

新闻学边缘学科丛书

屠忠俊 著

报业经营管理



新闻学边缘学科丛书

报业经营管理

屠忠俊 著



新华出版社

京新登字110号

新闻边缘学科丛书

报业经营管理

屠忠俊 著

•
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

•
787×1092毫米 32开本 6.5印张 插页2张 125,000字

1992年11月第一版 1992年11月北京第一次印刷

ISBN 7-5011-1699-7/G·618 定价: 4.10元

序 言

当今，由不同学科组成的知识体系正在迅速发展。学科分化异常突出，学科综合则更为明显，呈现出分化和综合并驾齐驱的格局。许多传统学科分支繁衍，新兴学科宛如九天繁星，我们正面临着一个以边缘学科大量涌现为特征的科学发展的新时期，我们新闻工作者、新闻科学研究工作者和新闻教育工作者必须在不断实践、不断总结经验的同时，致力于开拓新闻学边缘学科，以适应科学发展的大趋势，适应我国社会主义现代化建设的需要，适应我国新闻事业蓬勃发展的要求。

1918年北京大学新闻学研究会的成立，标志着我国新闻学研究和新闻教育的开端。七十多年来，我国新闻学研究走过了一条兴衰交替、曲折发展的路程，在1978年党的十一届三中全会以后进入了新的历史发展时期。新闻学研究在清除林彪、“四人帮”反动新闻观点和纠正“左”的错误的同时，对一些重大的新闻理论问题展开了广泛的讨论，对一些崭新的研究课题进行了有益的探索。毋庸讳言，在取得重大成就的同时，新闻学研究中也曾出现过资产阶级自由化倾

向。党的十三届四中全会以后，在党中央的正确领导下，新闻界冷静反思，总结经验，吸取教训，批判资产阶级自由化，新闻学研究也就走上了更加健康发展的新轨道。开拓新闻学边缘学科这一工作，正是在认真总结新闻学研究正反两个方面的经验教训基础上，按照社会的需要和科学自身发展的内在逻辑向前推进的。

社会需要永远是推动科学发展的原动力。在改革开放的大潮之中，在坚持社会主义方向，有利于加强和改善党对新闻工作的领导的前提下，新闻改革也在不断深入进行。根据马克思主义的基本原理，运用现代科学技术发展的最新成果，对新闻改革中出现的新情况、新问题，从理论的高度进行探讨，以科学的方法进行总结，对丰富新闻学研研的内容，无疑有着重要意义。这是推动新闻学边缘学科开拓工作的根本力量。

科学自身发展的内在逻辑，则从新闻学内部推动着它向边缘学科发展。新闻学是以社会、自然最新信息的综合传播规律为研究对象的科学。控制论创始人维纳说过：“消息是社会的粘着剂”。新闻传播这一社会现象，与社会的政治、经济、文化、心理、伦理……诸多方面息息相关。对新闻现象、新闻事业，可以，而且必须从多方面加以考察，进行多角度、多层次、多侧面的研究。新闻学与社会科学、乃至自然科学的诸多学科有着必然的联系。随着这些学科的日益发展，新闻学也必须相应有所发展。当我们以深邃的目光，注视新闻学研究的动向时，必然要同邻近学科发生交叉；新

闻学在深入考察自己的研究对象时，必然要引入横断学科的新概念、新方法，必然力求综合运用其他学科的理论成果；这些都是新闻学萌生新闻边缘学科的内在动力。

新闻学边缘学科是学科交叉的产物。开拓新闻学边缘学科，要在新闻学与兄弟学科之间的交叉地带、联结区域上下功夫。两门或两门以上学科之间的交叉地带，往往是边缘学科的生长点。边缘学科的开拓者首先要掌握好相关学科的基础知识，才能认识交叉地带的特点，并进而寻找出边缘学科的生长点。要把两门或两门以上学科的原理、内容、方法相互渗透、溶合，藉以产生新的概念、新的关系、新的方法、新的理论、新的层次、新的领域，以至逐渐开拓出新的边缘学科。边缘学科不是简单“结合”的产物，而是复杂的“化合”的产物，是科学苑里的“新品种”。“新品种”要有自己的新特点，它不是原来各门学科知识的机械相加的总和，而是在兼含并蓄原来各门学科知识基础上具有完全新质的“新学科”。新闻学边缘学科要与新闻工作实践紧密结合，加强应用性，为发展新闻学研究和指导新闻工作实践做出贡献。

开展新闻学边缘学科，关键在于要有一批素质较高的具有交叉型知识结构的研究人员。这种知识的交叉是双向性的，既要有新闻专业人员去交叉对方学科，又要有对方学科专业人员来交叉新闻学科。在高等新闻院（系）里可采取跨学科招收研究生的方式培养具有交叉型知识结构的研究人员，在新闻单位里应鼓励不同学科背景的新闻工作者从事边缘学

科的开拓；同时，我们还要欢迎其他学科的研究人员参加开拓新闻学边缘学科的队伍。要群策群力，协同作战，避免人才和力量分散、事倍功半的现象。

在开拓新闻学边缘学科的工作中，我们要继承并发扬我们党新闻学研究的马克思主义的优良传统。马克思主义在我国第一次历史性飞跃发展的时期，奠定了我国无产阶级新闻学理论的基础，现在的任务，是要建立具有中国特色的社会主义新闻学体系。轻视新闻学研究的马克思主义传统，把西方资产阶级社会科学中的一些东西不加分析批判地当作时髦去追逐，是应该坚决摒弃的恶劣学风，肯定要犯错误的。鄙薄新闻学边缘学科的开拓工作，划地为牢，不求进取的观点，也是不足为训的。开拓新闻学边缘学科是建立具有中国特色的社会主义新闻学体系的宏大工程的一部分。新闻学边缘学科的发展起着丰富充实中国社会主义新闻学体系的重大作用。

我们要满腔热情地鼓励新闻学边缘学科的开拓性工作，精心培植新闻学边缘学科，使它们尽快地茁壮成长，开花结果。任何一门学科的发展，都有一个从不成熟到成熟、从不被承认到为人公认、从潜在形态到现实形态的发展演化过程。我们应该让新闻学边缘学科去经历这一过程，求得自身的成熟，取得学术界和社会的公认。我们希望的是，各个新闻学边缘学科，作为发展中的学科，所经历的演化过程相对缩短一些，成熟得更快一些。

1988年10月，华中理工大学新闻系发起召开了全国首届

新闻学新学科学术讨论会。会后，新华出版社决定编辑出版新闻学边缘学科丛书，以推进开拓新闻学边缘学科的事业。时序推移，春秋三易，当年与会的从事新闻学新学科研究的同仁们经过艰苦努力、潜心探讨，拿出一批成果，使这套丛书得以陆续与广大读者见面。我们祝愿这套丛书成为新闻学边缘学科百花盛开的园地。我们期待着新闻工作者、新闻科学研究工作和新闻教育工作者以及广大读者给予关注、批评和帮助。让我们共同努力，开拓创新，把新闻学边缘学科的研究水平提到新的高度。

汪新源

1991年6月于武昌

前 言

1986年，华中理工大学新闻系受中宣部新闻局的委托，举办了建国以来的第一个新闻管理专业的干部专修班，为全国数十家新闻单位（主要是省、市级党报报社）培训了一批从事经营管理工作的专门人材。1988年，华中理工大学新闻系又承担了“七五”期间国家哲学社会科学重点科研课题《新闻事业与现代化建设》中的《报业经营管理》子课题的科研任务。课题组根据完成科研任务的需要，对全国报纸出版行业的经营管理情况开展了系统的调查。

作者担任了新闻管理专业的《报业经营管理》课程的主讲任务，并参加了《报业经营管理》子课题的全部科研工作。在干部专修班毕业后，继续向新闻系的研究生、本科生、专科生等开了《报业经营管理》课。《报业经营管理》一书，就是作者多年来从事教学、科研工作心得的总结。

报业经营管理是新闻业管理学的一部分。建国以后，我国新闻学界对新闻业管理学的研究，长期处于停顿状态，各新闻院系也没有开设这方面的课程。党的十一届三中全会以后，在“一个中心，两个基本点”的基本路线指引下，我国

新闻事业和其他战线一样，也得到了巨大发展，出现了新面貌，新闻学研究呈现出新的局面，新闻业管理理论也开始受到了重视。作者不揣谫陋，对报业经营管理理论进行了研究，取得了初步成果。《报业经营管理》一书的出版是向新闻界和新闻教育界的一次汇报，以期得到批评和指正，从而能够推动新闻业管理学的研究。

在报业经营管理的研究过程中及本书写作过程中，华中理工大学新闻系主任汪新源曾给予多方面的指导与帮助。全书完稿后，汪老师又进行了认真的审阅，提出了中肯的意见。作者在此向汪新源老师表示诚挚的感谢和敬意。

华中理工大学新闻系新闻管理专业1986级干部专修班的同学们给作者提供了他们所在报社的很多实际情况和调查数据，对本书的写作起了积极的作用；作者也向他们表示衷心的感谢。

屠忠俊

1992年4月

目 录

序言	汪新源 (1)
前言	(1)
第一节 绪论	(1)
第二节 报纸的商品性	(4)
一、报纸商品性的认定	(5)
二、报纸作为商品的双重出售方式	(11)
三、报纸作为商品的其他特点	(14)
四、商品性与“商品化”	(16)
第三节 报社企业化经营管理	(20)
一、我国国家所有制单位的类型及它们的经济管理方式	(21)
二、我国报社经营管理方式的历史沿革	(28)
三、报社企业化经营管理的基本事实依据和权责利独立原则	(31)
四、报社经营管理活动的指导原则	(35)
五、所有权、经营权、编辑权、接近权	(39)

第四节 报社经营分析	(43)
一、报社经营类型分析.....	(44)
二、报社同国家财政经济关系类型分析.....	(50)
三、报社经济活动效果简易综合分析.....	(58)
第五节 报纸价格、成本及报社印刷厂生产分析	(63)
一、报纸价格分析：廉价报纸与广告.....	(63)
二、报纸成本分析.....	(76)
三、报社印刷厂生产分析.....	(84)
第六节 报社技术改造	(101)
一、报业技术的发展方向	(102)
二、报社技术改造的基本认识和基础措施	(111)
三、“适合技术”观念	(126)
四、新技术的管理问题	(121)
第七节 报社多种经营	(127)
一、信息产业结构及新闻业在其中的定位	(127)
二、大经济及报社多种经营活动的若干原则	(132)
三、报社人力和固定资产资源的基本特征	(135)
四、报社多种经营项目分析	(141)
第八节 报社公共关系	(159)
一、新闻机构在社会公共关系网络中的三种角色	(159)
二、报社公共关系工作的内容概述	(161)
三、报社公共关系工作原则	(164)
四、报社横向联系方面的公关工作	(167)
五、报社纵向疏通方面的公关工作	(171)

第九节 报社经营管理机构	(180)
一、报社经营管理机构在报社中的地位	(181)
二、报社经营管理机构在报社中的作用和工作 内容.....	(184)
三、报社经营管理机构人员素质的提高	(190)

第一节 绪 论

报业经营管理是新闻业管理学的一个子学科。新闻业管理学则是在新闻学与管理学的交叉地带生长起来的一门新闻边缘学科。

现代社会是结构复杂、规模庞大的巨系统，新闻系统是这一巨系统下属的一个子系统。新闻系统在社会组织网络中，具体表现为各类新闻机构。报社、广播电台、电视台、通讯社、新闻杂志社、新闻电影制片厂等都是从事新闻传播活动的新闻机构。新闻机构运用相应的新闻媒介从事新闻工作。一个国家的各类新闻机构及其所从事的新闻工作的总和称为这个国家的新闻事业。报纸出版事业是出现最早，历史最长，社会影响最为巨大、深远的一项新闻事业。从经营管理的角度来说，报社的企业化形态发育得最为完全。因此，报业经营管理在新闻业管理学中最有典型意义。

新闻机构要从事新闻活动，必须借助于一定的物质技术手段。新闻机构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，又是社会生产力的组成部分。在新闻机构中，集合

有各种职业的劳动者，他们在复杂的组织网络中，彼此按一定的相互关系原则结合在一起，为实现新闻事业的社会功能而协同工作。每一个新闻机构都是一个社会基本单位，也都是有一定的社会关系的载体。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。无论是有效地组织社会生产力，还是合理地调整社会关系，都需要进行管理。就报业而言，省级以上报社的固定资产总值以千万元计，地级报社的固定资产总值以百万元计，规模相当于大型、中型的工业企业；省级以上报社职工人数为千把人，地级报社职工人数均以百计。报业经营管理第一个方面的研究内容，就是要对报社的物质技术手段及工作人员进行科学管理，以期报纸的社会功能以最有效率的方式得到实现。

新闻机构是一种具有生命力的社会组织，必须具有创造维持自身生存的必需条件的维生功能。这种维生功能，不是一种消极的、维持性的、在原有水平上简单延续生存的功能，而是一种积极的、进取性的、保证自身不断更新、发展的功能。就报业而言，从经济上来说，报社必需具有稳定的、充足的经济收入，才能补偿报纸出版、发行过程中的各种耗费，才能补充、更新生产报纸的物质技术手段，才能使报社职工的劳动条件得到充分改善、劳动报酬得到合理提高、集体福利事业得到长足发展，从而实现作为一个社会组织的维生功能。报业经营管理第二个方面的研究内容，就是从经济活动这一侧面，对作为一个经济组织的报社进行科学经营，从而解决建立报社的维生机制，并使其以最有效益的方式

运行的问题。

综上所述，我们可以把报业经营管理规定为一门研究对报社的物质技术手段及工作人员进行科学管理的方法和规律，研究报社的维生机制的建立和运行的新闻学分支学科。研究这门新闻边缘学科，目的在于探讨如何有效地保证报社在经济、技术方面的生存和发展，从而保证报纸出版事业在我国社会主义社会中有效地发挥自己的功能。

报业经营管理的内容，应该包括理论、方法和实务三个方面。由于篇幅限制，本书没有涉及报业经营管理的方法和实务方面的内容，只集中谈了理论方面的一部分基础性问题：从经营管理角度必须确定的立论前提——报纸商品性和报社管理的企业化，报社经营分析及报纸价格、成本、报社印刷厂生产的分析，报社经营近年来面临的三个新课题——技术改造、多种经营和公共关系，以及报社的经营管理机构。在论述上面所说的问题时，对报业经营管理所包括的各个方面的内容，作了“点到即止”的说明，以期读者对报业经营管理的全貌有初步的了解，并能产生进一步阅读关于它的方法和实务的专著的兴趣。

第二节 报纸的商品性

1563年，威尼斯与土耳其交战期间，威尼斯政府发布手抄的《消息公告》。《消息公告》由专人在公共场所向公众朗读，听众每人需交一个硬币（Gazeta）。《消息公告》改为印刷发行后，售价亦为一个Gazeta。此后，欧洲各国普遍将报纸称为Gazeta。1631年，法国出版的第一份报纸，取名《La Gazette》。在俄文中，报纸被叫做Gazeta。事物的名称，往往反映了事物的某种本质属性。Gazeta这一名称，也正反映了报纸的商品属性。

从报社经营管理的角度来说，报纸的商品性是十分重要的一个基本概念。报纸的社会功能要通过将报纸作为商品出售来实现，报社的生存和发展所需要的经常收入要通过将报纸作为商品出售来取得。可以说，作为商品的报纸，是报社实现自身功能和维持自身生存这两个基本方面的活动的统一产物。如果说，对“商品性”是否应该作为一个学术概念引进新闻学的殿堂还可以从容进行讨论，那末，对于报社经营管理学来说，离开了报纸的商品性的概念就无从着手构建自己的学术框架。