



## 学科导航4.0暨统一检索解决方案研讨会

刍议社会主义市场经济条件下的新闻改革

<http://www.fristlight.cn> 2007-01-15

[作者] 孙旭培

[单位] 传媒学术网

[摘要] 中共十四大的召开,标志着我国已进入了一个以发展市场经济为主要特征的、具有中国特色的社会主义新时代。在这伟大的时代,新闻业将呈现什么样的面貌,新闻理论和实践将会发生怎样的变化,成了人们关注的问题。在经历过10多年新闻改革的今天,更加有可能深入研究这些问题。由于对市场经济条件下新闻业的动运作的研究才刚刚开始,本文在这里也只能谈一些不够全面、不够系统、不够成熟看法。

[关键词] 新闻媒介;新闻宣传;舆论监督;新闻改革

中共十四大的召开,标志着我国已进入了一个以发展市场经济为主要特征的、具有中国特色的社会主义新时代。在这伟大的时代,新闻业将呈现什么样的面貌,新闻理论和实践将会发生怎样的变化,成了人们关注的问题。在经历过10多年新闻改革的今天,更加有可能深入研究这些问题。由于对市场经济条件下新闻业的动运作的研究才刚刚开始,本文在这里也只能谈一些不够全面、不够系统、不够成熟看法。

一、新闻业与经济基础的关系 1957年5、6月间,毛泽东说:“在社会主义国家,报纸是社会主义经济即公有制基础上的计划经济通过新闻手段的反映”,“资本主义国家报纸是无政府状态和集团竞争的经济通过新闻手段的反映”。毛泽东还批评一部分知识分子新党员,说“他们反对为了实现计划经济所必须的对于文化教育事业(包括新闻事业在内的)必要的但不是过分集中的领导、计划和控制”。这些论断,几十年来一直是作为我国新闻学的理论基础。毛泽东的论断说明,社会主义新闻事业是植根于社会主义经济基础,并且是为它服务的。从这个意义上来说,今天仍要看到它的正确性。因为宪法就规定,新闻广播电视事业是“为人民服务,为社会主义服务”。需要加以说明的是,肯定新闻业为社会主义服务是一回事,新闻业应该采取什么样的服务形式,新闻媒介应该具备何种风格、特点,又是一回事。总不能简单地认为,为自由经济服务的新闻应该是自由新闻,为计划经济服务的新闻应该是计划新闻。因为社会主义新闻业与资本主义新闻业,除了阶级性的差别以外,还有许多共同的运作规律。比如,新闻媒介都是用来传递情况,传递意见(包括思想、主张、方案等),这是相同的。再如,无论社会主义类型的宪法,还是资本主义类型的宪法都规定公民有言论自由、出版自由,而新闻自由正是这两种自由通过新闻媒介表现出来的。新闻媒介要传递千变万化的情况,不同的公众意见,必须在具有上述自由(通称为表达自由)的情况下才能做到。而规范新闻媒介行为的是法律和新闻职业道德。这些也应该是共同规律。可是,几十年来,报纸是“计划经济通过新闻手段的反映”这个概念,成了新闻业的无形的“纲”。毛泽东所设想的对新闻事业实行“必要的但不是过分集中的领导、计划和控制”并没有做到,而实际上,是如邓小平一针见血指出的,“我们长期认为社会主义制度、计划管理制度必须对经济、政治、文化、社会都实行中央高度集权的管理体制”。我们实行的是高度集中的计划经济,于是作为其“反映”的新闻也成了高度集中的“计划新闻”。所有的新闻媒介都仅仅看作是宣传工具,都必须按照执政机构指导各项工作的需要运作。在相当长的时期中,报什么,怎么报,必须符合所谓“宣传口径”,以至记者、通讯员得按报社每月制订的宣传报道提纲写稿,打所谓“宣传战役”。“计划新闻”的重要特征是,所有的新闻媒介整齐划一地报道某一方面的情况,某一种意见。至于报道新闻,必须遵从“新闻、旧闻、无闻”的规定。这里的所谓“旧闻”,就是故意不要时效,把新闻压得很长时间,使之成为旧闻才予以报道(如林彪摔死在温多尔汗,几十天以后才透露,唐山地震死伤人数很多年以后才报)。所谓“无闻”,就是不报道,哪怕老百姓认为是“天大的新闻”,如人类第一次登月飞行,我国公开的新闻媒介也可以压根不报批评上述现象,并不是主张刊登新闻,不作选择,不分主次,不讲究角度。任何媒介都是要按照自己的编辑方针选择和处理新闻的。而且,倘若是国家秘密或个人隐私,就根本不能报道。但是,如果把并非国家秘密或个人隐私的公众关注的新闻压成“旧闻”、“不闻”,就可能造成在实际上愚弄公众,就会有悖于民主政治。这样的媒介就得不到公众的信任,最终也不能在国家政治和社会生活中发挥建设性的作用,却容易产生消极的乃至破坏性的作用。这类教训实在太多,不胜枚举。党的十一届三中全会以来进行的新闻改革,使我国新闻媒介的面貌大为改观,使上述情况有了很大程度的改变。但由于计划经济导致计划新闻的理论仍有影响,新闻改革再要深入进行就有困难。好

在新闻改革的新的动力现在有了。十四大提出发展社会主义市场经济，必然推动文化事业的相应的改革。如果说在计划经济条件下搞“计划新闻”都不符合新闻规律，那么，在市场经济条件下搞“计划新闻”就更没有道理了。在计划经济条件下，新闻媒介本来就应该在自由和法制的范围内动作，那么，在市场经济条件下就更应该是这样。在高度集中的计划经济时期，新闻媒介只是单纯地作为上层建筑来看待（因为它们通归“宣传口”，其突出功能是作为政治喉舌），在阶级斗争、政治斗争中发挥作用。在现在的市场经济条件下，新闻事业横跨经济基础与上层建筑两个领域。作为宣传喉舌，它为宣传执政党和政府的方针、政策、主张服务，属于上层建筑，这种职能将主要依靠党和政府的机关报来承担。作为信息业，它属于第三产业（也有人把它归于第四产业），新闻、信息是第三产业的一种产品，也是消费领域的一种商品。在过去，新闻媒介以政治为中心。今天，新闻媒介要以经济为中心。在发展社会主义市场经济的过程中，我们要更多把新闻业作为信息业来研究、来建设。要研究和搞好信息的生产、流通和消费。这是一种历史性的转变。

二、大幅度地提高信息量从世界范围来看，现代新闻业是随着几百年来市场经济的发展起来的，是生产社会化的成果。由于生产社会化程度的提高，在人类社会分工越来越细的同时，社会交往也越来越广泛，越来越需要信息，对信息掌握得越多、越全面、越准确、越及时，作出的决策就越正确，在市场经济的激烈竞争中才能取胜。有人在提出大中华经济圈的设想时，将大陆、台湾、香港的各自的优势作了对比，其中谈到香港有信息和资金的优势。香港弹丸之地，有报纸60多家，且各报多达几十个版。因此仅就新闻媒介提供的信息就浩如烟海。还有其他各种信息渠道提供的大量信息。可以提出这样的命题：市场经济越发展，信息业就要越发达。发达的标志是信息量不断增长。日本是世界上每千人拥有日报最多的国家，其信息量的增长仍很快。据日本官方资料，以1979年为100，到1989年，日本电子媒介的信息为3233，增长31倍多，印刷媒介的信量为231，增长1倍多。我国新闻媒介提供的信息量向来很小。最近几年，由于社会对信息的需求，也由于广告量的增长，新报不断创刊，许多报纸如天津日报、解放日报、文汇报、北京日报、福建日报、黑龙江日报、经济日报、光明日报由4版改为8版，广州日报成为中国第一张对开12版的日报，新民晚报成为第一张4开16版的报纸。同时，全国约有三分之二的省市委机关报和三分之一的中央部委机关报，办起了周末刊或星期刊。但是，由于报纸杂志化的倾向明显，信息量的增长很有限。我国发展市场经济，必须大幅度增加信息传播。人们只有充分了解国内外各种信息，才能做出正确的决策，才能及时调整和规范自己的行为，才能实现社会资源的合理配置。比如说，我国将逐步推广股份制，股民队伍将不断壮大，这种情况也会推动信息需求的发展。一个手持很多股票的股民，会非常关注经济和社会发展的形势。对于一个买了纺织股票的股民，某棉区的丰收，某化纤厂的投产，某纺织厂的着火，某国限制我国纺织品的进口，都会牵动他的喜忧，他还随时可能购买别种股票，就要关心和比较其他各行业的行情。而且不但关心经济新闻，还关注政治新闻。邓小平南巡讲话使香港股市猛涨。去年6月某日，深圳只是有传言，陈云要来深圳视察，就使深圳股市上涨15点。越来越多的人认识到，不但是经济信息，而且包括政治信息，只要善于利用，都可能转化为财富。报载江苏一位企业家，看到南朝鲜领导人访问北京受到高规格的接待的新闻后，意识到中韩建交在即，进而意识到与南朝鲜隔海相望的山东某城市，很可能将是韩国投资较多的城市，于是第二天，他就直奔该市，购置了几百亩地皮，果然，几个月后，该市房地产价格猛涨，他的企业获利很大。这足以说明，在市场经济条件下，社会公众特别需要高信息量。这种需求将成为推动媒介改革的强大动力。在市场经济条件下，由于不同地区、不同部门、不同所有制的企业，有着不同的利益和需求，因此仅仅从某一角度来考虑该不该向社会提供某一信息就不够了，可能一条信息对甲无所谓，而对乙特别重要。因此只有提供各方面的大量信息，才能满足社会需要，这就是当今世界许多国家报纸多达几十版，甚至上百版的原因之一。提供的信息量大了，就要求，也必然促成新闻自由度的提高。我们应预见到新闻业的这种发展趋势。为了提高新闻媒介的信息量，新闻学要加强这方面的研究。包括研究新闻信息量的内含与外延是什么？信息怎样量化？我国新闻信息量的现状如何？需要加强哪些方面的信息量？通过哪些途径扩大信息量？发达国家在这方面有哪些经验值得我们借鉴？等等。

三、切实发展舆论监督市场经济有利于推动生产力迅速发展，但它也带来经济成分和经济结构的复杂化，人们经济行为的复杂性和利益多元化，如果没有其他配套措施跟上，贪污、受贿和徇私枉法等腐败现象有可能大幅度增加。发达国家在发展市场经济的过程中，已逐步确立许多制度用来进行民主监督和制约。这些制度作为资本主义的上层建筑，有着维护资产阶级利益的性质的一面，但也有不少值得加以肯定，堪称人类文明成果的部分，值得我们在建设社会主义市场经济中加以借鉴。发展民主，发展监督、制约，是减少和消除腐败现象的重要良方，是保证社会主义市场经济健康运行的必要保证。而舆论监督就是良方之一。通过新闻媒介进行的舆论监督，属于新闻自由的权利范畴，完善的舆论监督机制，需要在发展社会主义民主的进程中逐步确立，这是个长期的过程。但作为建立这种机制的重要一步，即新闻媒介独立负责地揭露贪污、腐败、徇私枉法等腐败现象，应该尽早实现。这里说的独立负责，是新闻媒介在揭露腐败现象，只需由本身作决定，不受外界干预；并对自己的报道负全责。如果因不实、夸大而损害他人名誉，或者故意诽谤，则要受法律追究。这就是通常说的，“记者对事实负责，报纸对法律负责”。为什么新闻媒介在披露腐败现象时只需要独立负责呢？

这是因为搞腐败的人往往是盘根错节，结成“关系网”，很难突破，即使稍露“马脚”，也能靠“关系网”的保护，把“马脚”很快遮掩和保护起来，因此追查、处理起来都相当难。而舆论监督独具的特性有助于解决这个问题。一是舆论监督具有及时性。记者是职业的调查研究人员，容易发现蛛丝马迹，捉住“马脚”，新闻媒介可以及时地、客观地将这只“马脚”公之于世，然后穷追不舍，就能显露出马的全身。日本著名的里库路特案和其他许多行贿、受贿案件，都是记者获得蛛丝马迹后，穷追猛打挖出来的。相反，如果遇到蛛丝马迹，媒介不能及时报道，或者要经过层层批准，不法者早已开始了遮掩和寻求保护的活动，就无法进行有效的舆论监督。二是舆论监督具有公开性。不法活动最初的暴露，往往是“露在水面上的冰山一角”，公诸报端之后，就能引起全社会的注意，知情人就可能有勇气向新闻媒介和司法机关披露内情，提供证据，司法机关和社会有关各界就会较快地介入，更多地关注，这样就使得企图掩盖不法活动的人难以得逞。让新闻媒介独立自主地揭露腐败和不法活动，也是需要解放思想、换脑筋的。因为对此历来有各种顾虑，最大的顾虑是：揭露腐败多了，就会造成社会漆黑一片的现象，从而会影响安定团结。其实这是没有道理的。现在，群众对报纸有意见的，恰恰是唱赞歌太多，揭露腐败和不法活动太少，腐败现象在社会的各个层面都存在，人们有目共睹，并不因为媒介披露少就认为少。恰恰相反，看到报纸揭露腐败，司法机关打击腐败，人民群众就会对政府更有信心，对前途充满希望。当然，从报纸只唱赞歌，到较多地揭露腐败和不法活动，可能一时会使某些群众不适应。需要有一段由不习惯到习惯的过程。最终都会认识到揭露腐败，净化社会，是新闻媒介的应尽之责。政府和新闻媒介也应该经常宣传这个道理。相反，如果只为了一时的所谓“社会安定”，让舆论对腐败缄默或轻描淡写，作些粉饰太平的文章，必然会削弱对腐败和不法活动的打击，到头来只能带来社会的更严重的不安定。这似应看作政治上的短期行为。当然，新闻媒介在揭露腐败现象时，不是追求轰动效应，而要重视社会效益，要讲究科学性，要突出批评报道的建设性的作用，及时做好跟踪报道、查处报道和变消极因素为积极因素的报道。这些是社会主义新闻业区别于资本主义新闻业的特点。四、报业结构的发展变化我国现有报纸1700多家。这些报纸中，绝大多数是党委或部门、团体的机关报，以宣传它们代表的机关所指导的工作为主要任务，还有一些文化娱乐性的报纸，以知识性、趣味性见长。总的来说，我国报业队伍中还未出现高信息量的报纸。像日本《朝日新闻》等几家大报，早刊36版，晚刊24版，共出60个版。80年代初的美国，日报和晚报平均篇幅为57版和50版。这样的报纸我国还未出现。本人并不是主张现在我们也要搞五六十版的报纸。而是认为，与市场经济的需要相比，我国新闻媒介的信息量还太小。要扩大信息量，就要正视我国报业结构的缺点：一是我国报纸过于受行政区划的限制，刊登本地区的信息，为本地区服务，一直成了报业几乎不可逾越的戒律。几乎没有在首都以外出版而发行全国的综合性报纸。而这是机关报的体制决定的。搞市场经济，需要在不同地区，甚至国内外组织商品的生产、流通和消费，信息的生产、流通和消费也必然要在同样的范围内进行。因此，报业中的地区分割、部门分割是不应该的。这并不是说地区、部门不能有报纸，而是无论报纸办到哪里，都可以通过尽可能多而有用的信息，参与报业市场的竞争，做到优胜劣汰。这就是说，报纸也要推向市场。二是“官费办报，官费订报，只生不死，优劣全包”。现在报纸越办越多，质量平庸者并不少见，但是报纸办好了，赚了钱，大多是自己的；办得不好，亏了钱，却由国家补贴，理由是，报纸是国家的宣传工具，应该由国家补贴。有一些部门报纸，办报人几十成百，报纸发行不过几万份（还主要靠摊派发行），办报、订报都靠国家花钱。这样的报纸办得越多，国家财政负担越重。随着政府机构改革，部门将很难为这些报纸提供那么多的人员和经费。三是报纸家数多，版面少，信息量都很低（而且有相当我的信息重复），广告容纳量也小。这样首先给报纸发行增添困难；一个单位要掌握较多的信息，就要订很多份报纸，需要很多开支；作为一个读者，他也要看很多份报纸，才能满足应有的信息量，这就不利于私人订报的发展。其次由于现在大量广告寻找媒体，而能够发行全国的报纸却很少，使得这样的报纸的广告一版高达15至20万元，许多广告客户望而却步。另一方面由于这样的报纸版面又很少，它们的广告价格又不会不高。根据以上分析，我国需要发展有如下特点的报纸：1、高信息量。在最近两三年的发展中，需要一批有16—20个版的报纸出现。这样的综合性报纸既有大量的国内外新闻，又具有知识性趣味性内容，可以走进家庭（适合于丈夫、妻子、老人、孩子的内容兼备）。2、商业性。不用国家经费办报，也不用国家经费订报。完全靠读者市场生存，优胜劣汰。3、与普通群众新闻价值观念认同。举例说，在新闻编排上，重大的国际新闻、社会新闻、灾难新闻都可以放在头版头条。不一定是指导工作的新闻才放头版头条。这样的报纸可以是全民所有制，也可以是其他形式所有制，或者混合所有制。与此同时，整个媒体结构也会有变化。广播电视也可以有自负盈亏的商业广播电台、商业电视台。五、新闻报道内容的改革在市场经济条件下，新闻媒介对政治、经济、文化和社会生活的各个领域，要进行比计划经济时期更全面、更及时、更深刻的报道，因而在报道内容上也需要改革。这里仅以经济报道的改革为例。在计划经济时期，新闻宣传的重要任务之一就是促进生产计划的完成，报道的重点放在生产领域，报纸最习惯于搞一乡一厂的报道。农业报道老是宣传春耕、夏汛、秋收、冬藏。工业上老是宣传劳动竞赛、增产节约、完成任务。报道这些不断重复的现象，是没有多少新闻性的，即使在那时也引不起读者的兴趣。在市场经济条件下，市场在资源配置中起主导作用，新闻媒介的报道的重点应该是市场，包括生产资料市场、生活资料市场，还有金融、信息、技术、人才、劳务、房地产等

市场。市场是千变万化的，千变万化的事物是很出新闻的，从市场那里可以抓到从生产到消费，从经济到社会各个方面的新闻热点，报道市场动态，预测市场动向，报道和分析政府对市场进行怎样的宏观调控，等等。在市场经济条件下，市场在资源配置中起主导作用，新闻媒介的报道重点应该是市场，包括生产资料市场、生活资料市场，还有金融、信息、技术、人才、劳动、房地产等市场。市场是千变万化的，千变万化的事物是很出新闻的，从市场那里可以抓到从生产到消费，从经济到社会各个方面的新闻热点，报道市场动态，预测市场动向，报道和分析政府对市场进行怎样的宏观调控，等等。既然在市场经济条件下，经济报道的侧重点不同于计划经济时期，那么今后在经济报道中，是用更多的稿件体现指导性，还是体现服务性的问题，就容易看清楚了。过去办报十分强调经济新闻的指导性，有的报纸甚至要求刊登简讯也都要有指导性。现在搞市场经济，多种所有制，多种经济模式，相互进行竞争，很难用一个典型指导全盘。因此，今后指导性固然还要讲，特别是经济改革中，很有必要提供种种经验作分类指导，但是要强调服务性，向社会提供各种信息及根据信息所作的分析、预测，让不同人的得到不同的启发，各自高速自己的计划和行动。如果说，这也是指导性，那么它是通过报纸向读者提供服务实现的。是寓指导性于服务性之中。本文顺便在此提出一个值得讨论的问题（虽然可能提得早了点），就是如何划清给企业做宣传报道和给企业作广告的界线，我国新闻媒介长年用大量篇幅报道一个个企业，报道某企业如何做到年年上新台阶，如何改善经营管理，如何增产增收，如何提高职工积极性，如何重视技术革新等等。这些报道的意义在于交流了企业发展的经验，对于经济管理层和决策层有价值，登在面向企业家和政府官员的报纸和刊物上可能是很合适的。但登在面向社会大众的报纸上，由于它们没有多少新闻性，群众并不爱看。可是，这类稿件黑黑压压一大片，读者扫一眼，看到了企业的名字，也足以提高该企业的知名度。所以这类报道的主要效益就是广告效应。在发达国家，媒介报道某公司发明了某种新产品的报道有的是，报道某企业家的成功之秘的也有，因为这是读者很想知道的。但像我国媒介那样美化式地报道某企业如何做好工作的报道，却几乎见不着。理由是，“那岂不是给这公司做广告？”而广告应登在广告版，让读者知道这是企业花钱做的广告，这是国外的规矩（现在我国也有了这个规矩）。我国在实行高度集中的计划经济时期，报纸根本没有广告，企业也没有广告意识，因此刊登上述稿件没有广告之嫌。现在却不同了，企业都有较强的广告意识，知道企业的知名度与企业效益密切相关，而且懂得花十几万元做广告，不如只用几千元或上万元，设法在报纸上来篇报道。这就是我国媒介上大量公开的、隐蔽的“有偿新闻”存在的土壤和条件。而这种“有偿”，有的是企业把钱或其他好处给新闻媒介，有的则是给记者或编辑个人。而且这种现象屡禁不止。这已在很大程度上使新闻职业道德受到损害。既然在市场经济条件下，报道的重点应该面向市场；既然一个个生产企业的报道缺乏社会大众所感兴趣的新闻性；既然对企业的宣传又与广告不容易划清界线并容易导致新闻职业商品化的流弊，那么就需要提出一个问题：我们能不能逐渐减少对逐个企业的报道，只有那些确实创造了与众不同的新经验（堪称“成功之秘”），或大众感兴趣的新产品才予以报道呢？

六、参与海内外和国内外的新闻交流与竞争

据悉，我国的出口总值已经占国民生产总值20%左右，也就是五分之一的经济和国际市场挂在一起。随着市场经济的发展，我国市场将会与海外市场、国际市场联成一片，特别是中国参加关贸总协定后，我国经济与世界经济对接起来，一起交流、合作与竞争。信息的流通自然也要求广泛、迅速、畅达。这给新闻媒介提出了一个重要任务，就是如何及时地、大量地向社会提供各种信息。在我国，新闻媒介历来被看作政治喉舌、宣传工具，因此特别强调新闻媒介的政治性、阶级性，对于新闻的国际交流历来放不开步子，新闻的进出口量是很小的，与我们的大国地位是不相称的。在市场经济的条件下，新闻媒介的政治性、阶级性依然存在，要坚持其为社会主义服务的方向，要发挥新闻媒介对社会主义精神文明及我们民族文化的建设作用，要防止资产阶级的腐朽的思想随着新闻交流在我国人民中扩大影响，但同时，新闻媒介又属于为经济为社会提供信息服务的信息产业。一位领导人在谈到与港台进行新闻交流时说过：新闻界不把自己估计低，也不能估计高。这句话说得好。在与海外进行新闻交流方面，胆子可以壮一些，步子可以大一些。事实已经证明，并将继续证明，如果我们不在信息上敞开国门，如果没有足够的信息供应（包括经济、政治、文化等各方面的信息），我们的企业家、我们的决策人只能比国外同行慢几拍，只能在竞争中处于劣势。其次，经过最近十多年的改革开放，我国新闻改革已经提高了人民对新闻和舆论搞活的承受力，同时我国有大量的人员跨出国门，或经商，或做工，或留学，他们已受过国外新闻、信息环境熏陶，这些都有利于我国受众能够接受新闻自由度的进一步提高，而不会产生负作用。随着1997年的逐步来到，随着海峡两岸交流的发展，大陆与香港、台湾的新闻交流必将增加，从互换新闻稿，互派记者，到交换发行或合作创办经济报纸，以至逐步做到交换发行综合性日报等，都应该摆到议事日程上。因为信息交流是国家统一的起码标志和必经之途。为了与这样的目标相衔接，我们要逐步地放宽新闻选择的尺度，放宽言论尺度，一步一步地提高新闻自由度，使政府和官员习惯在新闻自由的条件下工作，使人民群众习惯在新闻自由的条件下择善而从和规范自己的行为。如果不是这样逐步提高新闻自由度，去适应市场经济的发展，而是出于担心海外、国外的新闻传播影响我们，因而想办法封锁海外、国外新闻，按这条思路是不是行得通呢？比如，在卫星电视日益发达的今天，有的部门提出不准向普通居民出

卫星电视天线（碟线天线）。这条思路显然是不行的。传播技术既是人类文明发展的成果，也是人类文明进一步发展的动力。我们祖先发明的印刷、造纸这两大传播技术，对推动世界进步起了重要作用。短波收音机、复印机、洲际直播电话、卫星电视是现代传播技术，它们对人类的生产和生活福祉产生的意义非常之大。无产阶级是先进生产力的代表者，应该作推动传播技术发展的促进派，应该积极研制、推广和利用先进的传播技术，为人民造福，如果抵制或限制它，只会落在社会潮流的后面，为历史所取笑。因为这和阻止古代欧洲人使用造纸术、印刷术一样可笑（所幸不曾发生过）。东欧有的国家曾禁止公民购买复印机，原苏联曾一度禁止民间使用洲际直拨电话，还有的国家不让公民使用短波收音机，结果怎样呢？都是不言而喻的事。事实上，在我国搞市场经济条件下，禁止公民使用卫星电视天线也是不可能的。报载我国已有生产卫星电视天线的企业约150家，骨干企业20余家，而且在边远地区和山区离开了这样的天线，中央电视台和本省电视台的节目都无法收看。总之，我们不能在层出不穷的新的传播技术面前处处设防。为了抵制和减少海外、国外新闻传播的负面影响，我们的办法只有以下几点：一是切实办好自己的节目，把受众吸引起来。就像珠江经济台通过丰富节目内容，改革节目形式，在与香港电台的竞争中赢得大量观众一样。二是提高我们的新闻自由度，增强我们的受众对海外新闻传播的负面作用的免疫力。三是努力研制和改进传播技术，使我国的节目传播有更高的质量（比如应抓紧研制高清晰度电视）。

七、新闻媒介自身的改革发展市场经济要求新闻媒介在报道方面有重大改革，必然也会对新闻媒介本身提出改革要求。新闻媒介在工作方式和经营方式上都需要有变化。好在这些改革，在不同的媒介都已有不同程度的进展。这里不作过多论述，只是提到一些主要的改革方面。一是组织机构和分工方式的改革。过去那种农村部、工交部的机构设置，那种按冶金、能源、纺织等行业跑的记者分工，是属于按计划经济运行规律设置的机构和分工，现在必须改为面向市场。我们需要跑证券交易所的记者、跑各种期货市场的记者、跑各种特区、大小开发区的记者，需要跑长江三角洲、珠江三角洲、边境贸易地带的记者。二是经营管理的改革。现在全国有三分之二的报社靠国家财政补贴。随着市场经济和新闻改革的深入发展，除了某些专业化程度较高的报刊，某些特殊报刊（如计划生育、残疾人康复教育、环境保护），以及少数民族报刊等，还需要国家财政给予补贴以外，其他新闻媒介都不能再“吃皇粮”，要成为自主经营的“法人”。即使享有补贴的报纸，其事业的发展，职工待遇的提高，也主要是靠自己的力量。总之，新闻业本身也要走向市场。在这种形式下，新闻单位必须像重视新闻报道本身一样重视自身经营，广告的发行业务是新闻单位领导十分关注和经常研究的问题。媒介还要重视多种经营，在国家法律和政策范围内经营各种经济实体。三是新闻人才素质需要提高，知识结构需要改善。过去，不少记者长期跑一个部门、个把月拿出一篇稿子也不算少，知识面不广，出成果也不多。今后新闻业将会面临竞争，报业与电子媒介之间的竞争，报业之间的竞争。竞争要求新闻人才素质的提高。要求新闻从业者具有竞争意识，具有“抢新闻”、赶时效的劲头，具有连续工作、吃苦耐劳的精神，还需要有公关能力和善于操作电脑的本领。而且，记者、编辑普遍需要经济头脑和经济知识。同时还需要有法律知识，一是使自己的报道符合法律规范，二是要努力保证新闻媒介不因自己的报道有误而吃官司。市场经济条件下新的新闻业，会造就出一批名记者、杰出报人和优秀的节目主持人。

八、新闻业的宏观管理在社会主义市场经济的推动下，新闻媒体大量增加，新闻信息量急剧增长，新闻自由度不断提高，这就要求传统的对新闻事业的管理方式也要逐步加以改革，确立新的管理方式。这方面的经验有待于在今后的实践中去摸索，去总结。但不妨先提出一些设想，以便开展研讨。一、国家对新闻业的管理，应该是宏观管理。首先是，国家制定新闻事业的中长期规划，对报纸、广播、电视在若干年内应该达到的水平和规模，做出统筹安排。其次是，在新闻事业发展过程中，对各种发展态势经常做出分析和预测，比如新闻纸的生产和销售，报纸发行中情况和问题，电视机、收音机的社会拥有量和生产、销售情况，报纸结构的发展是否合理，不时地由新闻媒介刊登或用白皮之类的文件发表，提出指导性的看法。再者，国家积极组织、协调和支持新的传播技术的发明、生产和使用。二、国家制定新闻法、广播电视法以及新闻纠纷诉讼方面的条例，实现新闻法治，尽量减少对新闻业的临时性的行政指示。政府对新闻报道的指示应尽量做到公开化，避免过多干预。三、新闻事业多层次的管理是必要的。党的机关报，坚持党性原则，应该按照党委的决议办报。任何对党报的要求与指示，必须符合宪法、党章，符合党委的集体决议，避免个人名义的横加干预。四、国家对新闻业的管理权限要适当下放。比如，既然报业要接受市场竞争，报刊批准登记，是否可由国家主管机关下放到省级主管机关。至于合法报纸的扩版、增页，可否不经批准。其次，党和国家要逐步减少过问具体的新闻如何报道。如果涉及国家安全和利益，涉及党和国家的秘密，新闻管理部门可事先向新闻单位吹风，召开背景介绍会，向新闻媒介提出建议或要求。

五、支持新闻界切实搞好自律，奖励模范遵守新闻职业道德的从业者。协助成立新闻评议会，对新闻媒介的重大报道或新闻纠纷进行评议。社会主义市场经济正在建设中，社会主义新闻自由正在发展中，市场经济条件下的新闻业如何运作正在研讨中，本人提出的一些看法，很不成熟，只是抛砖引玉，以便有识之士都来参与讨论。（写于1993年1月，原载《新闻学新论》，当代中国出版社，1994年7月）

