

新闻事业与中国现代化

《新闻事业与现代化建设》课题组编

新华出版社

新闻事业与中国现代化

新闻事业与现代化建设理论组编

新华出版社

· 京新登字110号

编 者 的 话

《新闻事业与现代化建设》是“七五”期间国家哲学社会科学重点研究项目，这个项目是由中共中央宣传部新闻局和国务院发展研究中心社会研究部牵头，组织全国各有关部门、高等院校、科研单位的研究人员共同完成的。本书反映了本项目的主要研究成果。本项目研究所涉及的一些问题政策性较强，有关成果主要供决策部门及研究单位参考。本项目总报告及其他分报告中提出的观点只代表有关课题组的研究人员的意见，均由报告作者负责。

限于篇幅，本书只选编了本项目中的部分报告，并做了适当的删节。

这项研究的成果仅仅是初步的探索，我们衷心地希望有关专家学者和广大读者批评指正。

新闻事业与中国现代化

《新闻事业与现代化建设》课题组

•
新华出版社 出版发行
新华书店 经销
新华出版社印刷厂印刷
•

850×1168毫米 32开本 12.125印张 插页2张 256,000字
1992年10月第一版 1992年10月北京第一次印刷
ISBN 7-5011-1713-6/G·625 定价：6.90元

目 录

《新闻事业与现代化建设》研究项目 总报告	(1)
一、我国新闻事业的发展现状	(3)
(一)国内新闻事业的基本现状	(3)
(二)与国际新闻事业的比较	(10)
(三)新闻媒介的国内分布概况	(14)
二、影响新闻事业发展的主要问题和制约因素	(16)
(一)目前新闻事业存在的主要问题	(16)
(二)新闻事业发展的若干制约因素	(18)
三、未来十年的发展目标与所需采取的措施	(22)
(一)发展目标	(22)
(二)对策措施	(27)
四、关于新闻队伍建设和人才培养	(34)
(一)十年来新闻队伍建设和人才培养的回顾	(34)
(二)目前存在的问题	(37)
(三)关于新闻队伍建设的政策建议	(39)
五、新闻宣传的方针政策	(42)
(一)新闻政策的意义和作用	(42)
(二)新闻政策的指导思想和根本依据	(43)
(三)我国新闻政策的基本内容	(44)
(四)关于新闻政策若干问题的思考与建议	(52)

六、关于新闻领域的法制建设·····	(56)
(一)我国新闻业法制建设的历史概述·····	(58)
(二)我国新闻法制的现状和存在的问题·····	(61)
(三)关于加强新闻法制建设的几点思考·····	(64)
关于我国报业发展的宏观定量分析·····	(73)
内容提要·····	(73)
一、从发展社会生产力的角度看新闻事业·····	(74)
二、关于我国报业发展的因素分析·····	(75)
(一)报业发展与诸制约因素的相关分析·····	(76)
(二)关于报业发展的回归分析·····	(82)
三、关于报业发展的区域分布·····	(85)
(一)我国新闻媒介区域分布的两个主要特征·····	(86)
(二)新闻媒介区域分布差异的因素分析·····	(87)
四、关于我国报业发展的速度问题·····	(89)
五、我国报业本世纪末的基本发展目标(略)·····	(92)
六、对我国报业未来发展的预测(略)·····	(92)
新闻传播效果研究报告·····	(93)
一、引言·····	(93)
二、新闻传播的两类效果·····	(94)
三、态度的本质及决定态度的社会因素·····	(97)
四、态度结构和态度体系·····	(99)
五、态度改变与新闻传播·····	(101)
六、新闻传播的优化模式·····	(104)

七、新闻传播效果的一项实证分析·····	(108)
八、结束语·····	(119)
关于经济改革宣传效果的调查报告·····	(122)
一、关于改革的社会心理状况·····	(123)
二、新闻宣传的实际效果·····	(126)
三、影响新闻宣传效果的社会心理制约因素·····	(130)
四、群众对改革宣传的评价及改进意见·····	(133)
五、若干原则性建议·····	(135)
关于新闻改革的现状与问题和走向的研究·····	(137)
一、新闻改革的现状与问题·····	(137)
(一)对10年新闻改革的评估·····	(137)
(二)新闻改革以来出现的新情况、新创造、新突破·····	(139)
(三)新闻改革中的问题·····	(148)
二、深化新闻改革从哪里入手?·····	(160)
(一)在理论上,从研究无产阶级新闻事业优良传统入手 ·····	(162)
(二)在实践上,从改革新闻媒介的运转机制入手·····	(163)
附录:上海市广播电视局的体制改革(略)·····	(164)
1987年全国电视观众抽样调查分析报告·····	(165)
前言·····	(165)
一、全国电视观众的基本情况·····	(166)
(一)全国电视观众总数·····	(166)
(二)电视观众的增长幅度·····	(167)
(三)电视观众对三种传播媒介的接触程度·····	(168)
(四)部分电视观众不常看电视的原因·····	(172)

(五)电视观众收看电视节目的方式·····	(173)
二、电视观众收看电视节目的基本行为·····	(174)
(一)电视观众对新闻节目的收视行为·····	(174)
(二)电视观众收看专题、文艺、影视剧节目的依据·····	(176)
(三)电视观众对不喜欢的电视节目的反应·····	(177)
三、电视观众的心理感受·····	(178)
(一)电视观众对电视广告的看法·····	(179)
(二)对香港和国外影视剧的播放问题需加以引导·····	(181)
(三)电视观众选择节目类型的意向·····	(182)
(四)电视观众对有关电视的十三种评论的认知态度·····	(184)
(五)对电视观众进行“电视发挥作用的满意程度” 测试结果·····	(186)
适应商品经济形势 发展农村广播电视·····	(190)
一、调查工作概况·····	(190)
二、不发达地区广播电视的现状和三个差距·····	(191)
(一)事业建设上的差距·····	(192)
(二)宣传上的差距·····	(195)
(三)思想观念方面的差距·····	(197)
三、存在差距的原因分析·····	(198)
四、转变指导思想,积极调整政策,促进不发达地区 广播电视事业的发展·····	(200)
(一)指导思想的转变·····	(201)
(二)进一步明确不发达地区农村广播电视工作的战略 布局和重点·····	(201)
(三)制定政策的原则·····	(202)
(四)当前亟须解决的具体问题·····	(202)

关于高层次新闻业务人才培养途径多样化的研究报告·····(205)

前言·····	(205)
一、多途径培养高层次新闻业务人才的必要性和 紧迫性·····	(207)
(一)目前我国高层次新闻业务人才的现状·····	(207)
(二)从新闻教育与岗位培训角度看目前人才培养 存在的缺陷·····	(211)
(三)多途径培养高层次新闻业务人才的重要意义·····	(213)
二、高层次新闻业务岗位的分类和职责·····	(216)
(一)高层次新闻记者的岗位职责·····	(216)
(二)高层次新闻编辑的岗位职责·····	(217)
(三)对高层次新闻业务岗位分类的其他建议·····	(219)
三、高层次新闻业务岗位对人才的要求·····	(220)
(一)思想作风·····	(220)
(二)知识结构·····	(221)
(三)能力结构·····	(223)
(四)经历要求·····	(225)
四、高层次新闻业务人才思想作风、知识和能力 获得渠道分析·····	(227)
(一)思想作风获得渠道·····	(227)
(二)知识获得渠道·····	(228)
(三)能力获得渠道·····	(230)
五、培养高层次新闻业务人才的多种途径·····	(232)
(一)实践后研究生途径·····	(233)
(二)实践+培训途径·····	(234)

(三)第二学士学位途径·····	(236)
(四)其他途径·····	(237)
六、对高层次新闻业务人才培养途径多样化的政策性 建议和实施措施·····	(238)
(一)保障多种途径培养新闻高层次人才的基本条件·····	(238)
(二)加强对新闻界需要高层次专门人才的预测 和使用的研究·····	(239)
(三)建立新闻岗位的定期培训制度·····	(240)
(四)健全第二学士学位制度·····	(240)
(五)改革研究生教育制度·····	(241)
(六)建立新闻业务水平和任职资格考试制度, 引入竞争机制·····	(242)
(七)建立自学考试和论文硕士制度·····	(243)
报业经营管理若干基本问题分析(注)·····	(248)
内容提要·····	(248)
一、报社经营分析·····	(250)
(一)贯彻“事业单位,企业化管理”的方针, 应当以报社作为基本的经济单位·····	(250)
(二)企业化管理单位的实际·····	(251)
(三)报社经营类型的分析·····	(253)
二、报纸价格分析:廉价报纸与广告(略)·····	(279)
三、报纸成本分析(略)·····	(279)
新闻媒介广告研究·····	(280)
一、我国新闻媒介广告的产生与发展(略)·····	(280)

二、我国社会主义建设时期的新闻媒介广告·····	(280)
(一)建国初期新闻媒介广告概况·····	(280)
(二)改革开放以来的新闻媒介广告·····	(281)
(三)新闻媒介广告的若干理论问题·····	(284)
三、我国新闻媒介广告现状分析——对电视 广告业的透视·····	(286)
(一)迅速成长中的电视广告·····	(286)
(二)电视广告传播存在的问题·····	(287)
四、我国新闻媒介广告的治理与改革·····	(299)
(一)正确处理几个关系,刹住行业不正之风·····	(299)
(二)加强宏观调控,建立自我完善机制·····	(311)
(三)创造条件,向代理制过渡·····	(315)
(四)开展学术研究,提高从业人员素质(略)·····	(318)
上海新闻媒介的广告研究·····	(319)
前言·····	(319)
一、上海新闻媒介广告经营概述·····	(320)
(一)新兴的上海广告业·····	(320)
(二)上海新闻业的发展及其对广告业的影响·····	(321)
(三)广告是新闻媒介的经济支柱·····	(324)
二、上海新闻媒介广告经营背景分析·····	(328)
(一)新闻媒介面临的经济形势·····	(328)
(二)企业广告投资情况·····	(331)
(三)新闻媒介在广告经营上特有地位的形成·····	(333)
(四)新闻媒介的“超权力意识”·····	(334)
(五)企业对新闻媒介广告的认识·····	(335)

三、上海新闻媒介广告经营发展中所呈现的矛盾.....	(337)
(一)新闻媒介对广告的依赖与读者心理承受力的矛盾...	(337)
(二)新闻媒介广告的市场需求与广告投入之间的矛盾...	(343)
(三)新闻媒介的广告需求与经营水平的矛盾.....	(347)
(四)新闻媒介与广告专业公司的矛盾.....	(356)
四、上海新闻媒介的广告经营前景与对策.....	(361)
(一)新闻媒介广告经营前景分析(略).....	(374)
(二)对策探讨(略).....	(374)
附录.....	(376)

《新闻事业与现代化建设》

研究项目总报告

在我国社会主义建设的伟大事业中,新闻传播媒介是全社会的舆论中心。党和政府作为政治的领导力量,通过新闻媒介动员、说服、激励和鼓舞全体人民同心同德,克服前进道路上的一切困难,为实现社会主义现代化的各项目标而共同努力。

新闻传播事业是促进社会现代化进程的一支重要力量,这个观点已成为许多发展中国家的共识。

第二次世界大战之后,在亚洲、非洲和拉丁美洲出现的一大批摆脱了殖民统治的发展中国家,面临着如何加速经济建设,实现本国社会现代化的紧迫任务。由于人口压力、资源贫乏、资金短缺以及文化科技落后等原因,第三世界国家在社会发展过程中普遍遇到巨大的困难。而战后席卷全球的信息传播技术革命的浪潮,为发展中国家加速现代化建设的努力带来了新的机遇和希望。他们希望发挥现代新闻传播媒介以及其他信息技术的巨大潜力,使之成为国家发展的催化剂和推进器,凝聚和激发全社会的积极力量,促进政治、经济、文化、社会生活以及思想观念的进步与变革,在较短的时间内完成现代化的历史性目标。因此自

50年代以来,关于新闻传播事业与社会发展关系问题,成为世界各国政界与学术界普遍关注的重大研究课题。

在我国,如何充分发挥新闻事业在社会主义现代化建设中的积极作用,同样具有十分重要的理论与现实意义。

建国40多年以来,我国的新闻事业取得了举世瞩目的进步与发展,成为建设社会主义的强大舆论力量。然而近10年来,我国进入了改革开放和社会主义现代化建设的历史新时期,国内和国际环境急剧变动的新形势,向我国的新闻事业提出了前所未有的严峻的挑战。为了贯彻为社会主义服务和为人民服务的基本方针,适应不断变化的国内外形势发展的需要,我国新闻事业在继承和发扬党的新闻工作的优良传统的同时,从宏观到微观从结构到功能,从管理部门的政策调控到新闻媒介的实际运行,从宣传工作的内容到形式,都在进行必要的调整和改革,新闻的载体及技术手段也在不断地发展与更新。

本项目研究认为,在我国步入90年代这个关键性的发展新时期的时候,有必要在认真反思我国新闻事业丰富历史经验的基础上,紧密联系中国国情,全面深入地研究我国新闻事业的现状与发展趋势,提供决策参考,以便进一步提高新闻事业的社会效益,更好地为实现本世纪末社会主义物质文明与精神文明建设的战略目标服务。这就是本项目的基本宗旨。

本项目的总报告是在一系列子课题的分报告及研究资料的基础上提出的。

本报告主要包括下列部分

一、我国新闻事业的发展现状

(一) 国内新闻事业的基本现状

新闻事业是我国社会主义建设事业的重要组成部分,新闻事业的发展水平也是社会主义现代化程度的一项重要标志。

建国以来,社会主义建设事业的不断发展给我国的新闻事业带来了蓬勃的生机。特别是我国进入改革开放和现代化建设的新时期以来,各类新闻媒介的发展规模迅速扩大,技术手段明显改进,服务质量不断提高,在总体水平上缩短了与发达国家的差距。目前我国已经形成了以报纸、通讯社、广播、电视为主体,技术比较先进,多层次、多渠道、多手段,基本覆盖全国城乡并面向世界的强大有效的新闻传播网络。

广播电视

在广播电视事业方面,无线广播、有线广播以及音像制品三种技术形态都有了飞跃的进步。80年代中期以后,在“四级办广播、四级办电视、四级混合覆盖”的方针指导下,我国广播电视进入了高速发展的时期。

我国电视事业的发展10年来尤其令人瞩目。在这一时期全国电视广播实现了彩色化,绝大多数省份不仅发展了省内的微波支线,而且省与中央之间可通过微波回传节目,使全国电视广播真

正联结成网，全国已有8亿多人可以收看到电视。各级电视台不断建立，节目套数急剧增加，播出时间大大延长，节目内容丰富多采。电视已成为最受城乡广大群众喜爱的传播媒介。

到1990年底，我国已有电视台509座，节目套数为554套，平均每周播出时间22000多小时，平均每周自办节目时间8274小时，制作电视剧1205部，5224集。电视发射台、转播台24000多座，卫星地面电视接收站19505座。电视人口覆盖率达到79.3%。

此外，目前全国已建立各类有线电视台(站)2万多家(其中工矿企业台有500多家，社区台约300多家)。根据对374家有线电视台的调查，每个台连接户数最多的约4万户，少的也在2000~3000户，平均入户率和收视率均可达88%。目前相当一部分有线电视台设备齐全，具有自办新闻或专题节目的能力。在被调查的有线电视台中，自办新闻节目的有348家，每周办新闻节目875次，每次约86小时。有的台可同时播出10个频道的节目。

十年来广播事业也获得了很大的发展。

到1990年底，我国已有广播电台635座，中短波和调频广播发射台、转播台1348座，发射总功率为39188瓩。对国内广播的节目套数1990年达750套，平均每日播音6298小时以上。广播人口覆盖率从1989年的73%上升到1990年的74.7%。遍及农村的有线广播发挥着重要的作用。全国目前有市县广播站2466个，广播专用线路2825833杆公里，广播喇叭8200多万只，喇叭入户率为37.3%。

与此同时，中国国际广播电台使用39种语言和4种汉语地方方言播音，每天播出140多个小时，播音时间和语种在世界排名第三，仅次于前苏联和美国。目前世界绝大多数地区都能收听到中国的对外广播，听众总数估计在6000万到1亿之间。

音像事业是近年来崛起的新形态的大众传播媒介，由于具有轻便、灵活、成本低、内容多样和便于自由选择等特点，音像制品在全社会迅速普及，丰富和活跃了人民群众的文化生活。目前全国制作录音制品合计为3000多个盒号，共5100多万盘，全国制作录像制品合计为400多个盒号，共190多万盘。

80年代中期以来，我国开始利用国际通讯卫星转播国内电视节目，全国广播电视系统已建立4000多座卫星地面站。我国自行设计制造了第一座跨洲电视卫星地面交换站——CCTV北京国际卫星电视地球站，高质量地实现了国际电视节目的交换，成功地完成了亚运会节目的传送任务，这说明我国运用卫星传递电视节目的系统设计能力已进入世界先进行列。1984年4月和1986年2月我国发射的两颗实验通讯卫星，标志着我国已开始进入应用卫星通讯技术的新时代。

报纸

我国报纸事业在建国40多年中虽然屡经曲折，但也有巨大的发展，在我国的政治和社会生活中，始终发挥着不可替代的重要作用。

在80年代，我国报纸的品种与发行量都曾有很大的增加。1985年经中共省委和省人民政府以上机关正式批准和有登记证的报纸曾达到1776家，同年2月期发总数为20722万份，年发行总量约为229亿份。这些报纸中半数以上是80年代创办的。换句话说，自1980年1月1日至1985年3月期间，平均不到两天就有一家新的报纸问世。报纸品种的增加反映出报业结构与性质的变化。为了适应社会主义现代化建设时期多样化的读者需求，我国不但有居于主导地位的党和政府的机关报，而且有服务于不同行

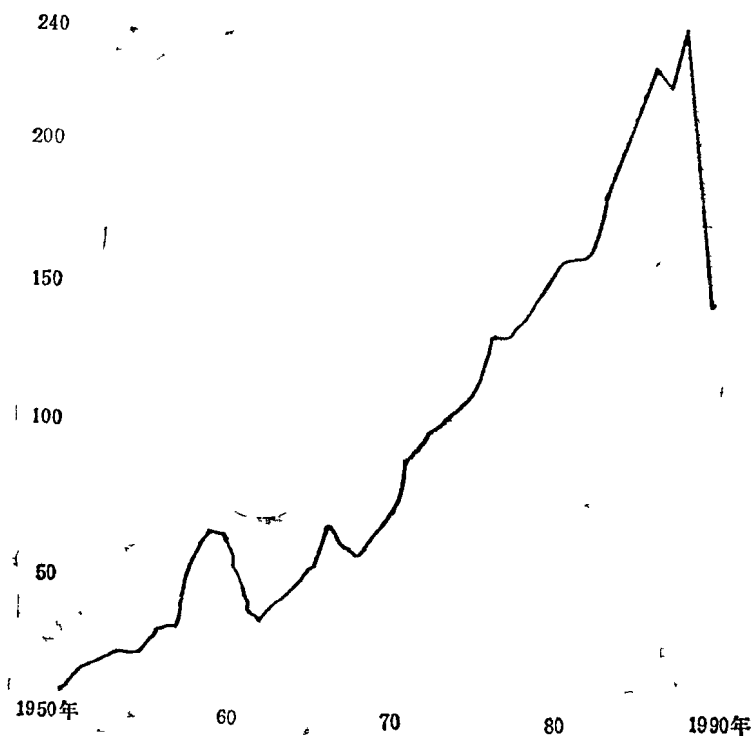
业、不同部门、不同领域、不同层次和不同读者群的各级各类报纸。据新闻出版署的统计，截止1991年6月30日，我国（除台湾省）各种有正式刊号的报纸有1534家。（见表）

进入80年代以来，我国报纸的发行总量不断有所增加，至1987年达到最高峰（据邮电部统计数字，当年全国订销报纸累计数为241.88亿份）。但由于多方面的原因，自1988年以来，报纸发行总量出现了较大幅度负增长的趋势。目前这种趋势尚未完全扭转。

我国报纸邮发年累计量

（1950年—1990年）

单位：亿份



我国报纸分类情况

类 别	种 数
各级党政机关报	547
综合性大报	14
社会群体报	135
行业报	634
晚报	42
文摘报	13
生活服务类报	78
企业报	61
军队报	10

资料来源：新闻出版署报纸司

10年来我国报业也开始了现代化的进程。目前中央及省（自治区、直辖市）级报纸已有90%采用了计算机激光照排技术，告别了沿用百年的铅字。地市级报纸使用照排技术的约占四分之一左右。照排系统大大提高了版面编排的灵活性，增加了文字和图形的花样变化，使报纸版面更加美观、清晰和富有吸引力。同时可以节约工时，减少制版工序，提高工作效率。照排系统还彻底改善了排字工人的劳动条件，消除了铅字造成的环境污染。北京地区发行的报纸已基本实现了胶印化。全国采用胶印的报纸已占每天总发行量的40%。目前省级以上报纸（包括一部分沿海地区的城市报纸）都拥有刊印彩色版面的技术手段。报纸新闻的采集、资料检索和管理的计算机化也正在起步。

新华通讯社〔注〕

我国的国家通讯社——新华社10年来国内国外的业务范围不断扩展，影响日益扩大，正在加快步伐进入现代化世界性通讯社的行列。

目前新华社拥有除总社以外的国内分社31个，支社6个，国外分社、支社、记者站共107个，派驻国外记者及工作人员约350人。每天以中、英、法、俄、西、阿等6种文字播发新闻。其中英文稿每日约发10万字，100多条，向国内220家报社、电台提供稿件。在国外有直接用户305家，供稿点55个。此外还发行《参考消息》、《经济参考》、《半月谈》、《瞭望》、《环球》等报纸刊物，并设有新华出版社、中国图片发行公司等，开展广泛的业务活动，向社会提供各种服务。

新华社经过“六五”、“七五”时期的技术改造已经普遍地采用了现代技术，如计算机、卫星通信、激光照相排版等。现在对省市报纸、电台的中文发稿广播技术改造已经完成，对市县级建立新闻专用卫星直播网的工作正在展开。随着总社业务大楼的建成并投入使用，新华社包括新闻采集、传送、编译、审改、播发、排印等主要工作环节的初步电脑化、自动化和网络化正在顺利实现。

我国报纸、广播、电视以及其它形态的新闻传播媒介各具特点，彼此补充，互相协调，构成深入社会各个角落的强大传播网络，在社会主义现代化建设中发挥着多方面的社会功能：

〔注〕 因新华通讯社为最具代表性的国家通讯社，故本报告作为重点研究，暂未将另一重要通讯社——中国新闻社的情况包括在内。

——新闻媒介宣传解释党和政府的各项方针政策和既定的社会经济目标，引导群众理解认同这些目标，为群众树立效仿和学习的榜样，激励鼓舞全体人民克服困难，一致行动，力争达到预期目的；

——新闻媒介敏锐观察和迅速报道国内外不断发生的重要信息，以提供决策机构和社会成员对现代化过程中复杂多变的社会环境作出准确及时的分析判断，并采取积极行动和正确对策，避免或减少失误；

——新闻媒介强化社会主义现代化建设的主旋律，增强全民族的凝聚力和向心力，在全社会形成团结奋进、摆脱贫困和走共同富裕之路的舆论氛围；

——新闻媒介向人民群众提供发表意见与要求的讲坛，对决策过程实行必要的舆论监督，以充分调动各方面的积极性，促进决策的科学化和民主化；

——新闻媒介是发展科学和普及教育的新型现代化工具，可以弥补正规学校教育的不足，有助于开发智力，提高全民族的科学文化素质，培养现代化建设需要的合格人才；

——新闻媒介以群众喜闻乐见的形式提供文化娱乐，发挥寓教于乐的作用，倡导符合社会主义道德标准的良好风尚，促进文化艺术的健康发展；

——新闻媒介还可以满足人民群众日常生活中日益增长的需求，向他们提供经济、文化和生活等各方面的服务。

总之，我国新闻事业已成为引导社会舆论的重要阵地，信息传播系统的主要渠道，既可以激发社会改革开放的生机与活力，又努力保持社会发展所必需的团结与稳定，在现代化建设中具有极为重要的作用。

(二) 与国际新闻事业的比较

我国新闻事业10年来的发展是令人鼓舞的，但是我们同时看到，我国新闻事业的现状与世界先进水平相比仍有相当的差距，还不能完全满足社会主义现代化建设的迫切需要。

由于历史、社会、经济和文化等诸方面的差异，世界各国新闻事业的发展各有特点，并非所有指标都有横向的可比性。由于我国人口众多，人均占有指标不能完全反映我国新闻事业发展的总体水平，但为了进行国际比较研究，本报告仍依据联合国教科文组织及国际其它同类研究的惯例，将各类新闻媒介的社会拥有量及受众使用情况作为基本标准。

我国广播电视事业近年来飞跃发展的突出标志之一就是电视机的迅速普及。据国家统计局提供的资料，1978年底，我国电视机的普及率仅为每千人3台。而到1988年，电视机普及率跃升到每千人132台。这个数字显示，我国电视机的普及程度10年来已远远超过一般发展中国家，而迅速接近世界平均水平。（参见附表）从电视机的社会总拥有量看，我国仅次于美国居世界第二位。

我国收音机普及率10年来也有很大的提高。1978年底我国收音机每千人平均为78台，1988年达到每千人239台。从近年来的发展趋势看，收音机的社会拥有量已达到相对饱和的程度。这一水平虽与世界平均水平相比尚有差距，但仍显著高于亚洲和发展中国家的平均水平。（参见11页附表）

上述指标鲜明地显示出我国广播电视事业的现代化迈出了巨大的步伐。

世界电视机普及情况

各大洲 主要地区和 国家集团	电视机数量 总量（百万台）			每千名居民 拥有量		
	1965	1975	1986	1965	1975	1986
全世界	192.0	414.0	710.0	57.0	102.0	145.0
非洲	0.6	2.5	15.0	1.9	6.2	25.0
美洲	84.0	160.0	268.0	182.0	286.0	397.0
亚洲	24.0	57.0	138.0	13.0	25.0	48.0
欧洲（包括前苏联）	81.0	189.0	280.0	120.0	260.0	362.0
大洋洲	2.4	5.5	9.0	137.0	262.0	360.0
发达国家	181.0	373.0	564.0	177.0	325.0	472.0
发展中国家	11.0	41.0	146.0	4.7	14.0	39.0

资料来源：联合国教科文组织1988年年鉴

同时我们也应当看到，与国际先进水平相比，我国广播电视事业在许多方面还存在着差距。例如就国内中波广播而言，几乎全国人口都能听到的广播节目，美国为3套，日本为2套，前苏联为1套。而我国能够直接听到中央台1套节目的人口仅有54.4%。在电视方面，美、日、苏的全国性电视节目均为2套以上，其中美、日电视人口覆盖率均超过99%，前苏联达90%，而我国全国性电视节目仅有1套，人口覆盖率仅为54.2%。我国城乡群众实际使用电视机和收音机的时间比发达国家短得多。

我国广播电视事业与发达国家的差距还表现在新型的广播电视形态和新技术的应用方面。例如电视双伴音、图文电视、有线电视、静止图像广播、高清晰度电视以及卫星直播电视等方面，

世界收音机普及情况

各大洲 主要地区和 国家集团	收音机数量 总量(百万台)			每千名居民 拥有量		
	1965	1975	1986	1965	1975	1986
全世界	573	1032	1776	170	255	362
非洲	10	28	94	32	69	164
美洲	285	505	666	617	903	984
亚洲	53	138	468	28	60	164
欧洲(包括前 苏联)	222	348	523	272	478	676
大洋洲	8	13	25	171	619	1000
发达国家	498	841	1182	486	762	988
发展中国家	75	191	594	32	66	160

资料来源:联合国教科文组织1988年年鉴

我国均处于落后状态,并且由于电子工业水平和财力的限制,很难在短时期内进入先进行列。

我国报纸事业发展的历史比广播电视要长久得多,报纸曾是近代中国社会主要的传播媒介。但是由于多方面因素的影响,我国报业发展水平不高,起伏较大。

1987年我国每千名居民拥有日报49份,达到了历史最高水平,而这个数字显著低于世界平均水平,略高于发展中国家的平均水平(参见表)。与联合国教科文组织为发展中国家提出的“最低限度目标”(每千人100份日报)相比,还有不小的距离。

此外我国每份报纸的信息荷载量也比发达国家少得多。西方发达国家每份报纸通常为十几页,几十个版面,港澳地区及台湾一份报纸平常是3页12个版。而我国报纸普遍页数少,篇幅小。据1990年新闻年鉴资料,对开八版的日报只有7家,对开四版的

世界日报品种和发行量

大陆、 主要地区和 国家集团	日报品种	估计的发行量			
		总发行量(百万份)		平均每千人发行量	
	1975 1986	1975	1986	1975	1986
全世界	7900 8570	451	553	110	110
非洲	180 180	6	9	14	15
美洲	3010 3060	90	104	160	150
亚洲	2210 2850	128	187	54	63
欧洲(包括前 苏联)	2380 2370	220	248	302	320
大洋洲	120 110	7	6	308	237
发达国家	4600 4390	355	390	316	325
发展中国家	3200 4180	96	163	32	43

资料来源:联合国教科文组织1989年年鉴

报纸有271种,只占报纸总数的18%。我国报纸刊期长,时效差。按联合国教科文组织关于报刊的分类标准,我国出版的日报(每周出版四次以上)为263种,仅占报纸总数的17.6%。从全国性主要报纸的发行量看,我国报纸也大大低于发达国家。如1988年日本《读卖新闻》、《朝日新闻》的发行量平均每千人(15岁以上)为107.6份和91.5份,前苏联《劳动报》、《真理报》、《消息

报》的同类指标分别为102份、63.4份和38.6份。而我国最具影响力的《人民日报》在发行量最高的1987年同一指标仅有约6.6份。我国报纸时效意识差,读者见报时间晚,当天见报率低。目前即使在大中城市,读者一般只能在上午10时以后见到当天出版的报纸,这种状况甚至不如50~60年代(当时送报时间为早晨7时)。在边远和农村地区,许多地方根本看不到当天的报纸。

不容忽视的是,由于报纸调价等因素的影响,我国报纸发行量自1987年以来出现大幅度滑坡现象。如据邮电部计划司统计,1989年我国全年订销报纸累计数低于1979年的水平,而据此计算的每日每千人平均发行量下跌到37.2份,这个指标甚至低于1976年的水平(38.6份)。这种状态反映出我国报业发展的不稳定。

总之,参照和比较以上指标可以看出,一个多世纪来我国新闻事业以报业为主导的传统格局已经开始改变,呈现了广播电视事业后来居上的新局面。

(三) 新闻媒介的国内分布概况

我国尚处于社会主义的初级阶段,新闻事业从一个侧面反映出这个发展阶段中我国国情的具体特点。

我国新闻事业发展状况的特点之一是城乡分布的不平衡。

我国各类新闻媒介高度集中于城镇地区,尤其是东部和南部沿海地区的大中城市,信息通过无线电波、有线线路和邮路向广大农村地区辐射。处于信息网络末端的农村居民获取信息的机会比城镇居民要少得多。例如据国家统计局资料,1989年我国城镇

居民每百户拥有彩色电视机51.47台,黑白电视机55.71台,而农村住户每百户只有彩色电视机3.63台,黑白电视机33.91台。根据中央电视台的调查,城镇电视观众占全部城镇人口的93%,而农村观众只占农村人口的33%。近年来一系列受众调查显示,城镇居民中报纸读者的比例也明显高于农村居民。大部分农民只是偶尔阅读或者根本不读报纸。农村新闻传播的主要渠道是广播。农村收音机的拥有量与城镇大体持平(如1989年城乡分别每百户48.70架和48.48架)。农村居民中广播听众的比例也与城镇市民不相上下。

区域分布的不平衡是我国新闻事业发展状况的又一特点。报业分布的不平衡是十分显著的。如北京、上海和天津1989年邮发报纸每日订销数分别为每千人219.3份、171.9份和76.6份。而西南各省平均只有23.9份,其中贵州仅为18份。电视机和收音机普及率的区域差异较小。如北京市城镇居民彩色与黑白电视机每百户合计为135.9台,而贵州省为106.51台,云南省为101台。

根据以上三项指标综合计算,除北京、上海和天津之外,近年来新闻事业发展较快、水平较高的还有河北、江苏、广东和辽宁等东部南部沿海省份。(参见附表)

经济收入等方面的差异,也在一定程度上影响到新闻媒介在不同社会群体中使用的均衡性。例如1989年我国城镇居民中最高收入户每百户拥有彩色或黑白电视机共119.1台,而困难户中每百户却为90.94台;前者平均每人全年的书报杂志支出为13.76元,而后者只有7.33元。

新闻媒介在城乡、区域和社会群体中分布的不平衡,必然导致社会中信息传播的非均匀性。城乡各类居民使用媒介的不同方式和习惯,对于他们接受信息的范围、性质、深度和时效等都

会产生不同程度的复杂影响，从而可能带来观念和舆论的差异。在新闻媒介网络稀缺地带，新闻宣传工作的社会效果必然受到限制。

二、影响新闻事业发展的 主要问题和制约因素

(一) 目前新闻事业存在的主要问题

为了促进我国新闻事业的进一步发展，我们必须努力去解决新闻事业存在的问题，当前我国新闻事业所面临的主要问题是：

1、技术手段落后。

在广播电视方面主要表现在节目采编、制作手段仍然比较落后，覆盖网尚不健全。我国电台、电视台缺乏目前发达国家已经普遍使用的各种电子新闻采集和现场节目制作的装备，以及编播部门所需的计算机管理系统等，因此广播电视在新闻的时效、质量方面还很难与发达国家竞争。自80年代以来，一些国家相继发射了直播卫星，大大提高了本国广播电视的覆盖面和节目质量，而我国目前尚未发射自己的直播卫星。我国广播电视的覆盖和节目传送手段仍然比较落后，主要依靠微波线路把中央的广播电视节目送到各省、自治区和直辖市，中小城市和农村则靠短波转播广播节目，靠小功率转播台转播电视节目，因而覆盖率低，传送网络的综合效益和技术质量较差。

我国报业的技术改造迄今为止还是初步和局部性的。自70年代以来，许多发达国家的报业已经普遍采用了胶印技术，在编

排和印刷等各个工作环节实现了电子化，广泛建立计算机网络系统。而我国报业在采集新闻稿件生成、版面编辑制作、校勘、版面远程传输、资料储存检索和印刷出版及经营管理等方面，除新华社、少数大型日报技术手段比较先进外，其余大都仍旧在相当程度上继续依靠低效率低水平的传统方式和工艺，已经采用和引进的新技术新设备还未能充分发挥其效益和功能。

2、经营管理相对落后。

我国新闻事业在经营管理方面的现状特征是：从整体上讲，缺乏整个行业的管理规范及法规（或相关的条例），在实践上，靠人治多于靠法治，重视经验却不大注重科学。经营管理不善的具体表现主要有：缺少完整的各类规章制度，各级各部门权责不够清楚；缺少系统的定量定性的工作和业务标准，因而检查、监督缺乏依据；经济上不讲效益不计成本的偏向仍未从根本上消除，因而仍存在不同程度的财力人力物力的浪费现象；忽视有关的资料数据的积累、分析和使用，对事业的长远发展缺乏科学的研究和预见；管理人才严重缺乏，经营管理所需器材设备落后。

3、队伍素质亟需提高，高层次专业人员严重不足。

在现代社会中，新闻媒介日益发展为高度专业化技术化的社会机构，要求从业人员具备很高的业务素质。我国新闻队伍从总体上说是好的，政治热情高，组织纪律性强。但是随着我国新闻事业的迅速发展，新闻队伍不断扩大，其中很多人缺乏专门知识与技能，思想和业务水平不能适应工作的需要。这种状况普遍存在，而在广播电视部门较为突出。

新闻队伍的素质直接影响到新闻媒介内容的质量与效益。

近年来少数新闻从业人员甚至违反新闻职业道德，败坏了新闻事业的声誉和形象。

4、体制及管理机构设置不尽合理。

目前我国报社领导体制不一，缺乏规范化。有的实行社长负责制，总编负责制，有的实行社长领导下的总编辑、总经理分工负责制，还有的实行党委领导下的社长(或总编辑)负责制等等。内部管理制度也各具特点，需要进一步研究比较，总结经验，逐步规范化。

广播电视部门存在条块分割以及行政管理与宣传业务部门职能划分不清等情况，由此一方面造成管理松散，“有系无统”，对全国的广播电视事业发展缺乏有力的统筹、规划、监督和检查，另一方面又存在层次过多，互相掣肘的现象，影响了新闻业务工作的效率。此外体制问题还造成有些广播电视业务单位与报社相比级别待遇偏低，影响了工作的开展，不利于调动广播电视部门从业人员的积极性。

(二) 新闻事业发展的若干制约因素

新闻事业是整个社会大系统的组成部分，新闻事业的发展必然受到各种社会、经济、文化以至心理等多方面因素的制约。

报纸

1、纸张供应不足

多年来困扰报业发展的最大问题之一是纸张供应不足。我国年需新闻纸最多为56万吨(1986、1987和1988年)，而我国纸张生产能力为41—43万吨，约有四分之一左右的供求缺口要靠进口来弥补。

我国造纸工业，1954年居世界第13位，30多年后上升到第

6位。但与先进国家相比，差距仍然很大。如1983年世界人均用纸38.8公斤，我国只有7公斤。80年代人均新闻纸消耗为5.8公斤，而我国不足1公斤。就是这种低水平的需求供应尚可维持，需求量上升幅度稍快，就会造成新闻纸的全面紧张和市场混乱。1987、1988年国内纸张市场就曾出现了这种状况，成为迫使国家采取措施压缩、整顿报刊出版的物质上原因。

2、纸价上涨幅度过快过大

制约报纸发展的另一个因素是纸价上涨幅度过快、过大。1980年新闻纸每吨700元，10年来连续上涨，今年已达每吨3000余元，累计上升了3倍多(与1981年相比)。新闻纸一般占每份报纸成本的80%以上，新闻纸价格的不断上涨，使报纸成本直线上升。试举《北京日报》为例，1981年新闻纸每吨价900元，每一份报纸成本为2分3厘，1988年每吨纸2300元，每张报纸成本为6分2厘，1989年每吨纸2700元，则每份报纸的成本为8分7厘。1990年全国省以上报纸由于采用电子照排胶版印刷，每份报纸成本最低的9分5厘，高的竟达1角4分。这里面还不包括每份报纸付给邮局的发行费3分3厘。报纸成本上升，要么是国家补贴，要么就要提高销售价格，从而使报纸在新闻文化市场竞争中处于不利地位，而影响销售。

3、国产新闻纸质量不过关

国产新闻纸品种单一，质量不高，影响了报纸的印刷质量、时效和经济效益。尤其是许多报纸改用冷排高速胶印后，对卷筒胶印新闻纸在数量和质量上都提出了更高的要求，我国造纸工业在这一方面虽然已做出很多努力，但一时还难以适应新的形势。造纸工业生产新闻纸目前面临的困难是原料不足。制造卷筒新闻纸需用优质松木作为原料，而我国国土森林覆盖面积在世界