

孙家正 国家文化部部长
 王太华 国家广播电视总局局长
 柳斌杰 国家新闻出版总署副署长
 丹增 中共云南省委副书记
 黄勇 国家广电总局办公厅主任
 朱虹 国家广电总局副局长
 孙玉胜 中央电视台副台长
 刘长允 山东广电局局长
 张宝才 牡丹江新闻传媒集团董事长
 李德民 原人民日报社社长
 张建军 天津日报报业集团社长
 吴海民 京华时报社社长
 陈舒平 成都商报社总编辑
 张兼礼 宁波日报报业集团社长
 张胜友 中国作家出版集团董事长
 王建辉 长江出版集团董事长
 罗小卫 重庆出版集团董事长
 刘强 山东新华书店总经理
 庄智豪 上海外语教育出版社社长
 王颖 北京儿童艺术剧院股份有限公司总经理
 杨守成 西安秦腔剧院院长
 徐伟 北京市朝阳区文化馆馆长
 李志高 电脑报社社长
 刘九如 计算机世界传媒集团总裁
 方兴东 北京博客时代信息技术有限公司董事长
 李德顺 中国政法大学终身教授
 刘斌 中国政法大学教授
 周鸿祎 中国传媒大学高级编辑
 朱光烈 中国传媒大学教授
 刘路 陕西师范大学教授
 张立伟 四川省社科院研究员
 蔡尚伟 四川大学教授

传媒 榜样

高层权威解读文化体制改革

王永亮等

编著

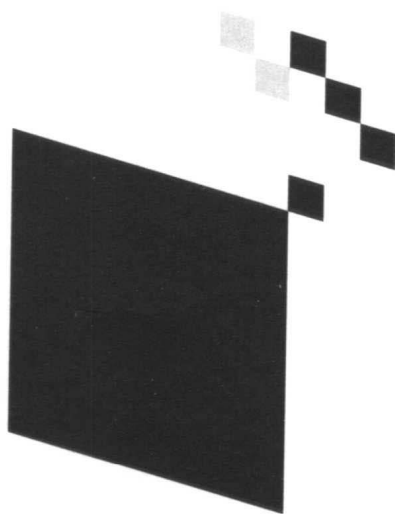
政坛的高端瞭望
 业内的实践感悟
 学界的经典思想
 “两个确保”鼓荡民族风帆
 “两个贴近”启动文化航船
 “两个轮子”达致和谐彼岸
 全面而纵深地展示榜样力量

Model of Media

中国传媒大学 出版社

传媒 榜样

—— 高层权威解读文化体制改革



中国传媒大学 出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

传媒榜样：高层权威解读文化体制改革 / 王永亮等编著. —北京：
中国传媒大学出版社，2006.4

(解析传媒丛书)

ISBN 7-81085-701-0

I. 传… II. 王… III. 文化事业—体制改革—经验—中国 IV. G12

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 030234 号

传媒榜样：高层权威解读文化体制改革

作 者 王永亮等

责任编辑 赵 欣

封面设计 武晓强

责任印制 曹 辉

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学 出版社 (原北京广播学院出版社)

北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮编：100024

电话：86-10-65450528 65450532 传真：65779405

<http://www.cucp.com.cn>

经 销 新华书店总店北京发行所

印 刷 北京市梦宇印务有限公司

开 本 787 × 1092mm 1/16

印 张 29.5

版 次 2006 年 5 月第 1 版 2006 年 5 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 7-81085-701-0/K · 701 定 价：58.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

文化就是力量 (代前言)

1993 年夏，哈佛大学教授亨廷顿在美国著名的《外交》杂志上发表了一篇题为《文明的冲突?》的文章，引起国际社会的普遍关注和争论。在他看来，中华文明（实际上指中国）和伊斯兰文明（主要指阿拉伯人和波斯人）同西方的基督教文明有很大的差异性，而未来世界的冲突将是由中华文明与西方文明间的冲突以及伊斯兰文明与西方文明间冲突引起的。

13 年弹指一挥间，世界局势云谲波诡。尽管我们没有看到中华文明与西方文明间的冲突，可是有人依旧诘问：为什么美国这样一个只有 200 年历史的文化资源小国，却能在文化生产和传播上有那么大的能量和影响，成为一个文化输出大国，而我们这个有着 5000 年以上历史、曾经引领过先进文化的文明古国，在今天却难以占据应有的地位？

用“一二三三分析法”开枰谋局

恩格斯说：“要明确地懂得理论，最好的道路就是从本身的错误、从亲身经历的痛苦经验中学习。”毋庸讳言，中国文化事业文化产业目前已到了救亡图存的时刻。文化体制改革仿佛是“一盘没有下完的棋”，“一二三三分析法”使人了然于胸。

一是指一个大背景。我们看到西方文化正凭借其在经济、科技、军事等方面的强大实力，在世界范围内推进经济全球化和文化全球化，使中国不可避免地卷入了一场世界范围的文化争夺战。在这场没有硝烟的战争中，在西方文化强大力量的比照下，中国文化产业的成绩单，让我们清楚地看

到了什么是岌岌可危。

二是指两个参照系。一个是相对于我们高速发展的经济增长速度而言，我们文化产业的体积和重量不能与之相匹配。像美国，文化产业创造的产值在 GDP 中达到 30%，日本达到 18%，韩国也达到 13%，而我国的文化产业创造的价值占 GDP 不到 3%，这与中国这么大的市场规模和市场潜力完全不相符；另一个是相对于我们丰富的文化遗产而言，我们不仅保护、开发、利用得不够好，甚至文化产业里还有自轻自贱、自我毁坏的现象。

第一个三是指三个冲击力：一是文化产品的冲击力。中国文化产业和文化市场的主要矛盾，说到底就是拿不出足够多高水准的、消费者愿意掏钱购买的、自主开发具有完全知识产权的原创性文化产品，最终使中国市场充斥外国文化产品。二是文化资本的冲击力。文化资源与自然资源不同，国际资本完全有可能以极低的价格将我们宝贵的文化资源在一个早晨就“一网打尽”。三是文化教育价值的冲击力。通过市场的方式，西方文化价值的冲击不仅可能赏心悦目，而且也是以不断更新的、经过妥协的方式表现出来。而对待传统民族文化资源，我们以往也主要强调原样保存，缺少使其更新、升华，得到重新解释和商业开发的手段。

第二个三是指三个一切：中共中央政治局常委李长春将文化体制改革概括为：“一切妨碍先进文化发展的思想观念都要坚决冲破，一切束缚先进文化发展的做法和规定都要坚决改变，一切影响先进文化发展的体制弊端都要坚决革除。”

马克思说：“全部社会生活在本质上是实践的。凡是把理论引向神秘主义的神秘东西，都能在人的实践中以及对这个实践的理解中得到合理的解决。”中国执政党汲取经济体制改革和政治体制改革的成功经验，对文化体制改革审时度势，从容运筹着四枚棋子：

一枚棋子是 2002 年 11 月，十六大报告提出“文化建设和文化体制改革的主要任务是：牢牢把握文化的先进方向；坚持弘扬和培育民族精神；切实加强思想道德建设；大力发展教育和科学事业；积极发展文化事业和文化产业；继续深化文化体制改革”。

一枚棋子是 2003 年 6 月，中央召开文化体制改革试点工作会议，确定北京、上海、广东、浙江等九个省市为综合性试点地区，35 家新闻出版、公益性文化事业、文艺创作演出、文化企业单位具体承担试点任务。

一枚棋子是 2005 年 8 月 3 日至 8 日，新华社连续播发《国务院关于非公有资本进入文化产业的若干决定》，中宣部等六部门《关于加强文化产品进口管理的办法》，文化部等五部委《关于文化领域引进外资的若干意见》等法规或文件，则标志着文化产业、文化市场、文化生产力良好体制环境与政策环境的初步形成。一枚棋子是 2006 年 1 月，中共中央、国务院发布了《关于深化文化体制改革的若干意见》，以邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，全面落实科学发展观，深入

贯彻党的十六大和十六届三中、四中、五中全会精神，全面提出了深化文化体制改革的指导思想、原则要求和目标任务，是指导今后一个时期深化文化体制改革、繁荣发展社会主义先进文化的纲领性文件。

“善弈者谋势，不谋全局者不足以谋一域”，但见棋子落，棋路活，一局局收官之作跃然棋盘：

1999年9月，牡丹江组建了国内第一家公司化的传媒产业集团，2003年完成了政企分开的改造，2004年在竞争中实现了与本地报业集团的重组，组建了国内第一家区域内跨媒介集团。到2005年，该集团产业总收入由1998年的3000万元左右增至1.3亿元，职工月收入由750元左右增至2050元，纳税由150万元左右增至1000万元。靠自己的力量，6年投入1.2亿元用于事业发展，广播电视基础设施和设备水平，在国内地市属于一流行列。

2003年以来，中国文化产业出现了“云南现象”。其中《云南映象》走过了全国20多个大中城市，演出300多场，创造了中国舞台阵容最大、巡演时间最长、所到城市最广、演出场次最多、上座率最高、票房收入最好的6个第一。同时，《云南映象》受国务院新闻办派遣前往巴西、阿根廷等国参加“中国文化行”活动，取得圆满成功。

2005年7月8日，实验诗剧《口供》于北京市朝阳区文化馆举行首演。观众在场景的唯美、声音的韵律和文字的力度中感受诗歌的魅力。几年来，朝阳区文化馆形成了“树立公共文化观念，创收带动事业发展”的改革策略，实现了从群众文化向公共文化的扩展。2004年创收达1179万元，成为全国文化系统的旗舰。

2005年10月22日，全球首个大型同步出版项目——“重述神话”系列图书在德国法兰克福书展、中国北京和重庆三地同时举办盛大的首发式。重庆出版集团独家承担了该项目中文简体字版的出版发行，成为中国大陆唯一加盟这一项目的出版社，而中国出版界参加如此规模的全球化合作项目尚属首次。

.....

唐朝诗人柳宗元说：“夫美不自美，因人而彰。”《传媒榜样》提升了《传媒思想》、《传媒精神》、《传媒方家》的品牌效应，借助文化体制改革的磅礴气势，开掘出自身的核心竞争力，既有政界的高端瞭望，也有业界的实践感悟，还有学界的经典思想，全面而纵深地展示了文化体制改革中的榜样形象。

用“两个确保”来构建和谐社会

按照“软力量”的开山鼻祖、哈佛大学肯尼迪学院院长、美国国防部前助理部长约瑟夫·奈的说法，软力量主要包括三个方面：文化、意识形态（或价值观），以及国际规范与制度。软力量这一概念非常适合正在崛起的中国极力消除威

协论的需要。茉莉的花香让人陶醉、刘翔的旋风让人眩目、章子怡亮相《纽约时报》风采迷人、李宇春登上《时代》周刊封面青春亮丽，此谓“各美其美，美人之美，美美与共，天下大同”。中国目前推崇的软力量，针对西方社会的用意非常明显，希望用文化消弭疑虑，避免对方“硬力量”的干涉和阻碍，导致最后只能“硬碰硬”的局面。因此，中国国家主席胡锦涛发表2006年新年贺词重申：“携手建立持久和平、共同繁荣的和谐世界。”

近几年来，随着对外文化交流的广泛开展和文化体制改革的扎实推进，被誉为“文化大使”的国家文化部部长孙家正在其中扮演着举足轻重的角色。他说：“从总体上看，世界对中国的了解还不够，我们要更多地向世界介绍中国，通过文化交流，让世界更多地了解一个真实的中国。”这也正契合了孔子所言：“己欲立而立人，己欲达而达人。”那么，怎样确保民族文化遗产和确保国家文化安全，进行文化传播和价值观的跨文化对话，以此来构建和谐社会，就成了崭新而迫切的课题。

一方面，确保民族文化遗产，构建和谐社会，要不断推进文化创新，打造具有中国特色、中国风格、中国气派，能为外国受众接受的文化产品和知名品牌。中华民族5000多年的文明史，为我们留下了丰厚的文化资源。但是，文化资源的优势并不能自然而然地转化为文化竞争的优势。作为主抓文化的省部级官员，中共云南省委副书记丹增既有经验的阐述、理论的梳理，更有一个父母官的责任感和使命感，他就文化产业的世界发展态势、中国发展状况和云南发展前景等问题进行了认真“参悟”：“民族文化的竞争力，既建立在丰厚的文化底蕴之上，更在于结合时代要求，深入挖掘传统文化的丰富资源和深刻内涵，不断加以创新，推出更多富有民族特色、富有时代色彩的文化产品，打造民族文化品牌。”东方歌舞团、北京儿艺、浙江横店集团、重庆歌乐山革命纪念馆的成功经验力证：要通过深化文化体制改革，充分发挥市场在文化资源配置中的基础性作用，运用产业的方式使传统文化资源得到充分开发和利用；要借助现代高新技术手段，弘扬民族优秀传统文化，保护民族文化瑰宝，更好地展示中华民族文化的独特魅力；要完善文化产业政策，运用财税、金融等手段支持对外文化产业发展，鼓励多渠道资金投入，促进各类对外文化企业共同发展，尽快培育一批具有较强实力和国际竞争力的外向型文化企业和企业集团；要鼓励书报刊发行企业、影视制作企业走出去，鼓励它们通过合作、合资和代理，扩大在境外发行，拓展国际市场。要通过资本做纽带，与境外文化企业建立战略合作关系，扩大对外交流，增强中国文化企业在海外的竞争力和影响力。要积极参加和举办国际性文化活动，将中国建设成为亚洲国际文化活动中心和世界国际文化活动中心之一。

另一方面，从执政高度确保国家文化安全，构建和谐社会。改革开放以来，西方国家的意识形态，诸如价值观念和道德观念强烈地冲击着人们的思想。一些不良的价值观念和道德观念给中国社会带来了负面影响，严重冲击着中国传统的道德观

念和道德标准，因此，我们要从国家利益与国家安全的高度，充分认识西方不良文化的恶劣影响，坚决抵制这些不良文化观念的侵蚀。文化安全对许多人来说可能还处于可有可无之中，这与中国当前的文化安全环境是极不相称的，因此要从观念高度增强人们的文化安全意识形态与价值观安全意识。在学术界享有盛誉的中国政法大学终身教授、博士生导师李德顺一语中的：“无论是关于文化全球化合理目标和前景的确认，还是关于走向全球化的方式和途径的确认，都应在全球普遍平等的基础上，通过交往的实践去形成。”文化安全牵涉到许多方面，但是建立完善中国的文化安全机制，首先必须遵守文化自身发展的客观规律。文化的生命力就在于它的不断发展与创新，它的力量源泉就在于它本身具有的强大功能与作用，这也是文化之所以成为综合国力重要标志的根本原因。

用“两个轮子”来坚持自主创新

郑和下西洋被外国人写成《1421：中国发现世界》赚到1.3亿英镑，《三国演义》被日、韩改编成游戏赚得盆满钵盈，美国版的《木兰从军》备受国内观众追捧，文化创意产业已经成为全球最有前途的产业之一，国际市场已经把“淘金”的目光盯紧中国传统文化，这个现象已经引起了有识之士的密切关注。

“让文化产品的生产和流通摆脱计划经济的束缚，解放和发展文化生产力，将文化作为一种产业来经营管理，通过占领市场来巩固思想文化阵地，以便在市场经济基础上做大做强，能够使中国的文化产品进入国际文化市场参与国际文化竞争，让中国的文化形象同中国的经济、政治地位相适应。”这是国家新闻出版总署副署长柳斌杰对文化体制改革的重要思路，也表达了他将创新意识贯穿文化体制改革始终的孜孜追求。

中共十六届五中全会第一次将自主创新作为国家战略写入全会公报，应对了汉朝文学家司马相如所说：“明者远见于未萌，智者避危于未形。”坚持自主创新，正是推动文化体制改革的法宝和利器。坚持自主创新，就是一手抓公益性文化事业，一手抓经营性文化产业，这是文化体制改革的内在动力，也是繁荣发展社会主义文化的必然选择。在社会主义市场经济条件下，文化事业和文化产业构成了文化发展的“两个轮子”，只有坚持自主创新，通过深化文化体制改革，把这“两个轮子”都转起来，才能推动社会主义文化快速发展。

坚持自主创新，“两个轮子”转起来，就能明确文化体制改革的主要方向。公益性文化事业主要是指政府向社会提供的公共文化服务。发展公益性文化事业要以政府为主导，增加投入、转换机制、增强活力、改善服务，实现和保障人民群众的基本文化权益。经营性文化产业是指通过市场来组织文化产品和服务的生产、传播和消费。发展经营性文化产业要以市场为主导，创新体制、转换机制、面向市场、

壮大实力，满足人民群众多方面、多样性、多层次的精神文化需求。两者性质功能有所不同，但又相互联系、相互促进。被称为“传媒研究第一人”的中国传媒大学教授、博士生导师周鸿铎语颇隽永：“社会主义市场经济的深入发展，为文化产业的发展开辟了广阔前景：可以扩大融资渠道，以多种方式吸收公众投资，解决文化发展的资金瓶颈；可以打破行政区划的限制，跨地区兼并、重组，迅速扩大文化建设的规模；可以推动文化经营单位以市场为导向，推进内容、形式、手段和体制机制的创新，培育具有自主知识产权的知名文化品牌；可以广泛运用现代科技手段，运用社会大生产方式，推动文化产业的升级。”用产业的形式，结合市场机制的威力推动文化发展，是文化生产方式的一次深刻变革，是文化生产力的一次本质提升，影响深远，潜力无穷。

坚持自主创新，“两个轮子”转起来，有利于推动转变政府职能，发挥国有文化单位在文化发展中的主导作用。一些国有经营性文化单位体制不顺、机制不活，缺乏经营活力和竞争动力，难以在市场竞争中生存发展。必须加快推进经营性国有文化单位的转企改制，重塑市场主体地位，增强国有经营性文化单位参与市场竞争的意识和动力。因此，四川大学教授、博士生导师蔡尚伟极力呼吁：“要进一步明确政府的职责，理顺文化行政管理部门与所属文化企事业单位的关系，实行政企分开、政资分开、政事分开、政府与市场中介组织分开，使政府部门实现从主要是办文化向管文化转变，从主要是面向直属单位的微观管理向面向全社会的宏观管理转变，从主要是行政管理为主向综合运用经济、行政、法律等手段管理转变。”只有这样，才能尽快打造一批有实力、有活力的国有文化企业和企业集团，使之成为文化市场上的战略投资者和主导者，形成以公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局。

用“两个贴近”来落实科学发展观

近年来，“地球村”的饕餮之徒享用着一道道文化盛宴：美国的好莱坞影片和迪斯尼乐园风靡全球，以《大长今》为代表的“韩流”再次热播中国两岸三地，日本卡通占到世界动漫版图的60%，“中国文化年”走向美国、法国、德国、荷兰、俄罗斯等国。由此，我们可以把“民族文化搭台，国家形象唱戏”演绎为“贴近群众、贴近市场、传播文化、服务政治”。

“只有贴近实际、贴近生活、贴近群众，才能生产出源于生活又高于生活、来自社会又服务社会，来自群众又服务群众，反映我们改革开放、社会主义现代化建设伟大实践，体现时代精神风貌，为中国老百姓所喜闻乐见的思想性、艺术性、观赏性统一的好作品。”国家广电局局长王太华反复强调。必须看到，中国的市场经济是与社会主义基本政治制度紧密相联的，不贴近群众、贴近市场，文化发展就无

法体现社会主义的性质，就会陷入假、大、空的泥淖，重蹈“政府是投资主体、领导是基本观众、获奖是主要目的、仓库是最终归宿”的老路，就难以实现全心全意为人民服务的宗旨。对此，我们想起马克思说：“你们赞美大自然令人赏心悦目的千姿百态和无穷无尽的丰富宝藏，你们并不要求玫瑰花散发出和紫罗兰一样的芳香，但你们为什么却要求世界上最丰富的东西——精神只能有一种存在形式呢？”所以，深化文化体制改革，必须要着眼国情，面向世界，从“两个贴近”入手，切实解决文化事业单位机制不活、面向群众意识不强、服务水平不高的问题，切实解决国有经营性文化单位过于依赖政府，在机制上缺乏闯市场的动力和能力的问题，使文化建设真正走上良性发展的轨道。

贴近群众、贴近市场，是把科学发展观落到实处的重要途径。人民群众既是文化的建设者，也是文化的享有者。在社会主义市场经济条件下，人民群众是文化市场的消费主体，市场已经成为服务群众的重要渠道。因此，贴近群众、贴近市场与为人民服务、为社会主义服务的方向是一致的，与“三个代表”重要思想和科学发展观的要求是统一的，是把这些要求落到实处的重要实现途径。范长江新闻奖获得者、天津日报报业集团社长张建星有感而发：“在这个意义上讲，贴近市场，首先要占领市场，就是占领意识形态阵地；市场份额越大，服务的群众就越多，正确导向就越能落到实处。”贴近群众、贴近市场，是社会主义市场经济条件下推进文化建设的必然要求，既遵循了社会主义精神文明建设的特点和规律，又符合社会主义市场经济发展的要求，为创新文化体制和机制指明了方向。能不能形成适应市场经济发展要求的、富有活力的体制机制，是衡量文化体制改革成效的重要标准。

贴近群众、贴近市场，落实科学发展观，是体制机制创新的关键所在。体制是具有长期性和稳定性的制度，机制是保证制度实施的程序、规则和运作方式。贴近群众、贴近市场是最有活力的体制机制。国家广电总局的学者型官员、规划研究院院长、研究员黄勇直言坦陈：“过去一段时间，我们在文化体制改革方面进行了不少的探索，取得了一些成效，但释放的能量有限。根本问题是没有明确改革的方向，没有找到把社会主义精神文明建设特点与社会主义市场经济规律有机结合起来的实现途径，一些改革往往只停留在机制和方法层面，无法取得突破性进展。”文化体制改革实践者的绝妙表演和激情纵论一再昭示：只有坚持贴近群众、贴近市场，才能抓住体制机制创新的牛鼻子，建立健全有利于文化事业和文化产业全面协调、持续快速发展的体制和机制；才能加快文化领域的结构调整，解决国有文化资产结构失衡、效益不高、闲置浪费的问题，促进文化资源配置向农村和中西部地区倾斜；才能打破条块分割、地区封锁、城乡分离的旧有市场格局，形成统一、开放、竞争有序的现代文化市场体系，发展现代流通组织形式，推进连锁经营、物流配送、电子商务等，把更多更好的文化产品和文化服务高效快捷地送到千家万户。

司马迁执守“究天人之际，通古今之变，成一家之言”，而后人皆景仰《史记》。几年来，文化体制改革逐渐进入了整体推进和重点突破的攻坚阶段，在国内外舞台上演了一幕幕“越是民族的，越是世界的”活剧。忝为见证人和记载者，我心向《史记》，踴厉阐扬“学林之宏举，不朽之盛事”，因此，《传媒榜样》是睿智的而不是混沌的，像火炬一样映亮我们的内心；它是大气的而不是局促的，宛如历史底蕴激荡的回响绵长悠远。正如马克思所说：“我们不是以空论家的姿态，手中拿了一套现成的新原理向世界喝道：真理在这里，向它跪拜吧！我们是从世界本身的原理中为世界阐发新原理。”

王永亮 2006年2月18日修改于中国政法大学悟空室

目 录

C o n t e n t s



郑州大学 *04010186955\$*

高 端 大 略



◀孙家正 国家文化部部长

代表先进文化的
前进方向

/3



◀王太华 国家广播电影
电视总局局长

广电传寰宇
和谐成大同

/17



◀柳斌杰 国家新闻出版
总署副署长

文化产业是中国
经济的新增长点

/29



◀丹 增 中共云南省委
副书记

为云南可持续发展
铺垫一块基石

/39

广 电 先 行

◀黄 勇 国家广电总局
副总编辑

发展广电产业是
战略性任务

/55



◀朱 虹 国家广电总局
办公厅主任

奏响广播影视业
最强音

/65



◀孙玉胜 中央电视台
副台长

以推动电视革新
为己任

/83



◀刘长允 山东广电局
局长

常变常新

/99





◀张宝才 牡丹江新闻传媒集团董事长

牡丹江潮动地诗

/115

报 界 群 雄



◀李德民 原人民日报社编委

评论千古事
得失寸心知

/131



◀张建星 天津日报报业集团社长

打造核心竞争力

/143



◀吴海民 京华时报社社长

解读媒体大变局

/147

◀陈舒平 成都商报社总编辑

领跑的感觉真好

/169



◀张秉礼 宁波日报报业集团社长

创新而务实

/185



出 版 足 音

◀张胜友 中国作家出版集团董事长

出版业发展要坚持
制衡战略

/201



◀王建辉 长江出版集团董事长

争出版之先

/217



目 录

C o n t e n t s



◀罗小卫 重庆出版集团
董事长

手持金钥匙
探宝出版业

/229



◀刘 强 山东新华书店
总经理

“新华精神”
光耀发行路

/243



◀庄智象 上海外语教育
出版社社长

探索出版、科研、
教育互动发展之路

/257

文 化 前 锋



◀王 颖 北京儿童艺术
剧院股份有限
公司总经理

“文化航船”闯大海

/271

◀杨守成 西安秦腔剧院
院长

三千万人民
齐吼秦腔

/283



◀徐 伟 北京市朝阳区
文化馆馆长

文化朝阳映京华

/297



网 络 新 锐

◀李志高 电脑报社社长

IT 尽在天极

/309



◀刘九如 计算机世界传
媒集团总裁

我们的对手是自己

/323





◀方兴东 北京博客时代
信息技术有限公司
公司董事长

从叫板微软开始

/337

◀朱光烈 中国传媒大学
高级编辑

从百年发展史
审视先进文化

/395



学 界 宏 论



◀李德顺 中国政法大学
终身教授

文化体制改革
谨防“暗礁”

/349

◀刘 路 陕西师范大学
教授

为电视节目
把脉针灸

/411



◀刘 斌 中国政法大学
教授

法制新闻看法大

/365

◀张立伟 四川省社科院
研究员

从体制和战略培育
市场竞争主体

/423



◀周鸿铎 中国传媒大学
教授

传媒产业研究第一人

/379

◀蔡尚伟 四川大学
教授

向左走？向右走？

/437



高端大略

