



喻 园 新 闻 传 播 论 丛

主导·协作·博弈

——当代媒介产业与政府关系

刘洁·著

华中科技大学出版社
<http://www.hustp.com>



喻 园 新 闻 传 播 论 丛

主导·协作·博弈

——当代媒介产业与政府关系

刘洁·著

华中科技大学出版社
<http://www.hustp.com>

图书在版编目(CIP)数据

主导·协作·博弈——当代媒介产业与政府关系/刘洁 著
武汉:华中科技大学出版社,2006年10月

ISBN 7-5609-3866-3

I. 主…

Ⅱ. 刘…

Ⅲ. 传播媒介-产业经济学-政府干预-研究-中国

Ⅳ. G229.2

主导·协作·博弈

——当代媒介产业与政府关系

刘洁 著

责任编辑:叶胜武

封面设计:潘 群

责任校对:胡金贤

责任监印:熊庆玉

出版发行:华中科技大学出版社

武昌喻家山

邮编:430074

电话:(027)87557437

录 排:华中科技大学惠友文印中心

印 刷:湖北新华印务有限公司

开本:880×1230 1/32

印张:9.375 插页:1

字数:255 000

版次:2006年10月第1版

印次:2006年10月第1次印刷

定价:18.00元

ISBN 7-5609-3866-3/G·650

(本书若有印装质量问题,请向出版社发行部调换)



刘洁，女，生于1968年1月，副教授，硕士生导师，华中科技大学管理学博士。现任华中科技大学新闻与信息传播学院新闻系主任。

主要研究方向为新闻理论、舆论学和新闻事业管理。参加或主持国家、省级和武汉市科研项目十多项。专著《现代新闻传播学》（合著），获湖北省优秀新闻论著一等奖，论文获湖北省优秀新闻论著二等奖。在新闻传播学刊物上发表学术论文三十多篇。



责任编辑 叶胜武
封面设计 潘 群

喻园新闻传播论丛编委会

主编 吴廷俊

委员 (以姓氏笔画为序)

申 凡 石长顺 朱光喜

孙旭培 张 昆 张 峰

吴廷俊 赵振宇 钟 瑛

屠忠俊 舒咏平

内 容 提 要

在中国的媒介产业化进程中,政府具有不可替代的重要作用,它既是媒介产业化的起始动因,又是贯穿整个过程的首要力量。与此同时,政府行为又成为媒介产业化改造的对象,在管制和放松管制间不断调整,形成了媒介产业和政府行为的博弈关系。媒介产业化过程中的政府行为,应具有放松管制、更加科学化、基于法制基础之上的特点,是一种渐进式的改革。

本书分析了中国媒介产业化的动因,认为在媒介产业化进程中,政府行为具有双重属性;研究了媒介产业布局的政府行为,以及政府行为与中国媒介产业的发展;探讨了地方政府与媒介产业化的关系、媒介产业政府管制与新闻自由的关系;剖析了媒介产业化进程中政府行为不良和失范的表现与对策。该书主要以新加坡和韩国为例,对媒介产业与政府的关系进行了国际比较;政府在媒介产业可持续发展中有极其重要的地位,要在媒介产业和政府之间构建和谐的关系。

总序

当我把华中科技大学(以下称华中科大)校园——“喻园”与“新闻传播”学科建立起思维上的链接时,我意识中检索到的第一个关键人物,就是我们华中科大新闻传播学科的创始人、著名的教育家朱九思先生。朱先生于1938年奔赴延安,并在战地中开始了他的新闻实践生涯。而在新中国成立之后,他又先后在天津、湖南担任新闻媒体主要负责人。正是他的这一系列新闻实践经历,使他在20世纪80年代初担任学校前身——华中工学院院长期间,既在总体上把握百废俱兴之机推进学校各方面工作更上一个台阶,又在具体工作中一手促成了我们学校新闻传播教育的发轫,开创了在理工科学院开办新闻学专业之先河。一转眼20余载过去,华中科大的新闻传播教育获得了长足的发展,新闻传播学成为全国为数不多的具有包含一级学科博士研究生教育在内的全程式教学资格的学科。但高等教育总是与学术研究、学科发展密不可分的,而一个学校任何学科的发展关键又是学者的学术群体亮相。因此,当我们推出“喻园新闻传播论丛”之时,也就是向对我们寄予厚望的朱九思先生作一汇报。

在过去的 20 世纪,新闻与传播学快速发展;而刚进入 21 世纪,则由于传播科技所带动的媒介产业的飞速发展,人类已整个陷身于信息的汪洋大海之中。正如麦克卢汉所预言的“用电子时代的话来说,‘媒介即讯息’的意思是一种全新的环境被创造出来了”。在这样的一个“讯息”环境之中,社会发展、个人生活无时无刻不在被新闻与信息传播所深深影响着。因此,我们新闻传播学人以强烈的责任感、严肃的学术精神来探讨学科理论、研究理论与实践的结合不啻是一种时代的荣幸、神圣的选择。

纵观国际新闻传播学术界,欧美学人分别以阐释批判的方法与经验实证的方法,不仅进行了学科的坚实奠基,而且为我们奉献了新闻自由与控制、媒介议程设置、大众传播模式、大众传播的说服接受、大众媒介的效果与使用等丰富多彩的理论成果;而在国内,中国人民大学敏感于重大新闻与舆论导向的研究,复旦大学专注于沉稳而深刻的学理探索,中国传媒大学立足于广播电视传播力的多方位思考,武汉大学在新闻与跨文化传播研究上的结合,这一切均令人为我国新闻传播学研究方兴未艾、百花齐放的势头而倍感鼓舞。而我们华中科大新闻与传播学研究,则独辟蹊径,紧紧锁定“信息传播”内核,执著于传媒科技与新闻传播相结合的特色之路,并以一系列的课题、成果而为学科同仁所关注、所认可、所鼓励。但路漫漫而修远,学术研究永远没有穷期,因此,如何坚守特色,以学术成果来印证自身就是我们学科建设无以回避、无有终期的考试。出版“喻园新闻传播论丛”,其旨就在于以学术成果的集群式亮相,努力以一个华中科大新闻传播研究

方阵,来为学科作出自己的贡献。

秉承如上宗旨,本论丛努力追求“用”、“新”、“实”三字原则:所谓“用”,即以问题为导向,从理论创建、社会实践出发进行课题选择,而不作为学问而学问的玄学之词;“新”,则是所选择的课题、所提出的概念、所表述的观点、所开辟的领域等,均应贯穿创新精神,毕竟“创新”才是一个学者的学术生命之所在;“实”,则为强调务实之风,即数据与资料的收集、论证的逻辑关联、学术用语的规范及风格,均应是真实与平实的,以便与读者进行平和务实的对话。当然,理想追求与现实存在永远有距离,由于本论丛的作者多为年轻后辈,入选的著作有的是在他们的博士论文的基础上锤炼而成,有的是他们在攻读博士学位期间参与写作的,再加上新闻传播研究的对象总在时光的流逝中不断被刷新,本套丛书不免会存在诸多不足。因此,我们衷心期待各界专家与读者在给予关注与鼓励的同时,也给予真诚的批评与指正。

吴廷俊

2006年春·喻园

目 录

绪论	(1)
一、研究的背景	(1)
二、研究的目的和意义	(4)
三、基本思路和研究方法	(6)
四、创新点	(8)
五、相关研究的文献综述	(11)
第一章 中国媒介产业化的内涵、进程和特征	(30)
第一节 媒介产业化定义	(30)
一、关于媒介产业的定义	(30)
二、媒介产业是信息产业的生力军	(32)
第二节 媒介产业化概念解析	(37)
一、媒介现实催生“媒介产业化”概念	(37)
二、媒介产业化内涵辨析	(39)
第三节 政府行为视角下中国媒介产业化的历史分期	(39)
一、目前关于媒介产业化的两种分期	(40)
二、媒介产业化分期始于政府主导的双轨制	(41)
三、从政府行为看媒介产业化分期：从部分被动到 主动作为	(43)
第四节 中国媒介产业化与政府关系的特征	(46)

一、坚持社会主义方向,为党和国家工作大局 服务·····	(47)
二、媒介产业与政府的协作与博弈·····	(48)
三、地区和媒介间推进不平衡·····	(50)
四、业界 学界 管理层面互动·····	(51)
第二章 中国媒介产业化动因及政府行为作用 ·····	(54)
第一节 政府管制改革是中国媒介产业化的主导动因 ·····	(54)
一、起始动因 减轻政府财政负担、媒介自我扩张 要求·····	(55)
二、经济动因 来自媒介的利润追求·····	(58)
三、意识形态动因 政府、执政党要求做大做强 ···	(58)
四、公民社会动因 公民社会寄希望于产业化以 扩大公共舆论空间·····	(59)
第二节 中国媒介产业化进程中政府行为的主体属性 和客体属性 ·····	(61)
一、中国媒介产业化进程中政府行为的主体属性 ·····	(62)
二、中国媒介产业化进程中政府行为的客体属性 ·····	(67)
第三章 媒介产业布局政府行为分析 ·····	(71)
第一节 中国媒介产业布局结构性失衡 ·····	(72)
一、“井”字结构 行政区划条块分割严重·····	(72)
二、平行结构 媒介之间融合程度低·····	(76)
三、倾斜式结构 地区分布不均衡·····	(78)
第二节 媒介产业布局政府行为的必然性 ·····	(84)
第三节 媒介产业集团布局的忧思 极核的缺失和新一 轮均质布局 ·····	(86)

目 录

一、产业布局的四种形式·····	(86)
二、媒介产业集团布局没有形成极核·····	(87)
第四节 媒介产业集团布局中政府的“赶超意识”和 “项目意识”·····	(89)
一、东北地区报业集团集中度偏高·····	(89)
二、东北地区报业集团 政府行为的注脚·····	(91)
第五节 媒介产业增长极“孤岛现象”成因及解决路径 ·····	(94)
一、媒介产业增长极“孤岛现象”·····	(95)
二、扩散通道不畅造成“孤岛”·····	(96)
三、数字化与媒介联盟的组建有利于打通增长极 扩散通道·····	(99)
第四章 地方政府与媒介产业化·····	(104)
第一节 地方政府在媒介产业化进程中形成新型 “政府-媒体合一体制”·····	(104)
一、地方政府在媒介产业化进程中具有不可替代 的作用·····	(104)
二、新型分权化的政府-媒介合一制·····	(108)
第二节 媒介产业地方保护与地方政府·····	(111)
一、媒介产业地方保护 倾斜和分割的共生体·····	(112)
二、政府特性使媒介产业地方保护具有可能性和 现实性·····	(115)
第三节 突破单一政府主导 构建全国统一市场·····	(120)
一、媒介产业区域联合的可能性·····	(120)
二、媒介产业的区域联合必须突破行政区划的刚性 ·····	(122)
第五章 政府行为与中国网络媒介产业发展·····	(127)
第一节 中国网络媒介产业的现状与特质·····	(127)

一、中国网络媒介产业现状	(127)
二、中国网络媒介产业特质	(132)
第二节 网络管理政策及评析	(134)
一、政府加强网络管理的必要性及重要性	(134)
二、中国现有网络管理相关政策	(136)
三、2000 年 中国网络法律年	(139)
第三节 构建复合立体的网络管理机制	(143)
一、我国网络管理现状	(143)
二、国外网络管理机制概览	(146)
三、建设复合立体的网络管理机制	(150)
第六章 媒介产业政府管制与新闻传播自由	(160)
第一节 政府管制与媒介产业政府管制的具体内容	(160)
一、一般意义上的政府管制	(160)
二、媒介产业政府管制	(161)
第二节 媒介产业政府管制的必然性	(165)
一、媒介产品的自然商品属性	(165)
二、媒介的公共产品属性和外部性	(166)
三、计划经济体制的惯性	(167)
四、媒介产业的所有权及其政治性	(168)
第三节 媒介产业政府管制与新闻传播自由的关系	(170)
一、媒介产业政府管制影响新闻传播自由的实现程度	(170)
二、媒介产业政府管制保障新闻传播自由的良性发展	(173)
第四节 具有中国特色的媒介产业政府管制	(175)
一、党和政府管理	(175)

二、社会管理	(176)
三、我国媒介产业政府管制改革的主要内容	(177)
第五节 媒介产业政策的调整和政府管制改革	(178)
一、传媒产业政府管制改革的趋势	(178)
二、传媒产业政府管制改革的重点	(180)
三、在政府管制改革方面需要进一步解决的问题	(182)
第七章 媒介产业化进程中政府行为失范	(184)
第一节 从不能令行禁止说起——以动画片播出管理 为例	(185)
第二节 媒介产业化进程中政府行为失范的表现及原因 分析	(189)
一、政府行为失范的表现	(189)
二、“边缘突破”与“补漏洞”——我国媒介产业运行 环境中的潜规则	(193)
第三节 政府行为完善和改进	(201)
一、政府行为完善和改进的必然性	(201)
二、政府行为完善和改进的可能性	(202)
三、政府行为完善和改进的手段	(204)
第八章 媒介产业化进程中政府行为国际比较 以新加坡 为例	(209)
第一节 新加坡媒介产业简述	(209)
第二节 新加坡媒介产业的管制和自由	(211)
一、新加坡政府与媒介产业关系 管制与放松管制 并存	(211)
二、新加坡政府控制媒介产业的主要形式	(212)
三、逐步放松管制的趋向	(214)

四、新加坡政府与境内的外国媒介 在管制与自由 间调整	(216)
第三节 政府对媒介产业 以法律调控为主,产权调控 为核心	(218)
一、新加坡媒介所有权的法律文本分析	(219)
二、新加坡媒介所有权形式	(220)
三、新加坡和美国的差异	(221)
四、媒介产业新技术对媒介所有权的影响	(223)
第四节 媒介产业与政府合作,而不是对抗	(225)
第九章 媒介产业化进程中政府行为国际比较 以韩国为例	(230)
第一节 韩国媒介产业及媒介与政府关系描述	(230)
一、韩国媒介产业化的两个阶段	(231)
二、韩国媒介产业的快速发展	(232)
三、新闻媒介产业与政府关系的不同阶段	(233)
第二节 韩国媒介产业发展中的政府强力主导	(237)
一、政府强力主导原因分析	(238)
二、政府对媒介产业及文化产业的倾斜	(241)
第三节 韩国媒介、政府、市场、市民社会关系构架	(244)
一、韩国媒介产业发展过程中政府与市场的关系	(244)
二、市民社会介入媒介产业发展	(246)
三、政府强力主导与新闻专业精神	(248)
第十章 政府行为与媒介产业可持续发展	(251)
第一节 中国媒介产业可持续发展的含义	(252)
一、可持续发展的含义	(252)
二、媒介产业可持续发展的含义	(253)

第二节 中国媒介产业可持续发展存在的问题及对策	(255)
第三节 中国媒介产业可持续发展需要良好的媒介生态	(258)
一、媒介生态研究的起源	(258)
二、当代中国构建良好媒介生态环境的有利条件	(260)
三、良好媒介生态的构建	(265)
第四节 媒介产业可持续发展与政府行为	(267)
一、政府行为在媒介产业可持续发展中的重要地位	(267)
二、现实中需要处理好几种关系	(271)
三、政府行为与媒介产业可持续发展措施探讨	(272)
结束语 总结与研究展望	(277)
一、总结	(277)
二、研究展望	(282)
后记	(284)