



附：新闻事业管理自学考试大纲

新闻事业管理

组编 / 全国高等教育自学考试指导委员会
主编 / 屠忠俊

全国高等教育自学考试指定教材 新闻学专业（本科段）

出版社

全国高等教育自学考试指定教材
新闻学专业（本科段）

新闻事业管理

（附：新闻事业管理自学考试大纲）

全国高等教育自学考试指导委员会组编

主编 屠忠俊

编委 屠忠俊 崔保国

金梦玉 董悦秋

武汉大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻事业管理/全国高等教育自学考试指导委员会组编;屠忠俊主编. —武汉:武汉大学出版社, 2000. 12

全国高等教育自学考试指定教材, 新闻学专业 (本科段). 附: 新闻事业管理自学考试大纲

ISBN 7-307-03135-3

I. 新… II. ①全… ②屠… III. 新闻学: 管理学—高等教育—自学考试—教材 IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 57069 号

责任编辑: 蔡先保 责任校对: 张 昕 版式设计: 支 笛

出版发行: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: epd@whu. edu. cn 网址: www.wdp. whu. edu. cn)

印刷: 保定市印刷厂

开本: 880×1230 1/32 印张: 13.75 插页: 1 页

版次: 2001 年 2 月第 1 版 2001 年 2 月第 1 次印刷

字数: 390 千字 印数: 00001—10100

ISBN 7-307-03135-3/G·536 定价: 17.50 元

版权所有, 不得翻印; 所购教材, 如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请与当地教材供应部门联系调换。

组 编 前 言

当您开始阅读本书时，人类已经迈入了 21 世纪。

这是一个变幻难测的世纪，这是一个催人奋进的时代。科学技术飞速发展，知识更替日新月异。希望、困惑、机遇、挑战，随时随地都有可能出现在每一个社会成员的生活之中。抓住机遇、寻求发展、迎接挑战、适应变化的制胜法宝就是学习——依靠自己学习、终生学习。

作为我国高等教育组成部分的自学考试，其职责就是在高等教育这个水平上倡导自学、鼓励自学、帮助自学、推动自学，为每一个自学者铺就成才之路。组织编写供读者学习的教材就是履行这个职责的重要环节。毫无疑问，这种教材应当适合自学，应当有利于学习者掌握、了解新知识、新信息，有利于学习者增强创新意识、培养实践能力、形成自学能力，也有利于学习者学以致用、解决实际工作中所遇到的问题。具有如此特点的书，我们虽然沿用了“教材”这个概念，但它与那种仅供教师讲、学生听，教师不讲、学生不懂，以“教”为中心的教科书相比，已经在内容安排、形式体例、行文风格等方面都大不相同了。希望读者对此有所了解，以便从一开始就树立起依靠自己学习的坚定信念，不断探索适合自己的学习方法，充分利用已有的知识基础和实际工作经验，最大限度地发挥自己的潜能，以达到学习的目标。

欢迎读者提出意见和建议。

祝每一位读者自学成功。

全国高等教育自学考试指导委员会

1999 年 10 月

目 录

第一章 新闻事业管理的若干基本问题	1
第一节 新闻事业管理学的学科性质	1
(一) 新闻事业的经营与管理	1
(二) 我国社会主义新闻事业的维生机制与 新闻事业管理学研究	3
(三) 新闻事业管理学的学科性质	6
第二节 新闻产品的商品性和新闻单位的经营管理体制 ..	7
(一) 新闻产品的商品性问题	7
(二) 新闻单位的创办与行政管理	16
(三) 新闻单位的经营管理体制	19
第三节 新闻业经济的发展背景及有关政策	35
(一) 新闻业经济的现代化大经济背景	35
(二) 新闻业经济的信息经济背景	38
(三) 新闻业经济的产业政策	44
 第二章 新闻单位的领导体制和组织机构	 54
第一节 新闻单位的领导体制	54
(一) 基本概念	54
(二) 我国新闻单位领导体制的基本类型	57
第二节 新闻单位组织机构设置	59
(一) 设置组织机构的意义与作用	59
(二) 组织机构设置的部门化原则	61
(三) 我国新闻单位内部组织机构的部门划分	63
第三节 我国新闻单位领导体制和组织机构的	

发展趋势与改革方向	68
(一) 我国新闻单位现行领导体制和组织机构的不足之处	68
(二) 我国新闻单位领导体制的发展趋势	71
(三) 我国新闻单位组织机构的改革方向	73
第三章 新闻采编工作的组织与管理	75
第一节 新闻采编工作的管理机制	75
(一) 采编工作的内容与特点	75
(二) 采编工作的管理机制	79
第二节 新闻策划与报道组织	82
(一) 新闻策划	82
(二) 报道组织	86
(三) 重大报道活动的组织	89
第四章 报社印刷厂管理	93
第一节 报社印刷厂生产过程管理	93
(一) 报社印刷厂生产过程	93
(二) 报社印刷厂的生产计划	94
(三) 印刷质量管理	95
第二节 报社印刷厂生产成本管理	97
(一) 报纸印刷成本核算	98
(二) 报纸成本分析	98
(三) 降低报纸成本的途径	99
第三节 报社的用纸管理	101
(一) 用纸管理在报社经营工作中的意义	101
(二) 新闻纸的采购、运输、储存与使用中的管理	101
(三) 新闻纸市场	104
第五章 报纸发行	106
第一节 报纸发行的意义与作用	106
(一) 报纸发行的基本概念	106

(二) 发行工作在报社经营中的地位与作用	107
(三) 发行量核定	111
第二节 发行网络的建立与管理	116
(一) 发行网络对报纸发行工作的意义	116
(二) 我国报纸发行体制的历史沿革	122
(三) “邮发合一”的运行机制	123
(四) 自办发行的运行机制	124
(五) 多渠道发行	127
(六) 发行网络管理的工作内容	130
(七) 发行网络的综合开发利用	133
第三节 发行推广	136
(一) 发行推广的目的	136
(二) 发行推广的方法	140
第六章 新闻媒介的广告业务	144
第一节 广告业务及其在媒介经营中的地位与作用	144
(一) 新闻媒介的广告业务	144
(二) 广告业务在媒介经营中的地位与作用	149
第二节 广告编排与广告定价	150
(一) 广告编排	150
(二) 新闻媒介的广告成本	158
(三) 新闻媒介的广告刊播价格	159
第三节 广告推广与广告调查	163
(一) 广告推广	163
(二) 广告调查的内容与意义	164
(三) 广告调查的方法与技术	167
第四节 广告管理法规和广告伦理	169
(一) 广告管理法规	169
(二) 广告伦理	172
第七章 新闻单位多种经营管理	177

第一节 多种经营及其重要性·····	177
(一) 报社多种经营的概念·····	177
(二) 开展多种经营的重要性·····	178
第二节 报社多种经营的投资方向及实施原则·····	182
(一) 报社多种经营的投资方向·····	182
(二) 报社多种经营的实施原则·····	185
第三节 报社多种经营项目的立项论证·····	189
(一) 立项论证的一般原则及通用程序·····	189
(二) 报社多种经营立项论证的注意事项·····	193
第四节 广播电视部门的多种经营·····	194
(一) 广播电台、电视台经营创收的概念及重要性·····	194
(二) 广播电台、电视台的收入项目·····	195
(三) 广播电台、电视台的广播电视经营创收 与报社多种经营的异同·····	197
第八章 报社财务管理与经营分析·····	200
第一节 报社财务管理·····	200
(一) 报社财务管理的工作内容·····	200
(二) 财务部门的基本功能·····	203
(三) 财务经理的作用·····	210
(四) 财务管理的基本环节·····	211
第二节 报社经营分析·····	212
(一) 报社经营分析的意义和作用·····	212
(二) 报社经营分析的方法·····	212
第九章 广播电视管理·····	222
第一节 广播电视的媒体特性·····	222
(一) 传播特性·····	222
(二) 生产特性·····	224
(三) 消费特性·····	227
(四) 管理特性·····	228

第二节 广播电视节目计划管理	230
(一) 广播电视节目选题计划的概念	230
(二) 广播电视节目选题计划的编制	231
(三) 广播电视节目派生计划	233
(四) 广播电视节目计划管理的作用	235
第三节 广播电视节目制作管理	237
(一) 节目制作周期管理	237
(二) 节目成本核算	240
(三) 节目制作中的人事管理	242
第四节 广播电视节目播出管理	245
(一) 节目审查	245
(二) 节目编排	246
(三) 广播电视栏目化播出	249
(四) 播出安全的管理	255
(五) 节目宣传	257
第五节 广播电视视听研究	259
(一) 视听研究的应用	259
(二) 视听研究的内容	261
(三) 视听研究的方法	263
第十章 新闻单位的人力资源管理与后勤保障	266
第一节 新闻单位的人力资源管理	266
(一) 人力资源的重要性及人力资源管理目标	266
(二) 新闻单位人事制度	269
(三) 新闻单位劳动工资管理制度	270
(四) 新闻单位用人制度改革	272
第二节 新闻单位的后勤保障	275
(一) 后勤保障体系的工作内容及其地位与作用	275
(二) 新闻单位后勤保障的有关制度	277
(三) 新闻单位后勤保障体系的改革方向	278

第十一章 新闻单位的公共关系工作	280
第一节 新闻单位与公共关系	280
(一) 公共关系工作的概念	280
(二) 公共关系工作在新闻单位经营管理工作中的 意义与作用	281
(三) 新闻单位开展公共关系工作的优势	283
第二节 新闻单位公共关系工作的内容与方法	285
(一) 新闻单位公共关系工作的内容	285
(二) 新闻单位开展公共关系工作的基本原则	289
(三) 新闻单位公共关系工作的主要方法	292
第十二章 新闻技术与新闻行业技术改造	295
第一节 新闻技术	295
(一) 新闻技术、信息技术	295
(二) 新闻技术的基本知识及发展的历史过程回顾	296
第二节 新闻行业技术改造	305
(一) 报业技术改造	306
(二) 广播电视技术改造	311
(三) 新闻行业通信技术改造	317
第三节 多媒体电脑网络技术	320
(一) 多媒体及网络多媒体传播	320
(二) 从多媒体到全面开放性超媒体	326
(三) 从因特网上自我传播到因特网上的大众传播	332
(四) 驶入信息高速公路的新闻行业	335
第十三章 新闻集团建设	338
第一节 报业集团产生的背景与原因	338
(一) 报业集团的兴起与发展态势	338
(二) 报业集团产生的背景与原因	342
第二节 报业集团建设若干基本问题	344
(一) 报业集团的概念界定与基本特征	344

(二) 报业集团的种类及其运行方式	348
(三) 我国报业组建报业集团的必要性和条件	350
(四) 我国报业组建报业集团的基本途径	353
(五) 报业集团的组织结构	355
(六) 促进报业集团化发展应该解决的问题	357
第三节 各类新闻媒介集团的崛起	358
(一) 广播电视集团建设	358
(二) 通讯社的集团化发展	362
(三) 跨媒体新闻集团的建设	363
后 记	370
附 录 新闻事业管理自学考试大纲	371

第一章 新闻事业管理的若干基本问题

第一节 新闻事业管理学的学科性质

(一) 新闻事业的经营与管理

1. 新闻事业管理为新闻事业有效发挥功能服务

新闻事业管理学是一门新兴的新闻学边缘学科，是新闻学与管理学的结合，即把管理学理论引入新闻学，用管理学理论研究新闻事业的经营与管理。

现代社会是结构复杂、规模庞大的系统。新闻传媒系统是其下属的一个子系统。新闻传媒系统是由报社、通讯社、广播电台、电视台、新闻杂志社、新闻纪录电影制片厂、新闻图片社等媒体机构组成的。一个国家的各级各类新闻媒体机构及其从事的大众传播工作的总和就是这个国家的新闻事业。从社会产业的一个分支部门的角度来说，新闻事业又可称为“新闻业”。

在我国，新闻事业的特定目标是为人民服务、为社会主义服务，当好党、政府和人民的喉舌，其具体社会功能表现为发布新闻、宣传鼓动、反映民意、传播知识、提供娱乐、推销商品。研究新闻事业管理的根本目的，就是为新闻事业有效地发挥这六个方面的社会功能服务。

2. 管理与经营的联系与区别

广义的管理，指的是运用科学的手段安排组织社会活动，使其有序进行，对应的英文词是 administration 或 regulation；而狭义的管理指的是为了保证一个单位的全部业务活动正常开展而实施的一

系列程序化的计划、组织、指挥、协调和控制活动，对应的英文词是 management 或 run。广义的管理本来就包含着“经营”，不过，管理学中常常在狭义上使用“管理”，而把经营单独列出，以示重视，这样，“管理”和“经营”就被分别赋予了特定的内涵。

管理要解决的问题，通常是具体的、日常的、重复出现且有规律可循的问题，属战术性范畴。管理强调的是规章、制度、纪律、条例。对于管理者来说，一个单位的理想境界或目标模式是：一个规范、规整、规律化的工作群体，稳定、持续地履行职责，完成预定任务。

经营是指一个单位在经常变化的外部环境中及客观形势下，适时调整自己的“目标—机构—人员”组合，精心确定业务活动的最佳（或满意）形式、规模及方法，扬长避短、趋利避害，确保自身的生存与发展。它所解决的问题，通常是重大的、方向性的、一次性出现的、无常规可循的问题，属战略性范畴。经营强调的是适应、竞争、变革和创新。对于经营者来说，一个单位的理想境界或目标模式是：生气勃勃、生机盎然的工作群体，灵活、机动地履行职责，不断向新的高峰攀登。

3. 新闻事业在管理与经营方面的研究内容

新闻单位从事新闻传播活动，必须借助一定的物质技术手段。新闻单位所拥有的物质技术手段，一方面是社会生产力的产物，尤其是生产力中的科学技术要素的产物；另一方面，又是社会生产力，尤其是知识产业生产力的重要组成部分。在新闻单位中，集合着各种职业、各种身份的劳动者。他们在新闻单位的组织网络中，按一定的相互关系原则结合在一起，为实现新闻单位的社会功能协同工作。每一个新闻单位，都是一个社会单位，从而也是一定社会关系的载体。

对于社会生产力，有一个有效组织的问题；对于社会关系，有一个合理调整的问题。无论是有效地组织生产力，还是合理调整社会关系，都需要进行管理。新闻事业履行社会功能，有赖于各新闻单位所拥有的物质技术手段充分发挥作用，有赖于各新闻单位从业人员的积极性和创造力得到充分调动和发挥，更有赖于搞好新闻单

位的管理。新闻事业管理第一个方面的研究内容，是对新闻单位的物质技术手段和从业人员进行科学管理的过程及方法。通过这一方面的研究，探索实现新闻事业社会功能的最有效率的方式。

新闻单位必须有稳定的、充足的经济收入，这是新闻单位实现持续生存与发展的条件。只有具备稳定、充足的经济收入，新闻单位才能补偿功能输出过程中的资源耗费，才能不断补充、更新物质技术手段，以更大规模、更高水平实现新的功能输出。新闻单位从业人员通过为新闻单位提供劳务、获取报酬，来实现自身作为一个“社会人”的生存与发展。只有具备稳定、充足的经济收入，新闻单位才能合理提高从业人员的报酬，发展集体福利事业，改善各个生产环节、生产岗位上的劳动条件。新闻事业管理第二个方面的研究内容，是对作为一个经济组织的新闻单位进行科学经营的过程和方法。通过这一方面的研究，解决建立、健全新闻单位的维生机制，并使其以最有效益的方式运行的问题。

4. 维生功能

新闻单位持续有效地履行对外输出功能的职责，是新闻单位作为一个社会组织的生命力的外在表现。社会组织生命力的内在根据，则在于为自己创造生存条件，并向其自身反馈。在社会组织的诸多功能中，创造维持自身生存、成长、发展的各种必需条件的功能被称为“维生功能”；实现维生功能的组织活动机制被称为“维生机制”。新闻单位既然是一个具有生命力的社会组织，就必然要具备这样的维生功能和维生机制。

如果说，新闻单位的功能输出是一个社会性、政治性问题，那么，新闻单位自身的维生功能则主要是一个经济性问题。在有中国特色的社会主义市场经济体制下，新闻单位不仅是一个从事社会活动、政治活动的社会组织、政治组织，而且应该也能够成为一个从事经营活动的经济组织。

（二）我国社会主义新闻事业的维生机制与新闻事业管理学研究

当代资本主义各国的新闻媒介存在三种所有制形式，即国有

制、公有制、私有制，因此，相应地也就有三种形式的维生机制（经营模式）。国营媒介以法国为代表。在1984年以前，法国的三家电视台即电视一台（TF1）、电视二台（A2）、电视三台（FR3）都由政府直接控制，编辑方针由政府决定，经费由政府提供。公营媒介以英国广播公司（BBC）、日本放送协会和德国电台、电视台为代表。在名义上，公营媒介强调对政府负责，不受政府控制，自主经营、自负盈亏，但事实上，公营媒介和政府有着千丝万缕的联系：其负责人由政府首脑任命，视听费由政府代收，成为半官方机构。所以，公营媒介本能地偏向政府，维护政府的立场和主张。公营媒介的收入主要依靠视听费，没有广告收入或广告收入极少。在资本主义社会中占主流地位的媒介是私营媒介。私营媒介完全由私人（资本家）独资或集股兴办（股份制）。以美国三大广播公司（ABC、NBC、CBS）、英国独立广播公司（IBA）、日本民间放送联盟等为代表。西方各国的报纸，绝大部分是私营的。资本家投资创办的各类媒介机构实际上都是资本主义企业，其目的在于攫取利润，实现资本增值。在激烈的竞争环境中，只有那些注重经营、讲究管理的媒介企业才能维持生存、取得发展。对于经营新闻媒介的资本家来说，没有一套能取得相当效益的维生机制，就没有新闻媒介的利润，也就没有维护资本统治的经济力量和政治力量的保持和加强。正因为如此，不管是自由主义理论，还是社会责任论，都把新闻媒介机构的维生机制问题提高到新闻事业的基本任务、基本功能的地位上加以论列。

私营媒介维生机制的特点是：依托财团，以赢利为目的，完全按商业原则经营，广告收入是其主要经济来源，新闻产品进入市场展开竞争，综合运用各种经营手段，实现新闻产品的再生产和扩大再生产，不断壮大新闻业经济。

社会主义新闻事业是无产阶级新闻事业在无产阶级夺取政权以后的继续和发展。无产阶级新闻事业的历史可以追溯到19世纪20年代。1827年，第一份工人报纸《雇工机工辩护士报》在美国费城出版，随后英法等国的工人组织也相继出版了自己的报纸。无产阶级新闻事业从诞生之日起，就同无产阶级为争取自身解放而进行

的斗争事业紧密地结合在一起；在取得马克思主义思想指导和无产阶级政党的领导后，更是自觉地承担起集体的宣传者、鼓动者和组织者的责任，自觉服从无产阶级斗争利益的需要。在资产阶级占有生产资料并把持国家政权的条件下，无产阶级新闻事业很难建立自己的维生机制，新闻媒介机构经常处于生计艰难的境地，往往遭受中途夭折的命运。

在我国，人民的新闻事业是随着人民解放军胜利进军步伐而推进、发展，并逐步形成新中国成立以来一直沿袭的体制和格局的。新中国成立以后，党和政府动员国家的资金、干部及各种物质技术手段来支持新中国的社会主义新闻事业。新闻事业宣传党的路线、方针和政策，发挥喉舌作用。虽说早在1949年12月，新中国刚刚成立后在新闻总署召开的全国报纸经理会议上就提出了报纸企业化经营的方针，但并没有坚持下来，在很长时间内，我国的新闻机构都是党政机关直属的事业单位，对经营管理工作一直没有给予充分重视。新闻学界对经营管理问题的研究也因此长期处于停顿状态。如果我们把功能输出和维生机制的运行譬喻为新闻机构工作的“两手”，那么可以说，这“两手”是一手硬、一手软：功能输出的一手硬，维生机制运行的一手软。

维生机制疲弱或残缺的组织，是功能耦合不健全的组织。在一定时期和一定条件下，这样的组织可以相对稳定地生存下去；但是，由于缺少稳定生存的内在根据，缺乏自求发展的内在动力，随着时间的推移，当条件发生大的变化（大的涨落）后，其生存的稳定性就会面临挑战，处于岌岌乎殆哉的境地。

1978年，财政部批准《人民日报》等首都八家报纸试行企业化管理的报告，“事业单位，企业化管理”的经营管理体制在报社开始推行。80年代中期，我国的新闻机构尤其是报社由于长期作为“事业单位”运作的惯性，开始在经济上暴露出日益严重的问题。建立、健全维生机制的问题已成为加强新闻机构经营管理工作十分紧迫的现实问题。

危机促人深思，危机催人奋进。正是经历了1985年以后的那段“困难时期”，各个报社都把经营管理工作摆在了重要位置，真

正开始在企业化的“化”字上寻求摆脱困境的转折点。经过十多年的努力，整个报业在经营管理工作方面开创了崭新的局面，报业经济开始走出低谷，在世纪之交，初步呈现出繁荣兴旺的景象。与此同时，新闻学术界也开始注重新闻事业管理学理论问题的探讨，注重对新闻媒介机构经营管理实际工作的经验总结。我国社会主义新闻事业经营管理工作的实践，为我国社会主义新闻事业管理学的建立奠定了基础。随着我国社会主义新闻事业经营管理的发展，我国新闻事业管理学研究也取得了长足的进步。

（三）新闻事业管理学的学科性质

综上所述，新闻事业管理学可以被规定为一门研究对新闻事业及新闻单位的物质技术手段与从业人员进行科学管理的过程和方法，以及新闻单位维生机制建立和运行规律的新闻学分支学科。研究新闻事业管理学的目的在于，从理论与实践的结合上探讨如何有效地配置新闻单位的物质技术手段和人力资源，提高新闻产品的生产效率；建立、健全新闻单位维生机制，确保新闻事业更好地发挥社会功能，新闻单位实现最大的经济效益。新闻事业管理学是在新闻学与管理学的交叉地带生长起来的一门学科，是新闻学的边缘子学科之一，因此它具有鲜明的交叉学科特征：

1. 交叉性

新闻事业管理学运用经济学和管理学的理论研究新闻事业的经营与管理，并涉及传播学、社会学、运筹学、政治学以及公共关系学等多学科领域，因而具有交叉性。

2. 边缘性

新闻事业管理学，以新闻学为生长母体，又不局限于新闻学的传统研究领域，在新闻学的边缘地带发展，因而具有边缘性。

3. 综合性

新闻事业管理学要综合运用新闻学、传播学、管理学、经济学、社会学等学科知识对新闻事业经营管理实践进行研究，因而具有综合性。