# 加入世贸与中国数字传媒的发展

来源：网络 作者：天地有情 更新时间：2024-06-10

*摘要：此论文首先论述 中国 网络 媒体的现状及 发展 趋势，然后 分析 加入世贸对中国网络媒体及传统媒体的 影响 。面对网络传媒所带来的负面影响，中国以全面的立法来管理网络。并开始致力于传媒的联合，以利于参与国际竞争。论文认为，“入世”后中...*

摘要：此论文首先论述 中国 网络 媒体的现状及 发展 趋势，然后 分析 加入世贸对中国网络媒体及传统媒体的 影响 。面对网络传媒所带来的负面影响，中国以全面的立法来管理网络。并开始致力于传媒的联合，以利于参与国际竞争。论文认为，“入世”后中国会为维护意识形态和本民族的文化，而坚持传媒业不像其他服务行业那样开放。论文最后分析中国应走向传媒更大程度的开放，而不是去封堵外部世界的信息。

关键词：世界贸易组织 数字传媒 中国传媒

本文所讲的数字传媒首先是指网络媒体，其次它包括那些已经使用或正准备使用数字技术的传统媒体。由于中国的网络媒体最先都是依附传统媒体发展起来的，即使现在仍然基本如此。所以很难将二者分开讨论。

中国网络媒体的现状发展及趋势

2024年５月，北京地区９家新闻媒体以股份制形式共同建立了中国首家独立的网络新闻媒体——千龙新闻网，九大媒体的新闻资源经过整合后，开始在同一个网络平台上发布新闻。其后不久，以上海市１０余家主要新闻机构为背景、以新闻传播为主营业务的“东方网”也正式建成，它每天滚动更新新闻信息千余条，实力较强。具有类似运作形式的网络新闻媒体还有广东的“南方网”，四川的“报刊新闻网”，浙江的“浙江在线”，山东的“舜网”等多家媒体，它们都是不同形态的、相互独立的传统媒体在网上融合的产物。”（1）

中国的众多网站中，有几家商业性综合网站，知名度和点击率很高。他们是新浪（Sina）、搜狐（Sohu）、网易（NetEase）等等，它们也登载新闻，但依照国家规定，都仅限于转载国内媒体的新闻。

与过去的调查结果相比， 目前 的网民分布在结构上更为广泛、合理，普及率有了提高，互联网络正在从 科技 发烧友向大众发展。同时，低收入、低年龄的人占据我国网民的大多数。尽管我国网民人数继续增加，但目前这种结构决定了网民有限的支付能力和消费需求，使其难以拥有与其规模相匹配的商业价值。并且相对于中国庞大的人口基数而言，互联网络用户所占的比例显得微不足道，即便是在京、沪、穗这几个网民数量最多的城市，网民的比例仍与发达国家的水平相距甚远。

中国 对互联网是持积极推进的态度，同时重视发挥它在宣传方面的作用。中共中央总书记江泽民说，中国年轻人“应该充分利用互联网和其他一切交流手段”。另一方面，他强调要使互联网成为“思想 政治 工作的新阵地、对外宣传的新渠道”。中共中央宣传部部长丁关根提出，“要增强紧迫感，加快 发展 网络 新闻事业，尽快建成有规模、有 影响 的网络新闻宣传体系。”虽然他们是从宣传的角度来考虑 问题 的，但终归是要促进网络事业的发展。

目前 ，中国一些大型传统媒体网站已进入了改版、改组、改制时期，以不断适应网络媒体的传播 规律 。“传统媒体之间，以及传统媒体与网络媒体之间进行数字化融合、优势互补，这将创造一个新的媒体纪元”。（4）

“入世”对中国传统媒体的影响

现在根据世界贸易组织的几个协定和一些国外材料，来 分析 “入世”对中国传统媒体的影响。

服务贸易范围内的影响。

加入世贸对新闻业的直接影响，看上去不像其他许多行业那样大。因为新闻业从总体上来说，属于非物品贸易，系服务贸易范围之内。《服务贸易总协定》规定：成员方要就市场准入、国民待遇及其他相关问题，与别的成员方进行谈判，将达成的承诺逐项列入该成员方的具体承诺表。其中的内容为：a.有关市场准入的条件、限制等；b.享受国民待遇的条件和资格；c.其他承诺，包括有关标准和资格等方面的承诺，实施承诺的时间框架等。而且，根据“发展中国家的特别待遇”的原则，在发展中国家少开放一些部门、少放宽一些交易种类、逐步扩大市场准入等问题上，可根据它们的发展情况，予以适当的通融。由此可以看出，作为服务业之一的新闻业是否开放，以及开放的程度如何，暂时可由成员国本身决定。（5）作为发展中国家，中国显然暂时不会完全开放新闻业。服务贸易总协定允许少数成员在2024年以前，可以存在与最惠国待遇不符的暂时性措施。（6）换句话说，在“入世”的头几年，国外传媒打入中国并享受国内传媒相同的待遇（即所谓“国民待遇原则”），还不可能成为事实。但是，关乎20005年以后新闻业开放的承诺表，终归要制定出来，不过，这将是一个变数很多的问题，留待后文分析。

另外，“入世”后，广告的数量和种类、广告质量、广告载体、广告业务运作都将有较大的变化和发展。外资广告机构会增多和加强。中美双边协议规定，中国在三至四年内将逐步取消包括对广告领域的限制，在此期间，美国的服务供应商将可建立百分之百的全资拥有的分支机构，外资广告业大举进入中国，无疑将对现有的广告市场产生强烈的冲击。外商的广告也会明显增多，据有人估计，在到中国来投资的国外大企业中，有81％的企业每年要拿出一亿美元左右的费用进行广告宣传。而且，根据世界贸易组织规定的透明度原则，或许有一天会要求中国各报纸也加入像ABC这样的专门定时统计和公布报纸发行量的组织。因为这种与国际接轨的做法，符合广告商和广告客户的利益。可想而知，在定期公布发行量的条件下，发行量小的报纸所得广告将会越来越少。

不难想到，发行、广告两项都会使那些受读者欢迎的报纸走向良性循环，那些发行量小的报纸，如果没有新招就会走向恶性循环。如果说报纸发行还可以在“公费市场”那一部分借助于权力部门的“红头文件”，那么对广告来说，“红头文件”则是无济于事的。

中国还承诺，将在3年内分阶段取消在流通服务上的一切限制，开放运输、批发、零售、售后服务等所有环节的货物流通分销权。这无疑将包括音像制品、娱乐软件在内。图文电视、视频点播等增值服务在中国“入世”后两年内、传呼服务在三年内可达到50%，4年内可达到51 %。

货物贸易范围内的 影响 。

新闻作为一种服务业，受《服务贸易总协定》的影响。新闻业 发展 所需的物资、设备，则受有关货物贸易的规定的制约，所以，还需要把新闻放到货物贸易范围内来 研究 。《建立世界贸易组织协定》要求，根据互惠和互利的安排，切实减少关税和其他贸易壁垒。根据 “国民待遇原则”，进口产品在进口国享受的待遇，要不低于那里的国产品所享受的待遇（除了几项例外）。根据“最惠国待遇原则”，在货物贸易中，给予一成员方的优惠、让步，应无条件地给予所有成员方。

综上所述，中国新闻业虽然不会完全开放，受“入世”的直接影响不会很大，但间接影响是存在的，而且是不小的。

中国对 网络 传播的立法管理

网络媒体在具备优越性能的同时，也使中国长期以来的驾轻就熟的新闻控制，遇到了从未有过的困难。比如，各种损害其意识形态和可能影响 社会 安定的信息和言论，以及黄色信息，在网上可以说难以记数。为了对付这种情况，中国努力发展“防火墙”（firewall）技术，积极创建 “网上警察”。与此同时，中国加快立法速度，据了解，中国已成为世界上最早以全面的立法来管理网络新闻传播的国家。

中国仅在2024年就制订了7个涉及互联网的法规性文件，如国务院2024年9月25日发布的《互联网信息服务管理办法》、国务院新闻办、信息产业部2024年11月7日发布的《互联网站从事登载新闻业务管理暂行规定》、《互联网 电子 公告服务管理规定》等。这些法规中涉及新闻和言论管理的 内容 主要有：

（一）国家对经营性互联网信息服务实行许可制度；对非经营性互联网信息服务实行备案制度。从事新闻、出版、 教育 、医疗保健、药品和医疗器械等互联网信息服务在申请经营许可或者履行备案手续前，应当依法经有关主管部门审核同意。

（二）从事互联网信息服务，拟开办电子公告服务的，按照国家有关规定提出专项申请或者专项备案。

（三）互联网信息服务提供者应当保证所提供的信息内容合法。互联网信息服务提供者不得制作、复制、发布、传播含有下列内容的信息：反对宪法所确定的基本原则的；危害国家安全，泄露国家秘密，颠覆国家政权，破坏国家统一的；损害国家荣誉和利益的；煽动民族仇恨、民族歧视，破坏民族团结的；破坏国家宗教政策，宣扬邪教和封建迷信的；散布谣言，扰乱社会秩序，破坏社会稳定的；散布淫秽、色情、赌博、暴力、凶杀、恐怖或者教唆犯罪的；侮辱或者诽谤他人，侵害他人合法权益的；含有 法律 、行政法规禁止的其他内容的。

（四）从事新闻、出版以及 电子 公告等服务项目的互联网信息服务提供者，互联网信息提供者和互联网接入服务提供者的记录备份应当保存60日，并在国家有关机关依法查询时，予以提供。

（五）中央级新闻单位、省部级新闻单位和省会直属新闻单位，经批准可以从事登载新闻业务。非新闻单位依法建立的综合性互联网站，不得登载自行采写的新闻和其他来源的新闻。

（六）互联网链接境外新闻网站，登载境外新闻媒体和互联网站发布的新闻，必须另行报国务院新闻办公室批准。

（七）经营互联网信息服务提供者申请在境内境外上市或者同外商合资、合作，应当事先经国务院信息产业主管部门审查同意；其中，外商投资的比例应当符合有关 法律 、行政法规的规定。

（八）电子公告服务（指在互联网上以电子布告牌、电子白板、电子论坛、 网络 聊天室、留言板等交互形式为上网用户提供信息发布条件的行为），应当接受信息产业部及省、自治区、直辖市电信管理机构和其他有关主管部门依法实施的监督检查。

这些法规对于规范和管理国内网站的建设和活动，对于防止和剔除有害的信息、言论，对于保护网络安全，都会起到一定的作用。但这些规定的总体特征是对发布新闻信息管理十分严格。特别是“非新闻单位依法建立的综合性互联网站，不得登戴自行采写的新闻和其他来源的新闻”的规定，它所讲的“其他来源的新闻”是包括境外媒体发布的新闻。这条规定实际上是说，非新闻单位建立网站登载的新闻，只能是转载传统媒体发表的新闻。

在网络规定如此严格的情况下，个人网站就很难有生存空间。人民网论坛上2024年8月1日发表的一篇的题为《个人网站将面临“全军覆没”》，（作者拈花笑）文章说：曾经为网络的 发展 立下了汗马功劳的无数个人网站，正在面临“全军覆没”的危险。文章认为，个人网站首先是无法达到准许开办的条件。在《电信业务分类目录》中，“互联网信息服务”被归入了“增值电信业务”类别中。而根据《中华人民共和国电信条例》的规定， 经营增值电信业务，应当具备下列条件： (一)经营者为依法设立的公司；(二)有与开展经营活动相适应的资金和专业人员；(三)有为用户提供长期服务的信誉或者能力；(四)国家规定的其他条件。…… 可以说，以上条件个人网站的站主们都不具备。其次，根据国务院的《互联网站从事登载新闻业务管理暂行规定》的精神，个人网站根本没有刊登新闻的资格。那么，经营留言板、聊天室、BBS，如何呢？也不行。因为根据信息产业部发布的《互联网电子公告服务管理规定》的精神，要想经营电子公告服务（包括电子布告牌、电子论坛、网络聊天室、留言板等等），除了要有经营许可证以外，还“应当向省、自治区、直辖市电信管理机构或者信息产业部提出专项申请或者专项备案。”“未经专项批准或者专项备案手续，任何单位或者个人不得擅自开展电子公告服务。”作为个人网站，取得许可证已经不易，现在又要进行专项审批，岂不是难于上青天！

加入世贸以后， 中国 有关因特网及新闻管理的法规不可能一成不变，比如关于“非新闻单位建立的综合性互联网站，不得登载自行采写的新闻和其他新闻来源的新闻”，与中国已承诺的向互联网 内容 供应商开放有矛盾。网站传播的新闻内容必须合乎中国法律，但对新闻来自何处不作限制性的规定，这应该是今后中国互联网的发展方向。又如，根据广播电影电视条例，中国禁止外商对国内电缆电视网络投资。但由于电信网络与广播电视传输覆盖有一部分是重合的，“入世”后电信投资的禁忌将被解除，广播电视网络建设中其他资本的介入的可能性也就不能排除。（9）

走向联合中的 中国 传媒

立法管理 网络 媒体，只是部分地，甚至也只是暂时地解决了中国传媒的一些 问题 。中国媒体由于过于分散、力量薄弱，在“入世”以后会出现什么样的情况，人们对此不无忧虑。经过一段时间的议论和 研究 ，借鉴发达国家的经验，推进媒体的联合，逐渐成为人们的共识。

中国从1996年1月，就出现了第一个报业集团。最初中央批准组建报业集团，可能是把有利于管理（让大报管理好若干小报小刊）作为主要动因来考虑的，但随着加入世贸的迫近，越来越把适应“入世”以后的竞争形势作为主要因素来考虑，要尽快把媒体做大做强，适应‘入世’以后所要面对的国际强大媒体的竞争。

随着 经济 全球化的大趋势，九大全球媒体越来越支配着大众传媒市场。它们是： 时代 华纳（Time man）、Viacom、News Corporation、索尼、TCL、Universal和日本广播公司（NHK）。这里还没有考虑时代华纳和美国在线公司合并形成的特大型传媒产业，以及雅虎和默多克正在酝酿结盟的新情况。在这些传媒产业巨头的引导下，全球50家媒体娱乐公司占据了当今世界上95％的传媒产业市场。 目前 传播于世界各地的新闻，90％以上由美国和西方国家垄断，其中又有70％是由跨国的大公司垄断；美国控制了全球75％的电视节目的生产和制作。联合国教科文组织的市场调研表明：在全世界跨国流通的100本书籍中，就有85本是从发达国家流向 发展 中国家的；在跨国流通的每100小时的音像制品中，就有74小时的制品是从发达国家和新兴 工业 国家流向发展中国家的。（10）

机关媒体体制的特点，在于它办媒体不是根据 社会 对信息的需求量，以及对信息产业规模的要求，也不需要考虑投入产出的经济效益。只要是个权力部门，都可以办个报（有些还包括办个台）。无论是省、地、县，还是部、厅、局，都有办机关报刊的权利；广播电视方面，更是有“四级（中央、省、地、县）办广播电视”的明确方针。很显然，这样的机制是无法适应“入世”以后的信息全球化和国际传播竞争的新形势的。

90年代以来，中国新闻传媒出现集团化趋势，并且发展得很快。报业集团在一些大城市陆续出现。例如，广州有广州日报报业集团、南方报业集团、羊城报业集团，上海有解放日报报业集团、文新报业集团，北京有经济日报报业集团、光明日报报业集团，还有哈尔滨报业集团、山东日报报业集团、四川日报报业集团等，全国已有报业集团不下20个。它们在主业之外还经营多种 企业 ，因此都有一定的经济实力。

为了应付国外大型传媒集团的进入和国内报刊、网络等媒体的竞争所形成的内挤外压的挑战，广播电视界的人士也都认识到，在全国范围内培育出若干个大型的电视集团是非常必要的。但官方的要求也只是“以省为单位组建广播电视集团”。上海、广州已经在筹办广播电视集团，函盖广播、电视、有线电视，还可能进入电讯领域。

中国现有的报业集团或广播电视集团，实际上并没有完全抓住传媒集团经营的要领，因为它们只在限定的区域、限定的媒体中运作。这是机关媒体的体制使得它们只能如此。尽管中国在号召支援西部大开发，但在目前的体制下，沿海发达地区新闻传媒的经济、技术、经验等优势，无法通过股份制实行联合办媒体的办法，发挥到西部或其他地区。

现在，新的形势急需人们解放思想，从 发展 信息产业的角度看 问题 ，采用 经济 的办法、市场的办法来建设新闻业。学界和业界提出了各种各样的主张。有的人提出的主张很彻底：“采取资本重组这一集团的运行方式，用跨越式、超常规的发展，实行跨媒体（如与报业集团、出版集团联合）、跨行业（如与 电子 、电信、 计算 机 网络 、以至实力强大的 企业 联合）、跨地区（如与其他省、地、县联合）、甚至跨体制、跨国别的经营。这种发展思路，虽然难以在短期内实现，但却是一种积极的发展方向。”（12）

此外， 中国 许多传媒界人士都已经有在保证国家控股的前提下，吸收 社会 资金和境外资金，把媒体做大做强的共识。有一些大的媒体早就在不作张扬地开始实行股份制或类似股份制的做法（如哈尔滨报业集团、湖南卫视、上海东方卫视），还有一些媒体（特别是期刊），采取了在保证编辑权和终审权的前提下吸收境外、国外资金的做法（多达十多种）。

把股份制引进新闻传播业，并在此基础上办一些跨行政区域的传媒，将是对机关传媒体制一统天下的局面的突破，对中国新闻体制的改革具有非同凡响的意义。

“入世”后中国会为维护意识形态安全而努力

中国是一个极其重视意识形态的社会主义国家，在改革开放以来的20多年里，虽然意识形态的某些领域有所松动，但是在一些重要领域仍是坚定不移地维护着。共产党和政府谋求的是，媒介传播既要适应改革开放事业对信息的需要，还要不让它冲破党为意识形态所设的堤防。

在印刷媒介方面，海外传媒会以软性杂志、期刊、非新闻类报纸和书籍作为进入我国市场的突破口，通过投资、控股、合办等形式，国外一些原版杂志、期刊、报纸和书籍将逐步进入中国市场，或者出现专门的中文版外国期刊、报纸等。（16）美国《商业周刊》已被允许出中文版。

可以肯定，中国加入世贸以后，外国媒体各种形式的进入、渗入，可能比以上所列举的还要多。但引进的播放新闻的电视频道，将会在一个较长的时期内，只限制在三级以上的宾馆或外国人住宅区播放。为了便于控制和管理，中国将建立中央控制系统，收集外国卫星广播信号，然后通过中国的卫星传送出去，上述宾馆需要付费收看。

中国 将会长期地坚持在媒体股份公司中，努力做到国家控股。即使不能完全做到这一点，也会通过立法来确保现在已经实行的编辑权或编辑终审权在中方手里。

还可以预料的是，中国“入世”以后，会在世贸新一轮谈判中，团结一可以团结的力量，为把新闻、出版、影视等作为“例外”，使之不完全纳入自由贸易而奋斗。这种奋斗可能不会是完全没有成果的。因为世界上确有不少国家在赞成 经济 全球化的同时，反对文化一体化，它们要求保存和发扬民族文化，反对文化美国化、西方化。比如，法国规定国营电台播放的歌曲中40％应该是法语歌曲。美法关于“文化产品” 问题 的争论很激烈。法国坚持认为电影、电视等文化产品是民族文化遗产的一部分，不应纳入自由贸易，“不能用对待普通商品的办法来对待影视作品”，以至最后双方同意将视听产品排除于服务贸易自由化之外。中国的新闻事业，会充分利用WTO的规则，制定服务贸易对策。一方面遵守各项规则，另一方面利用《服务贸易总协定》规定的例外情况制定一些对本国有利的政策，对逐步扩大市场准入及其程度方面给予适当的灵活性。（17）

不少新兴经济国家和 发展 中国家为了避免本国实力尚不雄厚的传媒产业被外来强势传媒所击溃，进行了一些立法上的探索，或者立法制止外国传媒产品在本国市场和 社会 空间的泛滥，或者为本国传媒产业的增长尽可能地提供 法律 保护，这里以以色列和波兰为例。

以色列是美国在中东的盟友，但以色列的议员们就是无法容忍这样的现象：无论是在城市街头还是在家庭卧室里，以色列人都被浸泡在美国的流行 音乐 里。

2024年5月，以色列议会批准了一项法案，要求国家电视台所播放的歌曲中希伯莱文歌曲必须占一半（希伯莱文是以色列的国语）。投票的结果是36票赞成，0票反对。该项法案的发起人、反对党工党的议员约纳·亚哈夫说：我们正在修筑一道防护墙，以防外国文化的泛滥。

鉴于以上两个方面的 分析 ，可以设想，“入世”以后，特别是在5年过渡期以后，中国传播政策会有所调整，但是在可以遇见的将来，从政策制定层面来看，不会有根本性的变化。

在信息全球化面前开放比封堵好

长期以来，社会主义国家总是认为要保证社会主义事业顺利发展，就必须创造出一种与资本主义相对隔离的信息环境，以防止帝国主义的和平演变。于是在社会主义国家采取过或仍在采取各种阻拦信息全球化的措施，例如：禁止国外报纸进口；禁止或限制国外社会 科学 刊物进口；干扰西方国家的广播电台的广播；禁止向居民出售卫星电视天线，不让市民收看境外电视；等等。社会主义世界的历史经验和中国改革开放的成功实践恰恰证明，闭关锁国让国人不知外部世界信息，利小弊大，而且最终小利也保不住；开放，让信息流通起来，利大弊小，并且最终也能把小弊也能克服。

经济全球化必然带来信息全球化。在不可阻挡的信息全球化面前，与其封堵，不如开放，同时在开放中去解决可能出现的负面问题。

本文提出封堵不如开放，主要基于以下三点理由。

第一，以下几种因素相互作用使得封堵难以奏效。

（1）“入世”所带来各种变化，将从不同的角度给新闻出版自由的发展以助推力。比如，加入世贸是中国 现代 化进程中的重要变革，它所引起的社会震荡还会引起社会心理的震荡。正如托夫勒在《未来的震荡》一书中所说的：“变化成为社会的特征，变化不仅改变着我们的物品、社会和组织，更改变着我们的社会心态和行为模式。”而这种社会心理的震荡和变化，将使社会对新闻出版的控制的认同程度不断下降，从而会使这种控制的有效性逐步降低。

（2）互联网传播技术的飞速 发展 ，使封堵网上信息越来越困难。尽管防火墙能阻挡住信息，但如果国家频繁地使用防火墙技术，就大大削弱了互联网的信息公开性、共享性等正面作用，等于在互联网上搞自我封闭。何况通过使用链接技术、代理服务器、 电子 邮件以及破防火墙的技术，人们仍然可以获得大量信息。 中国 网民在达到5千万以上之后，估计 网络 传播所能产生的 社会 影响 将要大很多。

（3）中国已鉴署的《公民权利和 政治 权利国际公约》，终归是要交人大通过的。而这个公约规定“人人有自由发表意见的权利；此项权利包括寻求、接受和传递各种消息和思想的自由，而不论国界，也不论口头的、书写的、印刷的、采取 艺术 形式的、或通过他所选择的任何其他媒介。”（第十九条第二款）。即使这一条在有所保留的情况下通过，也会要求新闻自由度有显著的提高。

（4）我国新闻立法，已经呼吁一二十年，在全国人大中联署提出提案的人呈越来越多的趋势。而新闻立法，意味着 法律 保障社会主义新闻自由势在必行。要使现在能与未来平稳接轨，就要从现在开始，逐步提高信息量，逐步提高新闻自由度。

第二，互联网对国外网络 内容 供应开放，必然导致新闻的法治。中国虽然现在有各种管理新闻和信息的法规性文件，但就传播内容的管理上，并没有真正按照这些法规性文件中禁载规定作衡量标准。而是以比正式的法规文件规定的要严得多的所谓“宣传口径”、“宣传纪律”来要求媒体。法规文件中的诸如禁止“危害国家的统一、主权和领土完整”，“危害国家的安全、荣誉和利益”等等，新闻工作者一般不会违背它们，而“宣传口径”、“宣传纪律”， 几乎都是临时性的指令，比如俄罗斯领导人的丑闻不要炒； 台湾 最高领导人姓名在报道中不要提，高行健得诺贝尔文学奖不要报；等等。违背这些宣传纪律、宣传口径，很难说它违背哪一个法规性文件。中国“入世”以后，一旦中外合资网站也可以自己选择新闻登载，就不可能以党的宣传口径来要求，只能以法律来要求，这才符合法治精神。

第三，网络媒体可以成为锻炼人民接受负面信息承受力的地方。

现在确有很多受众从网络上获得比从传统媒体那里多得多的信息。“据调查，中国互联网最主要用户的特征是：30岁以下；受过高中和大学 教育 ；中高层次收入；学生、自由职业者、合资 企业 管理人员、国家机关干部和办公室职员。”（19）不难看出，这些群体是负面信息承受能力较高者，也是能够使用各种技术找到信息者。

中国现在正是发展最快的兴旺时期，正是有条件锻炼和逐步提高人民对多元信息的承受能力的时期。笔者主张在网上要比在传统媒体上有更大的信息量，要有更大的覆盖面。网络传播一方面是满足文化程度高的人们的需要，另一方面，也能够满足国外受众了解中国的需要。因为那种没有全面、平衡报道，只褒不贬的宣传，不符合西方国家受众的习惯，不容易获得他们的信任，正如有的文章指出的，“许多境外受众认为我们的网络传媒只是宣传工具，他们宁可先从其它网站搜寻信息，即使是关于中国的信息。这值提我们重视。对境外受众，我们更必先赢得他们的选择，然后才谈得上宣传效果。”（20）

为使新闻自由度的提高走渐进发展的路子，应抓紧从现在起的5年多的时间，逐步减少宣传纪律和宣传口径的约束，使得新闻在遵守有关法规性文件的禁载规定的前提下，逐步扩大自由活动的空间。同时让一部分人先增强对于敏感信息和负面信息的承受能力，继续在广东、华南，让较多的境外新闻信息和娱乐节目落地；扩大网上新闻报道的覆盖面。做到中国发生的事，除了国家秘密以外，国外网站报道的，国内网站也有报道。逐步带动报纸等传统媒体也扩大覆盖面和信息量。

注释：

《 中国 互联 网络 发展 状况统计报告（2024/7）》，见.cn

谢金文《“入世”对上海新闻出版也的 影响 及对策》，打印稿。

中国广播电视学会常务副会长刘习良《加入WTO中国电视业面临的挑战和机遇》，《中国传播论坛（之三）：WTO与中国电视》，中国广播电视学会电视 研究 委员会、中央电视台研究室、中国社科院新闻与传播研究所合编，2024年8月。

中国电影事业管理局副局长杨步亭《中国电影如何面对“入世”挑战》，《中国传播论坛（之三）：WTO与中国电视》，中国广播电视学会电视研究委员会、中央电视台研究室、中国社科院新闻与传播研究所合编，2024年8月。

谢金文《“入世”对上海新闻出版也的影响及对策》，打印稿。

陈桂兰等《入世对大众传播的影响及对策》，《新闻实践》2024年第10期

上海 社会 科学 院亚太所 王泠一博士《全球化背景下的传媒产业发展态势》，2024

王建宏《我国究竟应该建立多少家电视台》，载《中国记者》1996年第5期

蔡贤盛《论组建电视集团》，南方电视学刊，2024年第1期

（20） 谢金文《“入世”对上海新闻出版业的影响》，2024年11月，打印稿

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找