



学术网 >> 实务 >> 经营管理

我们需要什么样的传媒经济学

2002-10-29

——兼评金碚的《报业经济学》

作者：常永新 | 7088字节 | 阅读：65次 | 评论：0条 | 关键词：报业经济学 金碚 传媒经济学 来稿选登

[关键词]：报业经济学 金碚 传媒经济学 来稿选登

报纸是最传统的大众媒介之一，在各国经济、社会和政治生活中都发挥着重要的作用，具有多方面的社会功能。近年来，我国报业市场蓬勃发展，报纸的形态和社会功能发生了显著的变化。特别是，随着我国加入WTO，报纸产业将进一步加快发展的步伐。而作为迄今为止极少数几个尚未开放的领域之一，其所蕴藏的巨大商业价值必将加速释放出来，报纸产业将成为未来几年持续的投资热点。从这个角度看，我国的传媒经济学研究可谓恰逢其时，其现实意义更加凸现。

然而，和实践界的呼唤形成强烈反差的是，虽然有关传媒经济的研究在国内渐呈燎原之势，与传媒经济有关的名词也成为许多报刊杂志重要文章的关键词，但目前国内的传媒经济研究却略显苍白无力和喧嚣浮躁之风。这种苍白浮躁主要表现为，缺少扎扎实实的规范严谨的原创性研究。一些研究往往是在学术信息不足的情况下进行。一项研究开始，没有文献检讨或文献回顾，没有尽可能把前人所作的相关文献加以分析就妄下结论；不少学术论文，没有基本的传媒经济学框架和概念，却更像报告文学或中央叙议的散文；有的虽是运用思辨分析的方法，却未对论文的基本研究对象加以定义明确，论文中对于诸多问题都是蜻蜓点水，未经充分论证……诸如此类的成果不仅称不上是严肃的经济学研究，甚至可能将我国刚刚起步的传媒经济学引入歧途。

值得欣喜的是，由经济管理出版社出版，中国社会科学院工业经济研究所金碚所著的《报业经济学》一书，第一次以规范的经济理论和方法对报业经济进行了系统地研究，提出了传媒经济学这门新兴交叉学科的构架，并做出了具有开创意义的基础性研究。作者所拥有的经济学基础是一个很大的学术优势，如果说绝大多数研究报业的学者都是从新闻学或者传播学的角度来观察研究对象，那么，作者却是从经济学的角度来观察这个研究对象的。

在序言中金碚先生以充满感情的笔触谈及与报业经济学结缘的经历。1999年初，由于工作的需要，他被任命为《中国经营报》总编辑。为了适应这项工作，这位“半路出家”的经济学博士，花了相当多的精力和时间突击学习有关的新闻传播理论。在他担任总编辑的时间里，《中国经营报》虽然经历了风雨交加、时事变迁、结构震荡，但报纸业务却蒸蒸日上，成为经济类报纸的佼佼者。金碚认为，了解和研究《中国经营报》的发展历史运作模式，非常有助于揭示中国报业市场经济的各种内在关系和客观规律。于是，作为产业经济学研究领域颇有建树的学者，他试图以经济学的视角，由表及里地观察和研究中国报经产业的经济和经营问题。

通读《报业经济学》一书，笔者感到它至少具有以下几个显著的特点：

第一、该书的主要贡献是建立了一个报业经济学的研究框架和理论体系。

中国报业发展和改革问题是一个十分复杂的问题，触及中国社会政治经济生活的方方面面。在传统计划经济中，报社是党和政府部门的附属机构，报纸是完全的宣传品，绝大多数报纸都是各级党政机构的机关报，根本没有形成一个经济学意义上的产业。实行经济体制改革以来，中国报业发生了显著的变化。报纸的数量大幅度增长，省、自治区、直辖市以上的报纸1980年仅为188种，到20世纪末增长到1000多种。中国报业发展逐渐呈现出市场化、商品化、企业化的

jn 文章 jn 动态

上一篇 Previous

• 传媒操守刍议
作者：丁柏铨 | 2002-10-29
我们今天所处的时代，是人们愈来愈离不开新闻传媒，受众对传媒的要求越来越高，各种高新技术更多地向传播渗透，传媒之间市场竞争愈演愈烈的时代。在这样一个时代，强调传媒坚持应有的操守，显得比过去任何时候都更为……

下一篇 Next

• WTO背景下中国广电产业化的另类思考
作者：曾励 | 2002-10-29
内容简介：加入WTO以后，中国广电业即将面临海外媒体及资金的冲击，如何应对这一悬在我们头顶的“达摩克利斯”利剑，我国政府力图通过组建大型广电集团的形式来主导中国广电业的“大洗牌”，并以此应对国外巨型……

如何提升 你的专业高度？

这里汇集国内20余家专业出版机构近5000种图书，目前国内传媒专业程度最高的网络主题书店 >>>

中华传媒书店
BOOK.MEDIACHINA.NET

趋势，中国报业已经迈出了产业化的巨大步伐，报业产业化发展意味着，在中国，报业正越来越成为一个完整的经济活动领域，形成了其内在的和外部的各种经济关系。报业经济已经或正在成为中国整个经济体系和产业经济体系中的一个重要组成部分。但是，要想全面探讨报纸产业的改革与发展，必须寻找一个完整的逻辑体系进行系统的研究和论述。

该书以经济学特别是产业经济学的基本理论、基本方法和分析工具，对报纸产业的经济关系和经济规律进行了系统的研究。在该书第一章中，讨论了报业经济学的研究对象和报纸的基本特性，详细论述报纸所具有的多方面的二重性，即揭示报纸的经济独特性的核心内容。这是报业经济学的理论基础和逻辑分析的起点。第二章讨论了报纸生产过程中的基本经济关系。报纸生产涉及前后相连的若干环节，这些环节的连接可以通过市场交易的方式来实现，从而完成报纸生产的整个过程。第三章和第四章分别从需求和供给两个方面，讨论报纸的市场关系。第五章和第六章研究报业的产业组织和市场结构以及报纸生产者的策略行为。第七章和第八章研究报社组织内部的结构和人力资源问题。第九章和第十章研究报业发展中的战略经济以及信息经济问题。第十一章研究政府的行为，包括报业经济中的国有经济以及政府对报业的管制等理论和现实问题。研究报纸和报业经济，不仅可以揭示市场经济运行中一般规律的现实表现形式，而且可以发现一个特殊产业中市场经济机制发生作用的具体方式，以及可能产生的各种特殊现象。

该书另一个重要贡献是将实证研究和规范性研究结合起来。书中指出，一般经济学研究可以将实证研究和规范性研究完全分开，分别进行理论分析。而报业经济分析却很难将实证研究和规范研究完全分开，如果那样做，其分析结论就会严重脱离现实状况，失去理论逻辑的客观基础。而脱离了规范分析的实证分析和脱离了实证分析的规范分析，都是没有多大的实际意义的。

金碚强调，报业经济学是微观经济学和产业经济学在报业领域中的延伸。同微观经济学和产业经济学的一般研究方法一样，报业经济学并不着重于研究报纸生产的具体物质技术过程，而主要是研究报业运行的经济关系和经济规律，研究报社作为一个经济实体所发生的市场关系，即报业的市场结构、有关行为主体的行为方式、报业市场的经济绩效以及政府对报业的管制和管制效果等经济学问题。

该书虽然是以严谨规范的经济理论作分析工具，但各章的理论分析均以中国报业经济发展的现实状况为背景。不仅具有理论创新性，而且非常注重所提出政策建议的操作性，其对实际工作的推动和指导作用是十分明显的，并在许多方面取得了较大的突破。

首先，该书主要研究社会主义市场经济条件下的中国报业经济。报业经济学虽然可以研究报业运行的一般经济规律，可以借鉴不同经济和政治制度下报业运行的经济规律，但是，不可能完全脱离各国经济和政治制度下的报业运行的经济关系和经济规律，报业运行的一般经济规律只有在具体的制度条件下才能发挥作用。而在不同的经济和社会制度下，报业运行不仅遵循一般经济规律，而且，还必须遵循一系列特殊经济规律。

中国实行市场经济，报业运行必然具有市场经济的一般规律性；同时，中国又是社会主义国家，实行共产党领导的政治制度，所以，中国报业经济运行必然要遵循具有中国特色的特殊规律性。在充分考虑中国报业经济的特点和现状的基础上，紧密结合中国国情，该书提出了一些独具特色的理论。比如，在探讨报纸二重性特征的基础上，分析了报纸的价格与市场需求之间关系的特点；提出“体制性的固定成本”对报社效率的不利影响，提出报纸的垄断性使报纸生产可能获得较高的利润，这种高额利润不仅包含着垄断利润，还包含着政府限制报纸数量（刊号限制）而形成的经济租；提出中国报业经济领域普遍存在信息不对称现象，认为在报纸发行量不对称的条件下所发生的博弈现象是值得研究的命题等等。

其次，该书充分考虑了中国报业未来的发展趋势，提出了一系列的新理念和新做法，具有较强的前瞻性。比如，在分析了政府对报业的进入管制和行为管制的种类和特点后，提出报业的进一步市场化，政府对报业进一步放松管制，是一个必然的趋势，报业改革必然表现为相当程度上的放松管制；在探讨报业改革的目标时，提出几项前瞻性的分析：1、在中国的政治和社会制度下，新闻业包括报业是一个非常敏感的行业，为了保持一定的舆论导向和社会稳定，政府必然要对报业进行严格的控制。但是，控制方式会有很大的变化，即减少行政性的直接控制，逐步转向以政策、法律控制和经济性控制为主。2、中国报业将成为竞争性越来越强的产业，报社的组织体制将逐步向其他市场经济国家接近，即向企业化方向转变的速度将明显加快，公司制将成为报纸产业可选择的组织形式之一。3、中国现阶段的产业结构中，报业是一个具有较大可盈利性的产业，一些外部投资者将有很强的进入动机，报业的产权多样化将成为必然趋势。4、为了增强中国报业和报纸的竞争力，国家将给报社更大的自主权，特别是经营自主权。中国报业将在越来越大的程度上同国

际报业市场接轨，封闭式的报业市场逐步转变为适度开放的报业市场。

立意高远，推陈出新，毫不夸张地说，《报业经济学》一书将成为中国传媒经济学领域经得起时间检验的里程碑之作。
中国传媒业日新月异的发展，呼唤着更多的经济学者关注这一领域。

常永新，南开大学国际商学院管理学博士生，天津《今晚报》社编辑，

联系方式：天津市南京路358号《今晚报》专刊部

邮编：300100，

电话：(0)13802198821

Email: cyx666@eyou.com, 23505471@sina.com

常永新

｜ 传媒资讯网 ｜ 传媒学术网 ｜ 传媒考研网 ｜ 传媒博客 ｜ 传媒社区 ｜ 传媒书店 ｜

｜ 关于我们 ｜ 会员注册 ｜ 交换链接 ｜ 联系我们 ｜ 法律声明 ｜ 广告服务 ｜



© 2001-2007 中华传媒网版权所有 京ICP061016
Copyright © 2001-2007 MediaChina.net All Rights Reserved