

中国传媒产业发展的现实困境 ——兼论文化体制改革背景下的传媒体制改革

冉 华, 梅明丽

(武汉大学 媒体发展研究中心, 湖北 武汉 430072)

[作者简介] 冉 华(1961-), 女, 四川蓬溪人, 武汉大学媒体发展研究中心媒介理论研究室主任, 新闻与传播学院教授, 博士, 博士生导师, 主要从事传播理论与媒介发展研究; 梅明丽(1976-), 女, 湖北随州人, 武汉大学媒体发展研究中心、新闻与传播学院博士生, 主要从事媒介经营管理研究。

[摘 要] 2005年中国传媒产业发展速度开始减缓, 传媒产业遇到了现实的发展困境, 重要原因在于政府制度供应缺乏, 传媒改革发展的目标不明, 动力不足。目前传媒改革发展必须依据其自身特性以及预定目标来设计合理的改革方案, 以实现传媒再次快速发展。

[关键词] 传媒; 产业发展; 体制改革

[中图分类号] G210 [文献标识码] A [文章编号] 1671-881X(2007)06-0868-03

一、传媒产业发展现状的检视

当文化体制改革开启之后, 我国政府高层曾对中国传媒的未来发展充满信心, 认为“中国传媒进入到最好发展期”, 预言到2008年北京举办奥运会时, 中国传媒业在其产业化进程中, 一定会培育形成若干个在国内、国际上都具有较强竞争力和影响力的跨地区、跨行业的大型传媒集团。然而, 现实的发展却呈现出另一种令人忧心的严重态势。

传统的传媒产业主要以媒介产品的经营实现收入增长和产业发展, 以资本的内部积累为特征。2003年前后, 部分传媒也力图突破这一传统的经营发展模式, 试图借力资本市场, 通过价值化、证券化操作的物化资本, 来提升经营活动效益, 实现规模扩张与资本增值。然而北青传媒上市不足9个月便发出盈利警告, 北青传媒2005年度纯利大幅缩水94.8%, 拥有《中国计算机报》的赛迪传媒也因2005年上半年业绩下滑而被下调为减持股。

传媒集团化的一个目标就是实现跨地域、跨媒体和跨行业的规模化发展, 但是现实的情境却是, 自2003—2004年传媒跨媒体、跨区域改革出现了《新京报》、《第一财经》等几个特例之后, 便开始沉寂无声。随着《新京报》由控股51%的《光明日报》全面接管, 热闹的2004年过去, 亏损的严冬和政策的冻结相继到来。中央有关部门已明确表态将暂停跨地区办报, 一些拟议中的跨地区办报项目处于停滞状态。

广播电视媒体一直保持着传统的产业经营模式, 鲜有大的举措。上市公司中涉足影视节目制作的公司, 如中视传媒、电广传媒、广电网络等, 近年来毛利率也呈下降趋势。广电全行业收入比例中一半以上仍为广告。尽管在传媒领域, 电视一直处于优势地位, 然而与电信运营商6000亿的年收入相比, 目前所有广电行业的年收入总和尚不足其1/6, 二者收入差距恰恰出现在这10年之间。

我们注意到一个严峻的事实, 这就是传媒领域的变革仍在进行, 然而已经从原有的“边缘性突破”重新回到体制内的制度设计; 传媒仍在有限的扩张中, 却已经从跨区域、跨媒体的扩张尝试, 重新回到内生型增长的旧有路径; 传媒仍在继续发展着, 其所沿袭的依然是以传媒产品经营为基础的传统发展模式。中国传媒目前遭遇的并非生存危机, 而是发展困境。

二、现实困境的主因分析

造成中国传媒现实发展困境的主因,从政府与传媒双方来审视,有二:一是政府的制度安排不足,二是作为以往制度安排的既得利益者,传媒改革动力不足,发展目标不明。

中国传媒以往的改革,多限于体制内的制度变革与制度设计。从总体上来讲,以往的改革是成功而富有成效的,它催生了中国传媒产业,并促进了中国传媒产业的高速发展。然而,文化体制改革“两分开”的制度安排,却敏感地触及传媒体制的核心。国家进一步明确“采编活动和经营活动分开,新闻报道队伍和经营管理队伍分开”的原则,传媒产业发展进入到体制改革的核心和关键——建立在“两分开”基础上的传媒制度安排,从部分剥离走向整体转制,将为传媒产业明晰产权界限、引入资本运营,为实现真正意义的市场化、规模化发展打开通路。这将彻底改变现有的混合型体制和二元运作机制。

此次触及传媒体制核心的改革,既缺乏既存经验的借鉴,又遭遇改革实践中多重问题的困扰;政府既期待传媒通过进一步深化改革获得更大发展,又忧心体制改革后的传媒失去控制,因而显得顾虑重重,充满犹疑。政府在文化体制改革问题上的总体思路是十分明确的,但涉及传媒改革却往往举棋不定,缺乏明确的制度安排,甚至时显矛盾。

2003年的文化体制改革试点单位里,部分新闻单位被纳入到体制改革的总体框架之中。然而,在2006年8月1日新闻出版署发布的《关于深化出版发行体制改革工作实施方案》中,仅提出“要推动有条件的出版、发行集团公司上市融资”,但对如何深化传媒产业体制改革工作和新闻单位的上市和融资问题避而不谈。2003年后开始试点运行4家跨地域、跨媒体试点单位,但当《新京报》被《光明日报》全面接管之后,跨媒体和跨地域的办报尝试就出现了禁区,再难有新的突破。从2005年起,有关外资进入传媒领域的政策开始收紧,介入内地新闻媒体的外资面临清理,向外国投资者审慎开放电视制作业务的计划面临搁浅。

政府制度安排上存在的上述问题,毫无疑问直接影响和制约着中国传媒的改革,是造成目前传媒发展现实困境最重要、最直接的原因。由于政府制度安排的不确定性与矛盾性,直接造成传媒改革的迷惘与发展目标的不明。当政府把传媒改革纳入到文化体制改革总体框架内时,传媒希望借之破解体制难题;当政府制度安排发生紧收,传媒便回到原有的轨道,寻求体制内的制度创新,以谋求特定范围的小规模发展,甚或维持现状按兵不动,等待新的政策指向。由于失去了改革发展的动力,传媒在经营行为上趋于保守。

三、传媒体制改革问题的探求

目前,传媒产业的发展危机根源于“事业”与“产业”双重属性下的混合型体制和二元运作机制,由于传媒作为文化特殊部类的特异性,尽管各级政府在制定文化发展规划时都以不同的表述将传媒产业的发展纳入其中,但制约传媒业发展的体制性障碍依然严重存在,这不仅使得既往的改革往往只停留在机制与管理层面,也使得传媒的市场主体地位始终不明确,产权关系模糊,产权主体缺位,资源配置效率低下,传媒产业化水平较低。

文化体制改革作为新的制度安排,所触及的正是体制性的制度内核。改革是必然进行的,没有改革就没有发展,尤其是体制层面的改革。关于这个问题虽已有共识,但却缺乏清晰完整的目标体制的设计。对于“事业单位企业化管理”的二元体制,有一种主张是进行传媒体制和运作机制的彻底改革,因为它是一种过渡性和不规范的制度安排。但另一种意见则认为,传媒是一个特殊的改革部类,其敏感度仅次于政治体制改革,二元的传媒运作机制,有长期存在的理由,应在既存体制下,进行产业规制的解构与重构。

我们认为,基于传媒作为文化特殊部类的特异性和传媒产业发展制度安排的逻辑惯性,传媒体制的变革一定是一个有序的步骤安排和渐进式的推进。

(一)从“部分剥离”逐步走向整体“两分开”

我国大多数传媒集团都属于公益性文化事业单位。对于传媒产业来说,改革是必需的,即使开始会经历某些利益集团的阻梗,但是“两分开”却是一个必然发展选择。党的“十六大”把文化单位分为两大类:一类叫做公益性的事业,即为社会提供公共事业服务;另一类是经营性的产业,生产文化产品,绝大多数可以通过市场实现它的价值。抓好公益性文化事业的改革和发展,与抓好经营性文化产业的改革和发展,同样重要,两手都要硬。与之对应传媒的“公益性”部分和“经营性”部分也应该逐步分开,承担不同的功能。

广电总局今后只允许组建事业性质的广播电视台或总台,此前已经成立的事业性质的广电集团,可以将集团改为总台,如果要继续保留事业性质,就一定要把经营性资产剥离,组建新的产业经营公司或集团公司。传媒集团组建后的第一次剥离,即采编资本与经营资本的剥离,仍然不是一种充分的剥离。传媒集团在转制与扩张过程中急需第二次剥离,即整体转制剥离,也就是传媒集团内部事业法人和企业法人的相对独立^[1](第 38 页)。

传媒集团的整体转制改革措施,将在宏观上有助于加强国家对传媒产业实施更加有效的分层和分类管理,在微观上有助于确立传媒集团独立的市场竞争主体地位,并期望传媒集团在产权制度变革、法人治理结构建立以及资本运营,跨媒体、跨区域经营等方面探索寻求突破。这或许是传媒产业实施整体转制的本质意义所在。

(二)重点解决传媒的社会控制问题

传媒具有独特的舆论力量,有着与政府有别的影响力,甚至有时会产生政府无法抗拒的“第三种力量”。所有的体制政策的归结点都归结在对这样一个渠道的管理控制方面,这是传媒业过去的一种基本发展状况^[2](第 21 页)。

传媒本身具有的意识形态属性和产业属性,公益性和商业性对于不同的媒体具有不同的权重关系,在一个合理的传媒产业结构中,公益性传媒和商业性传媒侧重不同的社会功能,但是都必须在现有的传媒制度下承担相应的社会责任,按照既定的控制规则进行运作。中国的传媒产业规制变革不能完全照搬国外的模式,因为任何制度都是在一定的意识形态、价值观念、道德规范等潜在约束条件下运作的,涉及到国家的稳定和信息的安全,传媒是党和国家的耳目喉舌的控制机制是不可能改变的。在一定的控制机制下,传媒的投融资、公司化运营、非公有资本持股比例等关键政策才能有可运作的空间。政府的宏观调控作为一种必要的市场手段的补充,也将对传媒产业的发展进行宏观的指导。商业性与公益性、管制与开放更为显著地成为文化传播政策中的两对主要矢量。一方面,市场逻辑在深化,另一方面,以承认传播文化的非商业性为前提的公益性“文化事业”和“公共文化产品”概念和以国家主权为基础的“文化安全”概念也在主流政策话语中得到了阐述^[3](第 2 页)。

传媒社会控制机制的问题始终是制度设计中的一个重要环节,政府在传媒改革问题上的犹疑和摇摆,正是来自于对传媒机构改革失控的担心。我们认为,在逐步走向整体“两分开”的过程中,对于专业类媒体、非时政类新闻媒体等非核心领域,应在经营上实行集团控制下的企业发展,引进现代企业制度,建立企业法人;在公益类、时政新闻类等核心类传媒领域实行建立党委领导下的事业法人治理结构。

[参 考 文 献]

- [1] 黄玉波,张金海.从部分剥离走向整体转制——当前中国传媒产业体制改革趋向初探[J].新闻大学,2006(3).
- [2] 喻国明.中国传媒产业发展轨迹与前瞻[J].青年记者,2004(11).
- [3] 赵月枝.文化产业、市场逻辑和文化多样性:可持续发展的公共文化传播理论与实践(上)[J].新闻大学,2006(4).

(责任编辑 车 英,于华东)

Analysis on the Lurch of Media Industry in China

RAN Hua, MEI Mingli

(Research Center of Media Development, Wuhan University, Wuhan 430072, Hubei, China)

Biographies: RAN Hua(1961-), female, Professor & Doctoral supervisor, Research Center of Media Development, Wuhan University, majoring in communication and media development; MEI Mingli(1976-), female, Doctoral candidate, Research Center of Media Development, Wuhan University, majoring in media management.

Abstract: The media industry in China became slower since 2005. The present lurch of media industry is resulted from two important reasons. One reason is the shortage of institutional supply; another is the motivity lack of the media reform.

Key words: media; industry development; system reform