明确提出要以体制机制创新为重点,形成科学有效的宏观文化管理体制、富有效率的文化生产和服务的微观运行机制。文化体制改革被提升到前所未有的高度。文化体制改革的深化不仅给党报机制体制创新带来机遇,也使党报机制体制创新成为一项紧迫任务。另一方面,倡导创新成为党的宣传思想工作的指导思想之一,这给党报机制体制创新带来巨大助动力。2008年1月,胡锦涛同全国宣传思想工作会议代表座谈,提出了十六字方针——“高举

旗帜、围绕大局、服务人民、改革创新”。十六字方针集中体现了党的宣传工作的开拓意识、创新意识。党报作为承担政治性、公益性宣传任务的重要媒体,担负着推动社会主义文化大发展大繁荣、兴起社会主义文化建设新高潮的重大使命,解放思想,以机制体制创新促发展,是党报发展中最刻不容缓的任务。

党报机制体制创新 30 年,取得了可喜的成绩,但是随着党报改革涉入深水区,党报机制体制也需要突破性创新。党报机制体制创新的下一个突破口在哪里?这是本书着力探讨的问题。事实上,本书讨论的核心问题是党报作为公益性文化事业单位如何创新机制体制才能既实现非营利性要求,又能作为市场主体在舆论引导方面发挥重要影响力。

对党报机制体制创新的研究具有一定的现实意义。如何充分发挥好党报的作用,增强其在传媒市场乃至整个社会的影响力,是当前重大的实践课题。而党报提升影响力的关键是大力推进体制机制创新,从根本上消除阻碍党报发展的体制机制性障碍。党报业界对机制体制探索多年,取得很多成功经验,当然,党报机制体制创新与党报集团的机制体制创新是相关的。例如,重庆日报报业集团党委书记、总裁陈夷苗提出,“当前,制约报业集团发展的主要原因,仍是计划经济体制沿袭下来形成的资源、资产浪费,管理分散,结构失衡,效益不高等体制、机制性障碍。现阶段,提升报业集团自主创新能力,应着力在观念创新、体制创新、管理创新、集成创新、品牌创新、科技创新六个方面做好文章。”^①山东大众报业集团以“两分开”作为体制创新的突破口,进行报业组织再造,改变“麻袋装土豆”的集团内简单报刊组合模式,把“联合舰队”变成捕捞、加工、运输、服务等专业化

① 陈夷苗:《自主创新:报业制胜之宝》,《传媒》2006 年第 3 期。

分工协作的大型“远洋捕捞船队”^①。国家新闻出版署报刊司司长余昌祥在第二届中国报业竞争力年会上表示：“报业的深化改革，已经从一些领先的报社变成了报业普遍的思考。很多报纸都在跃跃欲试，氛围已经形成了。”党报对体制机制的探索已经深入到报纸运行的各个环节，如在采编系统，党报以采编分离的编辑部运行模式替代原来采编合一的运行模式；在报社的经营管理方面，探索党委领导与法人治理结构建设相结合的管理模式；在媒介融合的趋势下，一些报社开始发展数字报业，为了满足资源整合的新需求，建立新的业务平台，重新梳理采编流程……这些经验值得认真总结和分析。但是，需要正视的是党报业界关于机制体制的创新也还在探索期，传统报业体制机制的种种积弊并未消除。而且，党报机制体制创新的过程非常复杂，新的问题不断涌现，例如多年改革之后，多数党报集团形成了“母报事业制，子报企业化；母报抓导向，子报闯市场”的发展格局。这一母报子报错位出击的模式在一定时期内发挥了巨大作用，是实践智慧的体现，但是，“母报抓导向，子报闯市场”显然把党报内容生产与党报经营割裂甚至对立起来，子报养党报不可能是一个成熟规范的报业集团发展中的久远局面，这表明党报还没走出发展的瓶颈期，党报改革还需要继续深化。党报如何创新机制体制才能发展壮大？其中诸多问题困扰党报发展，需要理论界的研究提供支持。

本研究的理论价值主要有两点：

第一，回答了党报集团采取的增量改革模式的机制体制创新进行到一定阶段，集团内的存量部分如何突破性创新的问题。在党报机制体制创新的最初阶段，以从边缘向中心突破为特征

① 徐熙玉：《“复合体”与“两分开”——报业集团体制创新探析》，《中国记者》2003年第12期。

的党报集团的机制体制创新更多体现在促进新创办子报子刊的机制体制创新及党报主报新增部分的机制体制创新上。但是,改革进入攻坚阶段,必须从增量部分的改革逐步过渡到存量部分的改革——作为公益性文化事业单位的党报主报如何进行突破性创新?笔者对党报主报的公益性事业单位本质作了系统研究,提出党报改革的下一个突破口是党报要坚持和重归公益性文化事业单位本质,完善非营利框架下的机制体制。

党的十六大以后,文化体制改革的目的、意义、主要任务和实施重点逐步明确。十六大报告《全面建设小康社会,开创中国特色社会主义事业新局面》^①中首次提出了对文化事业和文化产业两种不同类型的文化单位分类指导的改革方针。国家支持和保障文化公益事业,鼓励它们增强自身发展活力。同时逐步完善文化产业政策,支持文化产业发展,增强我国文化产业的整体实力和竞争力。2006年,《中共中央国务院关于深化文化体制改革的若干意见》在总结试点经验的基础上,对文化事业单位的范围做出科学和明确的划分,其中提到“党报、党刊、电台、电视台、通讯社、重点新闻网站和时政类报刊,少数承担政治性、公益性出版任务的出版单位,重要社会科学研究机构,体现民族特色和国家标准的水准的艺术院团,实行事业体制,由国家重点扶持”。党报被确定为公益性事业单位,要坚持正确的舆论导向,始终确保党和人民喉舌的性质。同时要优化组织结构,整合内部资源,转变经营方式。要深化内部改革,推进人事、收入分配和社会保障制度改革。多年来,党报始终是事业单位体制,为什么还要强调坚持和重归公益性事业单位本质?从一定意义上来说,事业

① 《全面建设小康社会,开创中国特色社会主义事业新局面——在中国共产党第十六次全国代表大会上的报告》,新华网新华资料,网址:http://news.xinhuanet.com/newscenter/2002-11/17/content_632239.htm。

单位是中国特色的法人社会组织,但在发展中其职能有所异化,如出现“政事不分”、“事企不分”,与行政单位和企业界限不明。党报在发展壮大中,也出现了这样那样的问题。坚持和重归公益性事业单位本质,不是对党报现有机制体制的否定,而是在尊重和继承党报优良传统基础上,使其公益性事业单位本质更加彰显。无疑,这是一个重大的跨越,具有重要意义。

第二,针对党报机制体制创新过程中的问题作了适度的对策研究。如果说对党报回归公益性事业单位本质的系统研究是站在横向坐标上对党报特殊的运行规律加以总结,那么,从纵向坐标上对30年党报机制体制创新作历时性考察,理论与实践相结合,提出现存问题和发展对策,是本书的另一个理论价值所在。党报是党和人民的事业的齿轮和螺丝钉,舆论引导能力是党报的核心竞争力。党报运行的目标是社会效益和经济效益双赢,社会效益置于第一位。党报的机制体制创新既要摒弃计划经济体制环境下遗留的体制机制弊端,又不能简单照搬商业报纸的体制机制。什么样的机制和体制是党报做到社会效益和经济效益双赢的保证?党报如何既保持其在传媒业格局中的影响力,又同时做到成功地以一元化舆论引导多元化舆论?这是党报多年来坚持不懈地探讨的课题。笔者对党报回归公益性文化事业单位本质之后的新型体制机制作了大胆设想,当然提出的还只是一种理想状态下的模式,但也许亦可为实践者及研究者积累一定的思路,提供一些参考。

二、文献综述及本书主要创新

党报体制机制创新是个热点话题,近年来,这一主题的研究呈日渐增长的态势。关于这一课题的研究文献集中在国内。由于党报在许多国家不是主流,发行量不高,甚至只在政党内部传

阅,所以几乎没有关于这一课题的国外文献。笔者搜索 ProQuest 学术研究图书馆(ProQuest Academic Research Library,简称 ARL)和 ProQuest 数字化博硕士论文文摘数据库(ProQuest Dissertations & Theses,简称 PQDT,原名 PQDD),均无文献可查。从国内研究来看,关于党报机制体制创新的相关研究非常丰富,笔者试从两个方面加以梳理和把握。

(一)相关领域研究综述

党报机制体制创新研究与下述两个领域的研究关联程度较高。换言之,党报机制体制研究可以上溯到党报改革研究与传媒机制体制创新研究这两个场域。

1. 党报改革研究

对党报机制体制创新的研究需要立足于党报改革的深刻背景,也需要丰富的党报理论研究做支撑。

党报是中国报业体系的核心,党报改革一直是学界关注的重点。在 CNKI(中国知网)中国期刊网全文数据库、中国重要会议全文数据库、中国优秀硕士学位论文数据库、中国优秀博士学位论文数据库四个数据库跨库检索,1997~2007 年,仅篇名或主题或关键词中有“党报”及“改革”的就有 265 篇,还有大量内容散见于其他文献。近年来关于党报改革问题的论文、专著主要集中于这样几个问题:

第一,对党报生存环境及现存问题的思考。研究文章中较普遍的观点是党报公费订阅市场萎缩,广告量和广告收入增长缓慢,而党报面临报业内及报业外激烈的市场竞争,外在环境已经发生变化,生存环境不容乐观。例如,朱夏炎指出“近年来,我国的报业结构发生了深刻变化。在整个报业结构的大盘中,党报的份额没有随着市场空间的拓展而增长,一些地方甚至出现

了萎缩”^①。研究者对党报的现存问题做了深入思考,体制不顺畅、机制僵化、观念不新、竞争加剧等被认为是制约党报壮大的成因。刘梓良认为今天党报面临的问题,“从根本上说是计划经济体制向市场经济体制转轨过程中的问题”^②,这也是这一时期关于党报问题成因的主流观点。

研究者对党报生存环境及存在问题反思的同时,也深刻总结了党报改革所取得的成就。《党报事业:站在新的发展起点上》^③一文认为十六大以来党报事业在巩固中发展、在继承中创新、在竞争中壮大,呈现出全面推进、蓬勃发展的良好局面,站在新的发展起点上。中国传媒大学党报党刊研究中心课题组《试谈十六大以来党报的新闻宣传工作》^④一文则提出,十六大以来,党报在防“左”、防“右”两条战线作战,正确应对中国“三变”、世界“三化”,新闻宣传工作功不可没。而且,党的十六大以来,“以党报为核心的新闻改革雷声不大,雨点不小”。

第二,关于党报的定位与优势转化的探讨。党报发展面临内外压力,认清自身优势所在,找准定位才能走出困境。在社会主义市场经济条件下,怎样科学地确定党报的定位,怎样拓展党报的功能,怎样提高党报的核心竞争力,是学界和业界普遍关注的问题。汪孝杰^⑤认为党报的功能应该从党报的定位来考量,作为传播媒介的党报,作为具有特殊政治地位的党报,要进入市

① 朱夏炎:《新形势下党报面临的挑战与改革》,《中国记者》2006年第1期。

② 刘梓良:《一项具有重要意义的研究成果——写在〈全国省级党报现状与改革途径探索〉问世之际》,《新闻记者》2001年第11期。

③ 张虎生:《党报事业:站在新的发展起点上——在“人民共和国党报论坛”第三届(2006)年会上的讲话》,摘自《人民共和国党报论坛2006年卷》,中国传媒大学出版社2007年版。

④ 中国传媒大学党报党刊研究中心课题组:《试谈十六大以来党报的新闻宣传工作》,摘自《人民共和国党报论坛2006年卷》,中国传媒大学出版社2007年版。

⑤ 汪孝杰:《明确党报定位 拓展党报功能》,《新闻战线》2004年第10期。

场的党报其功能是多重的。中国传媒大学 2007 届博士研究生王卫明的博士论文《论新时期中共党报的定位与功能》认为由于受限于历史背景和其他原因,一些人对党报定位和功能存在模糊认识,有时导致一些危害党的正面行为的短视行为。应该考虑到环境变化,与时俱进、及时顺变,对党报功能定位做出调整。较有影响力的是中国传媒大学王武录教授的《关于党报的几个问题》^①一文,该文对党报发展中的前沿问题做了精练概括,从国际、国内、业内三个坐标界定了党报方位。该文对党报的业内坐标的表述是“报纸等媒介已经经历并将继续经历市场化、集团化、资本化三个主要阶段;党报与党和国家建设政治文明、发展文化产业同步”。此外,作者提出,党报有“理论读者”和“实际读者”之分。从理论上说,工人、农民、青年学生、小商贩、退休人员、基层干部、中层干部、高层干部、知识阶层,都应该读党报。党报的实际读者是在上述 10% 的理论读者中。他们人数不多,但层次较高,是决定中国现实和未来的主流人群。换言之,党报的核心读者群是党和政府的各级干部。党报影响的主要是各级党政干部,影响他们的思想观点,影响他们的决策,同时通过各级党政干部来影响社会公众。党报在知识分子中也有着较为稳定的读者群。知识分子在社会公众中常常充当“意见领袖”的角色,他们吸收了党报的某种观点和信息之后,常常通过其讲课或著作加以传播。这也是党报产生社会影响的重要途径。

与党报重新定位同时热议的话题还有党报的优势何在。暨南大学李苗认为党报是党和人民赋予的权威媒体,这正是党报在与其他报纸竞争中无可比拟的品质优势。此外,信息采集优先权和舆论控制主导权是党报在市场中的话语优势,丰富的办

① 王武录:《关于党报的几个问题》,摘自《人民共和国党报论坛 2004 年卷》,中国传媒大学出版社 2004 年版。