



江苏省哲学社会科学重点学术著作

加入WTO与中国新闻传播业

Join WTO and China Journalism & Communication

丁柏铨等 / 著

“入世”后的中国传媒生存环境：机遇与挑战并存

- “入世”以后中国新闻传播业的生存环境
- “入世”对中国新闻传播业的影响
- “入世”以后中国新闻传播业宏观发展战略
- “入世”以后中国传媒发展和对外传播战略





江苏省哲学社会科学重点学术著作

加入WTO与 中国新闻传播业

Join WTO and China Journalism &
Communication

丁柏铨等 / 著

社会科学文献出版社
Social Sciences Academic Press(China)



· 江苏省哲学社会科学重点学术著作 ·
加入 WTO 与中国新闻传播业

著 者 / 丁柏铨等

出 版 人 / 谢寿光
出 版 者 / 社会科学文献出版社
地 址 / 北京市东城区先晓胡同 10 号
邮政编码 / 100005
网 址 / <http://www.ssap.com.cn>
责任部门 / 编辑中心
(010) 65232637
项目经理 / 宋月华
责任编辑 / 张晓莉
责任校对 / 段 青
责任印制 / 同 非

总 经 销 / 社会科学文献出版社发行部
(010) 65139961 65139963
经 销 / 各地书店
读者服务 / 客户服务中心
(010) 65285539
法律顾问 / 北京建元律师事务所
排 版 / 北京中文天地文化艺术有限公司
印 刷 / 北京四季青印刷厂

开 本 / 889 × 1194 毫米 1/32 开
印 张 / 19.75
字 数 / 437 千字
版 次 / 2005 年 3 月第 1 版
印 次 / 2005 年 3 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 7 - 80190 - 486 - 9/D · 150
定 价 / 43.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误，
请与本社客户服务中心联系更换



版权所有 翻印必究

课题组成员(以姓氏笔画为序):

丁和根	丁柏铨	王 雄	王 辉
方延明	邓利平	朱丽丽	祁 林
宋新桂	张振亮	郑丽勇	胡菡菡
胡翼青	韩丛耀	曾清林	

本书主要撰稿人(以姓氏笔画为序)

丁和根	丁柏铨	王 雄	王 辉
邓利平	张振亮	胡菡菡	胡翼青

重视对新闻传播重大现实 问题的研究

——序《加入 WTO 与中国新闻传播业》

由于柏铨教授主持的国家社会科学“十五”规划重点项目“加入 WTO 以后我国新闻传播业所受影响及对策研究”，经过 15 位专家、学者的共同努力，历经两年多的时间，前不久已经形成了最终研究成果《加入 WTO 与中国新闻传播业》。正如当初所承诺的那样，丁柏铨教授所领导的课题组，交出了近 50 万字的书稿。

加入 WTO 是本世纪初中国的一件大事，是中国改革开放深入发展的必然结果，和确立社会主义市场经济体制一样，将对中国当代社会历史发展进程发生巨大的影响。加入 WTO，表明中国由此而融入了经济全球化的洪流，逐渐走向世界经济发展的中心，获得了与世界各国特别是发达国家进行经济和文化交流的更多机会。它无疑有利于发展中国的社会生产力，增强中国的综合国力。这件大事对中国经济社会的深远影响，目前还只是初步显露，随着时间的推移将进一步充分展现出来。

我国政府在围绕加入 WTO 而进行的各种谈判中，采取了既积极又稳妥的做法，并没有就开放新闻传播业的核心部分做出过

承诺。但这并不意味着加入 WTO 对我国的新闻传播业就没有影响。2002 年 6 月中旬,在香港《大公报》为该报创刊 100 周年举行的“世界报业发展论坛”上,我曾经说过:“‘入世’后的中国,意味着已经接受了 WTO 的以下原则,即:无歧视待遇的原则,最惠国待遇的原则,贸易自由化原则,互惠原则,取消数量限制原则,市场准入原则,透明度原则和国际贸易中公认的其他的一些游戏规则。”我还说过:“中国是以发展中国家的资格‘入世’的。在‘入世’谈判的过程中,中国并没有就新闻传播事业特别是报业的开放,作任何承诺。在 15 年时间内,新闻传播业的开放与否,完全取决于中国自己。但在和新闻传播事业有关的以下几方面,中国是作出承诺的。”中国承诺:(1)逐步减让和降低新闻纸、激光照相排版设备、胶印机、打印机、复印机、光导纤维、各种摄影器材等和新闻传播业有关的物品的进口税。有的立即取消,有的顺延 2~3 年,其余的顺延至 2006 年。届时所有这些产品的最终约束关税都将降为零。(2)3 年内逐步开放图书、报纸和期刊的分销业务。(3)逐步开放广告市场。(4)开放电信服务市场。(5)开放音像和娱乐软件市场。(6)全面执行《与贸易有关的知识产权协定》(《TRIPS 协定》)。我进而提出:“中国已经‘入世’,中国报业已经‘入世’。这是中国改革开放的必然趋势。‘狼’是我们自己请进来的,我们不但要‘引狼入室’,而且还要学会‘与狼共舞’。”

也许正是因为本人就加入 WTO 对我国新闻传播业特别是报业的影响问题曾有过关注,因此当我第一次看到了丁柏铨教授主编的《加入 WTO 与中国新闻传播业》书稿的时候,它立即引起了我的浓厚兴趣。在阅读以后,我发现它以大量的问卷调查、深度访谈、个案研究为基础,进行全面的论证和分析,具有相当强的逻辑性和说服力,是一项高质量的、很好的研究成果。课题研究

过程中工作量之大、课题组成员为此而付出的艰辛劳动，是可以想见的。

该著有着鲜明的特点。其特点主要表现在以下四个方面：一是内容涉及新闻传播理论与实践的各个方面。既有有一定理论深度的学术探讨、宏观发展的战略研究，也有微观的实证研究和不同媒体门类的个案研究。二是既有对我国新闻传播业自身基础、自身条件和生存环境的深入研究，又有与国际新闻传播业的对比研究。三是既有“入世”以后我国新闻传播业宏观发展的战略研究，也有我国新闻传播媒体开展对外传播活动的战略研究。四是既高度重视研究的系统性、科学性、学理性，也十分注重成果的应用性和可操作性。总的印象是：这一研究成果，具有较高的学术质量和学术价值。其水平超过了已出版和已发表的同类专著、论文和研究报告。正因为如此，我感到颇为欣慰。

《加入 WTO 与中国新闻传播业》，是近年来我国新闻传播重大现实问题研究中的一项值得重视的成果。改革开放以来，我国的社会生活发生了诸多深刻的变化，也引发了新闻传播业的内涵丰富的历史性的巨变。作为新闻史论研究工作者，对中国当今新闻传播业的变化发展予以足够的关注，思考并且回答新闻传播业实践所提出的重大现实问题，是完全必要的，也是值得提倡的。这是发展新闻传播学术的客观需要，也是研究者责任心和使命感使然。当然，一个无可回避的事实是，这样一种研究工作目前尚未得到学界的普遍关注和高度重视。不过我始终认为，在这一类研究工作中，将与时俱进的当代意识与深邃独特的历史眼光相统一，将学术性价值与应用性品格相统一，当是能够做到的，也是可以有所作为的。最近若干年以来，丁柏桢教授致力于我国新闻传播重大现实问题研究，“咬定青山不放松”，表现出应有的勇气、韧性和毅力，已有《新闻理论新探》和《中国当代理论新

闻学》等著作出版，对此我表示赞赏。

由于受到课题研究所规定的时间的限制，同时受到同步性研究本身的某些制约，《加入 WTO 与中国新闻传播业》也存在着一些认识和展开不够深入、不够充分之处。比如，我国新闻法制建设的迟滞与相对缺失，对“入世”以后的新闻传播业的发展带来哪些不利的影响？怎样改变这一状况？怎样解决由此带来的负面作用？这些问题，是值得课题组成员深思的，同样也是值得新闻传播学界、业界人士和有关领导同志深思的。

是为序。

方肇奇

2004 年 2 月 28 日

前 言

一 关于几个主要概念的说明

在经过 15 年的漫长谈判后，我国于 2001 年 12 月 11 日正式加入世界贸易组织（WTO），成为该组织的第 143 个成员。世界贸易组织简称 WTO（World Trade Organization），是致力于监督世界贸易和使世界贸易自由化的国际组织。其前身为 1947 年创立的“关税及贸易总协定”（General Agreement on Tariffs and Trade）。世贸组织涵盖货物贸易、服务贸易以及知识产权贸易，而“关税贸易总协定”只适用于商品货物贸易。世界贸易组织的基本原则和宗旨是：通过实施市场开放、非歧视和公平贸易等原则，达到推动和实现世界贸易自由化的目标。世界贸易组织协议的范围包括从农业到纺织品与服装、从服务业到政府采购、从原产地规则到知识产权等多项内容。世界贸易组织是具有法人地位的国际组织。它在调节成员争端方面具有很高的权威性和有效性。其基本职能有：管理和执行共同构成世界贸易组织的多边及诸边贸易协定，作为多边贸易谈判的讲坛，寻求解决贸易争端，监督各成员贸易政策，并同其他与制定全球经济政策有关的国际

机构进行合作。^①

加入世界贸易组织（可有多种表述方式。除左所列外，还可表述为：加入 WTO，“入世”。本书在正文部分统一采用“入世”这一说法——笔者注），对于我国政府来说是一件大事，对于我国新闻传播业和新闻从业人员来说同样也是一件大事。“入世”，标志着我国改革开放进入了一个新的阶段，给我国的新闻传播业既带来了机遇，也带来了挑战。

我国自然包括大陆和港澳台地区。但由于大陆和港澳台地区各方面的情况（包括政治经济制度和法律制度等）差异很大，因此本书对我国“入世”以后新闻传播业的考察只限于大陆地区。这是需要特别加以说明的。

对于书中所用的“新闻传播业”这一概念，此处有必要加以界定。我们知道，该业有狭义和广义之分。狭义的新闻传播业，是指从事新闻信息采集、加工、传播及传媒产品销售的行业。按照这样一种理解，新闻传播业包括报纸、广播、电视、因特网（互联网）、通讯社和新闻性杂志等类传媒机构，以及负责经营、销售上述传媒机构所生产的产品企业。广义的新闻传播业，则是指从事新闻信息传播的传媒机构和从事图书（包括电子出版物）编辑出版的出版机构以及销售这些产品的企业。需要说明的是：（1）新闻传播业是指利用相应的传播媒介从事新闻传播活动的行业；（2）它同时又是指由传媒产品生产者（新闻传媒）、传媒产品以及传媒产品销售者所

① 龙永图主编《世界贸易组织知识读本》，中国对外经济贸易出版社，2001，第358页。

构成的特殊产业；（3）本书所用的是“新闻传播业”的狭义概念。

本成果使用的各种资料截止于2003年8月31日。

本书在每一章末尾所列参考文献，著作在前，论文在后。著作和论文又按出版或发表的时间顺序排列。

二 本书研究中的主要着力点

本书是国家社会科学“十五”重点规划项目“加入WTO以后我国新闻传播业所受影响及对策研究”的最终成果。课题组正式成员凡15人，另有多名博士生、硕士生参与课题研究。研究工作前后历时两年多。

在课题研究中，课题组成员在如下三个方面同时向前推进：

第一，认真研读与我国“入世”有关的文件。

通过各种途径搜集有关资料，进行较为深入的定性研究。课题组成员认真阅读了由法律出版社出版的《中国加入世界贸易组织法律文件》（中英文对照）、《世界贸易组织乌拉圭回合多边贸易谈判结果法律文本》（中英文对照），还阅读了其他专著、论文、资料和相关报道。通过认真研读，课题组每一位成员深受受益匪浅。

第二，进行一系列调查研究工作。

一是进行深度访谈。选择具有代表性的新闻传媒的负责人、新闻传播主管部门的官员和有关管理人员以及从事新闻传播研究的专家、学者进行深度访谈，对一定数量的具有在不同国度接触新闻传媒的受众进行结构性访谈，从中提炼出具有参考价值

的观点和见解。应邀与课题组成员进行深度访谈的人士有：时任《人民日报》总编辑、现任人民日报社社长的王晨先生，新华社新闻研究所所长、《中国记者》总编辑陆小华先生，新华社新闻研究所高级编辑唐润华先生，上海市新闻学会会长、《新民晚报》原总编辑丁法章先生，新华报业集团党委书记、《新华日报》总编辑周正荣先生，《四川日报》副总编辑杨文镒先生，上海东方电视台发展研究部主任沈莉女士，上海东方网总编辑徐世平先生，中国社会科学院新闻与传播研究所博士生导师陈力丹研究员，中国人民大学舆论研究所所长、新闻学院副院长、博士生导师喻国明教授，上海复旦大学新闻学院博士生导师童兵教授，上海复旦大学新闻学院博士生导师李良荣教授，清华大学新闻与传播学院副院长、博士生导师李希光教授，《经济观察报》总编辑何力先生，时尚杂志社社长吴泓先生，北京青年报社社长张延平先生，《江西日报》副总编辑兼《江南都市报》总编辑王辉先生，江西《现代旅游报》原总编辑吕峻先生，中共江苏省委宣传部新闻出版处处长刘德海先生，副处长周强先生，工作人员魏贇先生、傅晴女士，江苏省新闻出版局报刊管理处巡视员贺宁方女士等。以上诸位人士，在和课题组成员进行谈话之前，都在百忙中专门抽出时间进行了充分的准备，在访谈时都谈出了自己的精辟见解，从而给课题研究提供了极大的帮助。在此，课题组全体成员谨对以上各位人士表示深深的谢意。

二是进行问卷调查。课题组成员在北京、上海、广州、湖北、甘肃、江西、江苏等省市发放问卷，进行抽样调查，就若干问题整理出一整套数据，在此基础上，进行定量分析和实证研

究。课题组成员在进行问卷调查的过程中，得到了中国记协有关部门、上述省市记协及有关新闻机构的大力支持和帮助。在本课题结项和本书出版之时，特向这些单位、部门以及有关人士表示衷心的感谢。

三是进行个案调查分析。在报纸、广播、电视三种传媒和中央、省和地市级三级传媒中选择若干典型个案加以重点调研分析。课题组所选择的个案是：中央电视台的新闻频道，省级党报《新华日报》，地市级电台 X 人民广播电台。选择这些个案，是出于如下考虑——它们分别代表了三种不同的媒介：电视媒介、报纸媒介和广播媒介；又分别代表了媒介的三种不同级别：中央级、省（直辖市）级和地市级（对传媒进行行政级别的划分是有待商榷的，然而这又是一种客观存在）。将整个中央电视台作为一个个案来分析，因涉及内容太多，会显得大而无当。经过考虑，课题组选择了央视新闻频道。这一频道的开播，体现了央视领导层通过改革适应“入世”后新形势需要的努力，不仅是拓展国内电视市场的有力举措，而且也是进军国际传播市场的有效手段。其“新闻立台”的理念，对整个新闻传播业都是很有裨益的。《新华日报》是一份历史上有光荣传统、现实中有广泛影响的省级党报。在市场经济条件下，它于 20 世纪 90 年代曾卓有成效地进行过两次改版。通过改版，《新华日报》在发挥党报功能的前提下逐渐适应市场的要求。2002 年 12 月下旬，它在前两次改版的基础上进行了新一轮改版。这是一次顺应“入世”后新形势需要的改版，其改版思路对其他党报有一定的启迪意义。广播媒介在市场经济条件下，在其他媒介的挤压下，处境比较窘

迫。在这种情势下，地处东南沿海地区的 X 人民广播电台，多年来锐意进取，不断进行新闻改革和内部管理机制改革，新闻和广告双翼齐飞，赢得了良好的社会效益和经济效益。在“入世”的背景下，该台又在酝酿新的改革。笔者认为，以上个案具有相当的典型性。对它们进行分析，将可以使课题研究得以深化，避免泛泛而谈。

第三，进行理性分析和学术研讨。

在课题组内部，曾举行过多次学术研讨会。研讨所涉及的问题主要有：（1）我国“入世”以后新闻传播业的生存环境；（2）我国“入世”以后新闻传播业发展状况考察；（3）对所选定的几个个案的分析；（4）我国“入世”以后的新闻传播事业管理；（5）我国“入世”以后报业、广播电视业、网络业的发展战略；（6）我国“入世”以后的对外传播战略；（7）我国“入世”以后的新闻传播业与知识产权保护；等等。研讨的成果在各章中都得到了体现。

三 本书主要内容和结构框架

本书分为四卷。

第一卷，着力于对“入世”以后我国新闻传播业的生存环境进行考察、分析、研究。这一部分着重研究的，是外部环境、条件发生了什么变化。既包括与新闻传播业有着较为密切关系的部门和行业所发生的变动，由此所引发的新闻传播业外部环境条件的变化；也包括诸多法律、法规、政策的调整，由此对新闻传播业造成的环境条件的变化；还包括由传媒受众观念层面的

变异所造成的环境条件的变化。笔者认为，只有对“入世”以后我国新闻传播业的生存大环境进行较为深入的研究，才有可能对该业的生存和发展问题做出切中肯綮的分析、把握。

第二卷，着力于对“入世”以后我国传媒受众、新闻从业人员、不同类型传媒中具有一定代表性的生存和改革情况进行实证研究。这类课题的研究，不能走闭门造车的路。在现有的条件下，通过网络收集资料并不是一件困难的事情。但如果不做调查研究，不掌握第一手资料，就难免给人以“自说自话”的感觉。本课题组对新闻从业人员进行的问卷调查，对具有跨文化背景的特定受众进行的结构性访谈，对央视的新闻频道、对经历了第三次改版的省级党报《新华日报》、对东南沿海地区正在酝酿新一轮重大改革的地市级电台 X 人民广播电台的个案研究，花费了大量的时间和精力，目的就是想避免上述缺憾，以统计数据和个案分析来说明：在“入世”的背景下，受众在期望什么，从业人员认识到什么，传媒做了什么。

第三卷，在前面两卷的基础上，着力于通过理性思考，提出“入世”以后我国新闻传播业的具有一定高度和可行性的宏观发展战略，以期对新闻传媒的实践有所启迪，对决策部门和主管部门有所帮助。新闻传播业管理，是新闻传播业宏观发展战略中不可或缺的内容；知识产权保护，与整个新闻传播业密切相关，是该业未来发展中须臾不能忽视的问题——因此都在此卷中加以论述。

第四卷，旨在提出并阐明“入世”以后我国的媒体发展战略。第三卷所进行的是宏观研究，此卷所进行的则是中观研究。

报纸、广播、电视和网络，既有共性又有个性，相互之间原本就存在着颇为激烈的竞争；“入世”以后，这种竞争关系中将增加新的内容，竞争将呈现更为激烈的态势。与此同时，上述四种媒体又共同处于与其他行业中相关对手（例如文化产业中的电影等）的竞争之中，共同面对着与境外传媒在我国本土上一定范围内的竞争。因此，课题组就有必要在研究新闻传播业总体发展战略的基础上，就不同的传媒深入研究它们各自的发展战略。四种传媒在自身发展过程中，都担负着拓展对外新闻传播的重任，所以，卷末安排了对外新闻传播战略研究的内容。

上述四卷各有侧重，合在一起，组成了一个有机的整体。第一卷侧重于对新闻传播业的生存环境进行理性分析；第二卷侧重于对传媒受众、从业人员、代表性传媒进行实证分析（对代表性传媒进行实证分析，进行微观研究）；第三卷在前两卷的基础上，侧重于进行宏观研究，旨在提出新闻传播业发展的总体战略；第四卷紧承第三卷，进行中观研究，提出四种传媒各自的发展战略。

课题组的追求是：对通过研究所形成的一系列见解、观点加以理论表述，使研究成果同时具备两种品格：一是回答现实所提出的问题，具有可操作性，这就是密切联系实际品格；一是体现出系统性、科学性和学理性，这就是学术的品格。课题研究就是在上述思想指导下进行的。

笔者认为：

1992 年建立起来的市场经济体制，是我国改革开放过程中的一个重要的里程碑，这是我国依靠内部的力量，通过解放思

想、更新观念、变革生产关系以求的解放和发展生产力。“入世”则是我国改革开放在更高层次上的合乎逻辑的发展。“入世”意味着我国在一定程度上借助外部的经济全球化的力量，靠扩大对外货物贸易和服务贸易，推动本国的经济社会发展。这是改革开放过程中的又一个里程碑。从这个意义上说，两项重大举措之间存在着紧密的内在联系，后者是前者的合乎逻辑的发展。

“入世”对我国的影响，归根结底是对各种社会活动的主体——人——的影响，它对新闻传播业的影响最终是通过受到影响的人表现出来的。“入世”虽然只是我国在经济贸易方面所采取的一个举措，但它的意义已远远超出了经济贸易的范围。“入世”对我国新闻传播业的影响，由较浅层次向较深层次、由间接层次向直接层次递进。其根本性的影响，是对各种社会活动的主体——人——的影响，从物质生活到精神生活的影响，从生存条件层面到观念层面的影响。“入世”对新闻传播业的影响，最终是通过受到影响的人表现出来的。

“入世”以后，我国新闻传播业的各个具体构成部分受到的冲击和影响，其程度并不完全相同。从横向来看，四大传媒中网络媒体受到的冲击较之传统的新闻传媒（报纸、广播、电视）受到的冲击要大，在三大传统传媒中电视受到的冲击比报纸、广播受到的冲击要大。从纵向来看，随着图书、报刊分销市场的逐步向外资、外企开放，新闻传播业的“下游”（发行分销市场）的放开，将会对处于“上游”的新闻传媒（传媒产品生产单位）构成相当大的冲击。