

## 传媒产业规制：背景演变、国际经验与中国现实

作者：朱春阳

摘要] 传媒产业规制是行政力量在传媒产业发展中的价值体现。传统上，平衡竞争与垄断，消除市场失灵是行政规制的出发点。近年来，随着传媒产业融合的不断加深与跨国竞争的加剧，对传媒产业的规制正面临从“结构调控”向“行为调控”的转变，效率优先的价值取向尤其明显。但是，本文认为，针对中国传媒产业的发展阶段而言，无论是结构调控，还是行为调控，效率与公平的兼顾是传媒产业规制的基本原则；传媒产业与事业的分离是行政规制效率提高的切入点；以形成全国统一、开放、竞争的传媒市场为产业规制目标是当前中国传媒产业竞争力提升的关键所在。

[关键词] 传媒产业规制；行政规制；国际经验；中国现实

传媒产业化是近年来的热门话题。很显然，传媒产业化的成长道路追求的是经济效率优先的目标，这被认为与传媒业本身具有的强外部性特征或许会形成冲突。外部性是指强加于第三方的成本，或在某些情况下，是指强加于第三方的收益 [1]，前者指负外部性，后者指正外部性，这里是指传媒因为产业化而产生的负外部性，即传媒所有权的逐步集中很可能导致传媒业不能服务于社会公众，而是服务于特定的利益集团，成为捍卫其利益的吹鼓手，而牺牲社会整体的福利。鉴于传媒业对社会信息环境的强大影响力，服务于公众的利益被认为是传媒价值的应有之义，新闻专业主义精神所倡导的“真实、全面、客观、公正” [2] 也正是由此而产生。因此，在这样的背景下，传媒产业的成长效率和公共福利之间的均衡就变得十分重要，而这一任务恰恰是市场机制本身无法自觉实现的。一个完整的市场经济体系其实由两个部分组成，一个是市场机制，主要是传媒组织市场争胜的空间体系，主要的价值导向是效率；而另外一个行政机制。它一方面为市场机制提供框架性的秩序服务，另外一方面要在市场失灵的空间，提供可能性的传播公共服务，主要解决的是一个传播公平问题。政府的这一强制性的外部制约功能，就是政府规制 (regulation)，即指由政府部门依据有关的法规，通过许可和认可等手段对传媒产业的市场活动施加直接影响的行为。它借助有关法律和规章直接作用于传媒产业，规范约束传媒的行为以提高效率，弥补市场缺陷。例如，在日本，规制经济学理论认为，广播电视媒介产业属于网络型产业，具有自然垄断性、外部性、信息不对称性，很难通过市场机制下的自发效率实现帕累托最优资源配置，需要通过法律、独立规制机构 (在日本是通过行政指导机构)、产业政策等，对市场主体行为、市场结构等进行规制。 [3]

本文希望对传媒产业规制的背景演变、国际经验加以介绍，力求在一个清晰的框架内探讨政府规制与传媒产业之间的关系结构，并由此关照中国传媒产业的规制现状，寻找问题，并给出建议。

### 一、 传媒产业规制的背景演变

政府规制是一个与市场经济体系的发展相伴随的活动，并常常受到市场经济体系价值取向变化的影响。西方市场经济体系发展至今，已经历了不同时期，但贯穿其中的是深受两大经济思潮的影响，即经济自由主义和国家干预主义。 [4] 通常人们把强调市场机制的有效作用、反对国家干预经济生活的理论和政策，称之为经济自由主义；反之，把强调市场机制的缺陷，主张通过国家干预经济生活，以弥补市场不足的理论 and 政策，称之为国家干预主义。经济自由主义和国家干预主义都不是完美无缺，从西方经济发展演进的历史过程来看，两者呈交替发展，此长彼伏的态势，而从西方经济学的发展及各国现行政策来看，二者发展还呈日益融合的趋势。

当代西方规制理论就是从国家干预主义理论中派生出来的。它主要研究在市场经济体制下政府或公共机构如

何依据一定的法律、法规对市场微观经济行为进行制约、干预或管理。这一理论也被称之为规制经济学。规制理论认为：市场的局限性和市场失灵是政府或公共机构进行规制的必要条件。政府或公共机构针对市场失灵的现象，应设计出相应的规制制度来调控市场，约束和规范经济主体的行为，以保证整个社会经济规范有序的运行。根据规制经济学家的理论，这些规制取向通常包括以下几个方面：(1)公益事业政策中的规制，主要以处理自然垄断为目的，以维护帕累托效率。(2)保护消费者权益、公开信息、保护知识产权等法律中的规定，主要以处理信息偏在为目的。(3)针对外部不经济问题进行的社会性规制。外部不经济性反映了一经济行为主体不付费而得到收益或增加另一行为主体的成本。(4)针对非价值物品进行的社会性规制，有些物品或经济活动市场可以有效地调节，但与社会公德相冲突，如色情、毒品等。则需借助规制来加以禁止或限制。(5)财税、金融政策中的规制。主要以保证分配的公正和经济稳定增长为目的。(6)社会福利和社会保障制度中的规制，主要为了提供公共物品。(7)民法及反不正当竞争法中的规制，主要是为了保护不完全竞争问题。(8)产业政策和振兴科技政策中的规制，以处理多样化市场失灵相关问题为目的。(9)保护环境、土地及自然资源、劳动保护等政策中的规制。[4]在上述规制中，(5)和(6)属于宏观经济层面；反垄断在西方通常由司法部门处理，称为间接规制。一般不纳入政府规制的范围，余下的规制属于政府直接规制，分为经济性规制和社会性规制。经济性规制是指针对特定行业、公用事业、交通、通讯及金融等处理自然垄断方面的规制。社会性规制是针对外部不经济和非价值物方面的规制。经济性规制是指在自然垄断和不完全竞争市场以及信息偏在的领域，为了防止发生资源配置低效率和确保利用者的公开使用，政府机构运用法律权限，通过审批、指导以及许可和认可等调控手段，对企业的进入和退出、价格、服务、投资、财会等有关行为加以规制。

从国际经验来看，传媒产业的政府管制是一个复杂的演变过程，长期以来，竞争、垄断、管制、多样化四大问题彼此制约，难解难分。如何处理这些彼此关联且时常冲突的问题，这是西方传媒政策法规的核心任务。[5]美国公共政策学派代表人物哈维克(John J. Havick)曾概括出传播政策制订的四种理论模式：一是经济规制，指以经济效率为标准，强调实施规制中的产业主导原则，在此基础上制订政策；二是新多元主义；三多元主义；四政府主导，指政府依据自己的偏好制订政策，实施政府行为。[6]不同国家对传媒业的规制体现了不同的价值偏好。美国传媒政策显示了多元主义和经济规制的博弈，强调对垄断的限制，给与市场竞争者平等的获利机会以实现节目的多元化。英国传媒政策则强调了多元主义、新多元主义与政府主导联合的公共性倾向。韩国传媒政策则是政府主导与经济规制的合谋，经济效率的偏好甚至强于美国模式，并不惜牺牲多元化原则为代价，经济追赶，或者说，经济优先的社会发展路径设计是这一政策形成的基础，但其带来的发展可持续性如何还难以预料。

即便如此，在不同的时代，政府对传媒产业的规制也表现出不同特征。库伦伯格与麦奎尔关于传媒政策纵向演进的研究结果显示，现代传媒政策按照出现时间的先后次序可以划分为三个范式。[7]第一阶段从19世纪到二战爆发，管制目的是促进竞争，反对垄断；第二阶段自1945年到1980/1990年，侧重于传媒公共服务的政策取向；第三阶段即1990年至今仍在演化的时期，其基本特点是全球化快速发展，民族国家政府、国内公司、跨国公司三者共同主导传播政策的变化，公司力求放松管制，以此拓展并打通国际国内市场的发展空间，政府则逐渐从干预市场发展的管制中退出，并给与经济而非社会与文化福利更多的优先权，通常遵循市场、技术、消费者和公民意愿的逻辑，而不是强行实施其目标。尽管美国传媒政策表现出深深的第一阶段范式的烙印，但1995年前后一系列严格管制的政策相继废止；《1996年电信法案》的颁布，展示了一个由多样向同一的转向[8]，经济规制，效率优先的原则明显占据了优先位置。英国传媒政策的走向也出现了从单纯公共服务向公共服务与市场效率并重的转变。英国《1996年广播电视法》提出法案的宗旨在于“解放英国的广播电视业，使其成为21世纪世界的领袖”[9]，主要目标是通过放松管制，提高经济效率，并提升国际竞争力。

## 二、 传媒产业规制的国际经验

从20世纪末开始，传媒融合成为世界传媒产业发展的趋势，大型传媒集团要求本国政府开放传媒所有权的呼声越来越高，各国都在经历着一场传媒规制上的变革。从市场结构来看，产业融合不仅使纵向一体化的市场结构逐渐向横向一体化的市场结构转变，而且使得传统意义上的垄断结构的内涵有所改变。传统意义上的垄断结构有一个假设前提，那就是每一个传媒产品市场的边界是明确的，可以对市场集中度进行测量。但在产业组织模块化并出现产业融合的条件下，这一切发生了改变。一些传媒产品可能同时跨几个不同市场，这给市场的划分和市场集中度的测定带来了一定困难。例如，多媒体机顶盒，它可以支持几乎所有的广播和交互式多媒体应用，包括收看普通电视节目、数字加密电视节目、点播多媒体节目和信息、电子节目指南(EPG)、收发电子邮件、因特网浏

览、网上购物、远程教育等。因此，在产业融合条件下，垄断结构并不单只表现在某种产品的市场集中度上，而且反映在某一企业对相关互补产品和替代产品市场的控制力上；而且具垄断结构的市场主体往往表现为模块化的网络形态。在一个需要创造需求的信息经济时代，具有高级资源位优势、创新优势、品牌优势和模块整合优势的传媒集团会在相关市场上形成不同于以往形式的垄断结构。这种变化对传媒规制提出了新要求，放松管制的合理性得到了证实。但是，放松规制，并非放纵垄断对效率的侵蚀。西方国家在放松管制的同时，特别注重垄断结构的效率分析，不再盲目地反垄断，提倡竞争，反对的主要是有损效率的垄断行为。这样，市场集中度不再成为判断垄断是否损害市场效率的标准，取而代之的标准是看垄断企业是否有损害效率的垄断行为，规制的重心由规制市场结构转移到了规制垄断行为，即由“结构主义”转向“行为主义”。

美国是传媒融合最早的国家之一。[10]早在《1996年电信法案》通过时，就解除了对电信和媒体之间的跨业经营的限制，即允许电话公司和有线电视业务领域的相互渗透；但《1996年电信法案》并没放松传统媒体之间的所有权管制。2002年，FCC对跨媒介所有权进行了一次大规模的重审，新规定将《广播/电视跨媒体所有权限制令》和《报纸/广播电视跨媒体所有权禁令》合二为一，并且在很大程度上取消原先设立的限制：在3个或少于3个电视台的市场内，不允许跨媒介所有权；4-8个电视台的市场内，1家报纸可以与1家电视台和该市场内一半限额的广播电台联合，或者1家报纸可以与该市场限额内的电台联合；9个或9个以上电视台的市场内，跨媒介所有权则没有限制。[10]新规定对于大型的传媒集团如此有利，以至于批评者们认为新规定是FCC在大型传媒集团的游说下做出的，有损于地方性的新闻和娱乐多样化，因此FCC的新规定受到政府的反对。2006年FCC的新提案中将跨媒介所有权限制的市场下限降低到6家电视台。看来放松管制是迟早的事情，悬而未决的只是放松的尺度问题。

在欧洲，电影、报刊、出版、音像等文化产品是充分市场化的。但广播电视一般属于公共服务部门，大都由政府垄断经营，或由政府授权公共组织经营。因此，欧盟国家政府的文化政策奉行两个原则：一是鼓励竞争原则，二是国家干预主义原则。前者主要是鼓励各种新闻媒体公平竞争，让公众自由选择各种媒体。后者是扶持弱小媒体，使之具有与实力雄厚的文化企业同等发言的机会，避免过度集中和垄断。[11]这些限制主要体现在地方报纸、地方电台和第三频道之间的跨媒介所有权。如果个人拥有的地方报纸占市场份额20%以上，那么他不得直接或间接地取得覆盖这个市场的第三频道的执照；拥有占市场份额50%以上的当地报纸的业主，不得拥有当地模拟广播执照；如果个人拥有的地方报纸和第三频道的市场份额总共超过45%，那么他不得取得当地电台执照；如果个人拥有的地方第三频道和地方报纸均占当地50%以上，则不得拥有地方模拟广播的执照。[10]

由于近年来美国传媒集团对欧洲市场的冲击很大，欧洲各国逐渐将市场对商业媒体进行开放。公营媒体和商业媒体同时并存，各自对于传媒规制的要求不一，这就使得欧盟难以订立统一的规制。一些大型的商业传媒集团支持更为自由的融合立法提案，如新闻集团和斯普林格集团，他们赞成更为自由化的市场。而小型的市场业主和公共广播公司则反对融合立法提案，如BBC、德国电视一台和意大利国家电视台。美国《1996年电信法案》通过之后，大的欧洲传媒集团更为迫切地要求开放市场。他们担心如果不能同样地被允许进入相邻市场，自己可能会落后于美国同行。来自市场的压力最终推动了传媒规制的变革。2000年7月，欧洲委员会采纳了欧盟执委会资讯署的融合立法提案，并最终于2002年由欧洲理事会批准为电子通信和服务的管制框架。[10]但是，以英国为例，同美国一样，英国的放宽政策还只是针对全国市场而言，对地方市场内的限制仍然十分严格。另外，欧盟对跨国并购进行政府规制主要强调运用竞争政策，进行竞争政策审查已有近二十年的历史，其利用竞争政策进行的跨国并购规制模式已为世界很多国家所借鉴。目前，世界上大多数国家已普遍从过去简单地对投资，特别是外国投资实施限制性的产业准入政策到向竞争政策进行了转变。

相对于欧美从竞争走向垄断的产业成长路径相比，强调追赶战略的后发国家的传媒产业规制道路表现出了不同的特征。对于追赶型战略而言，政府管制是以集团化为代表的集中化带来的效率优先，还是鼓励竞争带来的公平优先是一个至关重要的问题。韩国经济的发展经历为我们提供了正反两面的借鉴。在1997年之前，韩国经济的主要增长支柱的以财阀为基础的集团经济。但由于过度的集中带来了垄断，并没有提高效率，而是出现了经济体系的严重僵化。韩国在1997年底发生金融危机后，通过修改《商法典》和《限制垄断法》，规范集团行为，防止企业经济力过度集中、扭曲市场配置资源的机能，对企业集团、特别是大规模企业集团控制极其严格；同时，抛弃原有的限制竞争的政策导向，转而开始鼓励竞争。例如，韩国电视业表现出典型的寡头垄断市场结构，三大电视台（KBS、MBC、SBS）不但联合垄断了韩国电视收视市场和广告市场，并且各自垂直整合节目制作流通和传播环节，形成了“制播合一”的电视节目产制格局。为了打破三大集团的垄断地位，推行制播分离制度，韩国政府从1990年代初期即开始推行节目配额制度，1999年并正式出台《广播法》，规定电视网外制节目的播出比例到2001年增加到40%，其中独立制作商节目份额增加到30%，并且电视网每月黄金时间必须播出15%的外制节目。

[12]再例如，韩国早在1963年就有了电影配额制度，为的是保护刚刚起步的本土电影。当时政府规定只有拍4部韩国电影，才能进口1部外国电影。电影公司很自然地采取了机会主义策略：电影公司拍片只是为了换取进口影片指标。于是，自己的影片粗制滥造，拍出来直接进仓库，每年利润全靠进口国外大片。结果在保护最严密的时代

电影产业却没有发展起来。2006年3月,韩国国务会议通过了缩减电影配额制的试行令改进案,规定从7月起,韩国各院线上映韩国电影的天数将由146天缩减到73天,整整被削减一半。[13] 引进竞争,提高产业活力的目标十分明显。类似的情况在我国广东广电市场上也得到了证明,由广电集团垄断无法完成的市场绩效交给了竞争反而出现了意想不到的结果。作为身处改革开放前沿的广东电视产业市场格局十分独特:来自香港的4个频道占据了收视率的60%以上,本地的广东电视台在收视率方面远远落后于香港频道。但是随着由原广东有线广播电视台和原广东经济电视台重新整合而成的又一省级电视台南方电视台的全面参与,收视率格局出现了明显的变化。尽管广东省是国内首个允许境外卫星频道全面落地的省份,广东电视台和南方电视台的收视率仍然超过了所有落地广东的几家香港电视台。

### 三、 我国传媒产业规制的特点与面临的问题

有研究者认为,社会主义市场经济体制下对传媒产业的政府规制,不同于西方市场经济条件下的政府规制。首先,规制主体的角色定位不同。在我国,政府出于双重角色对传媒事业及其产业行使规制权限,一种角色是以公共服务为使命的政治性政府,另一种角色是以国有资产所有权管理者身份出现的经济性政府。而西方国家的政府主要是从政治性政府的立场出发,对包括传媒业在内的市场失灵领域进行规制的。其次,规制客体的性质不同。在我国,作为规制客体的传媒产业属于事业单位,而我国的事业单位并不等同于国外的非营利机构,更不同于国外的企业。第三,是政府规制本身的性质不同。西方市场经济国家的政府规制在很大程度上带有“产业规制”的性质,而我国要建立的现代政府规制应属于事业和产业的双重规制。[14] 因此,目前我国政府对传媒的规制实行的是双轨制。这种规制的产物就是对传媒组织事业单位、企业化管理的界定:一方面在行政上干预传媒组织,让传媒组织继续承担其社会效益的角色;一方面又给传媒组织断粮,让它们自主经营、自负盈亏,充分发挥市场机制来推动传媒组织的产业化发展。我国新闻传媒既要发挥新闻的导向功能,实现社会效益;又要承担经济上的创收任务,实现经济效益,这造成了规制目标的双重性与实施的两难性。[15] 其集中弊端表现为2005年中国传媒市场与政府规则双重失灵:即在市场规则应该发生作用的地方,政府规制掣肘,导致市场失灵;在政府规制应当执行有力的时候却仍然让市场力量博弈,就会产生寻租行为,权钱交易,最终导致政府规制失灵。同时,传媒功能也形成双重失调:中国社会需要传媒承担起社会环境守望者和公共话语平台提供者的双重角色功能。但前者受“喉舌论”的单一价值标准限制,后者受“舆论一律”的传统管理体制束缚,导致双重失调。[16] 因此,面对这一问题,区分传媒产业与传媒事业的边界,采取不同的标准予以调控,这是当前我国传媒产业获得良好发展态势的基本前提。近年来的文化体制改革提出了“分类改革”的理念,正是针对这一问题。2007年,传媒产业内资本潮流的再次涌动,也表明分类改革已经进入真正的启动阶段。

相关研究表明,我国传媒产业的政府规制效果被认为存在下列问题:一是正式制度供应不足,“潜规则泛滥”;二是寻租现象存在,消蚀传媒产业的整体利益;三是地区壁垒、媒体壁垒和行业壁垒严重阻碍传媒产业个体和总量的扩张。[17]

传媒产业公共政策体系缺失、有效制度安排不足是当前和今后一个时期内制约中国传媒产业变迁的最重要问题,是关系到国家传播业和文化发展的战略问题。[18] 传媒产业的生存和发展不仅仅是靠市场选择的,也要由完善的规制措施来保证不至于偏离公共服务的轨道。中国传媒业多年来按照行政级次、行政区划分配资源,使得传媒市场形成了特有的“井”字结构(“四纵”、“四横”:即依照四种传媒形态形成的管理格局和依照四级行政级别形成的管理格局),平行式结构(即传媒之间融合度极低,跨媒体经营举步维艰)和倾斜式结构(即传媒空间布局的不平衡:东中西不平衡,城市与农村不平衡,中心大城市与大中小城市不平衡),这样的格局严重阻碍了统一、开放、竞争、有序的现代传媒市场体系的形成。[19] 从传媒产业与政府关系的角度出发,地方保护主义在传媒规制中起到重要作用。在传媒产业主要表现为报纸发行,广播电视覆盖地方分割。媒介地方保护的动因既来自政府,也来自媒介本身,其中政府的特性是主导因素。[20] 基于此,以形成全国统一、开放、竞争的传媒市场为产业规制目标应该是当前中国传媒产业竞争力提升的关键所在。

在国际传媒规制领域,法规重点从结构性调控向行为性调控的转变反映了近几十年来产业结构领域的重大理论发展。人们广泛认识到,不管出于什么原因,效率并不一定是由一个市场上本身存在的竞争供应商的数量来决定,而是要看来自现有的公司甚至潜在的市场进入者的竞争压力是否足以使公司们有效的运转并防止反竞争行为。[1] 在我国传媒产业的发展过程中,政府规制的方式应逐步进行转变。由经济性规制即限制性规制,到激励性规制,再到放松规制,即由政策倾斜向创造市场公平竞争条件过渡,由行政干预向经济政策和法律手段引导过渡。激励性规则是指在保留原有规制结构的条件下,给予被规制对象以提高内部效率的刺激,即给予被规制对象

以竞争压力和提高生产效率的正面诱因。放松规制意味着放松和取消诸多规制条款,放松规制,不论哪种形式,都是以向受规制产业引进竞争机为目的。在我国传媒产业的发展过程中,政府应逐步减少仅仅将政策优惠赋予少数传媒集团,而转向为所有的传媒产业链或大多数传媒产业提供相同的竞争条件,创造公平的竞争环境,应逐步完善市场交易规则,降低交易成本,提高传媒产业链之间的专业化协作水平,促使市场中介组织规范发展,以便为传媒产业的形成和发展提供规范的服务,为传媒产业实现跨所有制、跨行业、跨地区和跨国经营扫除障碍,改变以目前条块分割的局面。因此,现阶段我国传媒业规制重点应在于确立传媒产业的市场主体地位,以促进形成全国性的统一市场;同时,伴随着市场机制的日益健全,必须明确市场和政府的边界,走向开放市场的中国传媒产业亟需一套完整而清晰的规则系统。

同时,规制制度还需要从规制传媒产业行为转向规制政府与传媒产业的自身行为。规范政府自身行为,反行政垄断与地方保护主义是必要的,因为正如上文所述,在发展中国家最有损效率的往往是行政垄断与地方保护主义,它们是各利益相关部门与地区博弈的结果,其存在的根本原因是政府自己也是特定的利益主体,也有自己的利益需求。解决好行政垄断与地方保护主义要抓好法律制度建设,用法律手段规范政府行为。这主要是防止政府利用自己的行政权力按行业与地域来划分自己经济上的支配领域。规范政府行为的结果就是要使政府公开、公正地运用激励性规制制度安排。此外,关于产权改革问题,胥廷全从系统经济学的角度提出的“产权安排最低层次原理”为我们提供了产权改革的演进路线图。其理论认为,产权安排应当尽可能从层次低的产权主体开始,当低层次经济系统的产权需求被满足之后,再将产权安排给高一层次的经济系统。[21]换句话说,只有每个层次系统的需求得到满足后才能保证整个系统发挥作用。最低层次原理成立的前提和基础是产权的层次结构,在一定的条件下,不同层次的经济系统都可以看作是一个独立的产权主体,即客观上存在着不同的产权主体,这些不同的产权主体之间存在着一定的“序关系”。这一理论为我国新闻改革的边缘突破提供了解释;同时,也为传媒产业的产权改革次序提供了思路。

作者简介:朱春阳,博士,教育部传播学重点研究基地复旦大学信息与传播研究中心研究员,复旦大学新闻学院副教授。

注:本文为复旦大学亚洲研究中心资助重点项目(批准号:SJH3353013)成果之一。

#### 参考文献:

- [1] (英)吉莉安·道尔.理解传媒经济学[M].李颖译.北京:清华大学出版社,2004:46.
- [2] 李良荣.新闻学概论[M].上海:复旦大学出版社,2005:303.
- [3] 转引自张志.日本广电媒介体制的经济学审视[J].国际新闻界,2003(2).
- [4] 沈乐平.当代西方规制理论和我国企业集团发展现状[J].暨南学报(哲学社科版)2000(6).
- [5] 金冠军等.国际传媒政策新视野[M].上海:上海三联书店,2005:2.
- [6] Lee, S., & Joe, S. K. (2000). Key issues in the Korean television industry: programmes and market structure. In D. French & M. Richards (Eds.), *Television in contemporary Asia* (pp. 131-149). London: Sage.
- [7] Jan Van Cuilenburg and Denis McQuail, "Media Policy Paradigm Shift". *European Journal of Anastasia Bednarski, From Diversity to Duplication: Mega-Mergers and the Failure of the Communication*. Vol.18(2):181-207.2003;
- [8] Marketplace Model Under the Telecommunications Act of 1996 *Federal Communications Law Journal*, Vol.55, No.2, 20003.
- [9] (英) Gillian Doyle.传媒所有权[M].陆剑南等译.北京:中国传媒大学出版社,2005:77.
- [10] 转引自蔡雯,黄金.规制变革:媒介融合发展的必要前提[J].国际新闻界,2007(3).
- [11] 祁述裕.中国和欧盟国家文化体制、文化政策比较分析[J].中国特色社会主义研究,2005(2).
- [12] Kyoung-Hee Song: Report on the Program Quota Regulation: What has changed after nine years in the program supply market? KBI Report 2000. Seoul, Korea: KBI.16
- [13] 秋风:韩流的保护主义[J].中国海关,2006(4).
- [14] 参见张志.论中国广电业的政府规制[J].现代传播,2004(2).
- [15] 胡正荣,李继东.我国媒介规制变迁的制度困境及其意识形态根源[J].新闻大学,2005(春).
- [16] 喻国明,戴元初.羽化前的阵痛——2005中国传媒产业“关键词”[J].国际新闻界,2006(1).

- [17] 戴元初.中国传媒产业规制的解构与重构 [J].新闻与传播, 2006 (5) .
- [18] 戴元光, 张海燕.新世纪中国传媒经济研究综述 (上/下) [J].当代传播, 2006 (1/2) .
- [19] 刘洁.我国媒介产业布局与产业区域联合 [J].现代传播, 2006 (3) .
- [20] 刘洁: 媒介地方保护与地方政府 [J].新闻大学, 2006 (春) .
- [21] 咎廷全: 产权安排的最低层次原理及其应用 [J].中国工业经济 [J], 2001 (10); 咎廷全.系统经济: 新经济的本质——兼论模块化理论 [J].中国工业经济, 2003 (9) .

(纸媒文本见《西南民族大学学报》2008/03期, 责任编辑吴定勇)

[回首页](#)

来源: 《西南民族大学学报》  
 阅读: 1069 次  
 日期: 2008-06-05

【 双击滚屏 】 【 评论 】 【 收藏 】 【 打印 】 【 关闭 】 【 字体: 大 中 小 】

上一篇: 新《律师法》为何连律师都看不懂  
 下一篇: 英语使用中存现句错误的分析

>> 相关文章

- 新闻人的权利优待与克减
- 寻找为新闻立法的张宗厚先生
- 摄影记者如何规避侵权风险
- 论媒体报道权与受众知情权的互动——以媒体对黄光裕个案的报道为例
- 版权扩张历程之透析
- 美国专家称赞中国信息公开
- 发展我国著作权集体管理制度的若干问题——以卡拉OK版权费风波为样本的分析
- 论我国三部有关互联网信息传播的法规

发表评论


  
 点 评:  字数0
   
 用户名:  密码:

- 尊重网上道德, 遵守中华人民共和国的各项有关法律法规
- 承担一切因您的行为而直接或间接导致的民事或刑事法律责任
- 本站管理人员有权保留或删除其管辖留言中的任意内容
- 本站有权在网站内转载或引用您的评论
- 参与本评论即表明您已经阅读并接受上述条款

备案号/经营许可证号: 蜀ICP备05000867号

设计开发: 阮思聪 QQ: 54746245 Powered by: 打瞌睡

Copyright (c) 2003-2013 传播学论坛: 阮志孝、阮思聪. All Rights Reserved .