

愿信息传播产业融合的历史迷雾散去

作者：陈力丹

这本书是傅玉辉在其博士论文的基础上修改、丰富而成的。对于信息传播领域不同产业之间横向关系的纵向考察，本质上是传媒产业融合研究。我们已经进入了融媒时代，但是从理念尚感知它，尚没有专论。这本书的出版有助于推动学界和相关行业对这个问题的关注和深入研究。三年甘苦，于兹有成，为之作序，颇感欣慰。

1995年，《今日美国报》（USA Today）[1]的专栏作者凯文·曼尼（Kevin Maney）写了一本书，叫做《大媒体潮》（Megamedia Shakeout: the Inside Story of the Leaders and the Losers in the Exploding Communications Industry）。他在书中系统地论述了大媒体的概念、产业背景和未来发展趋势，并以新闻的笔法和视角对信息传播领域新的产业现象做了描述和概括。他认为：“大媒体”是一种全新的传播概念和传播方式，向人们提供包括通信、影视、音乐、商业、教育等内容覆盖面极广的全方位资讯和娱乐，包括上述资讯和娱乐生产的全部内容、设备和过程。较过去的媒体而言，它容量大，技术要求高，多采用现今最为先进和尖端的传播技术和手段：投入资金大，跨行业多，当然也以更深、更广的方式介入人们的生活。他对美国的大媒体产业发展充满了自信：“在大媒体产业方面，美国将大显身手。”[2]

当时，美国正在孕育着1996电信法以及日后一系列的产业融合的重大事件。而《大媒体潮》代表着当时人们对于信息传播领域的产业融合的一种新的现实洞察和历史判断。由于信息传播领域产业融合发展阶段不同，所以在那个时期，我国研究界并未对信息传播领域的产业融合予以足够的重视，研究论著很少。

十多年后的现在，信息传播领域产业融合的总体趋势已经较为清晰了。

美国信息传播领域的产业融合自1996年电信法实施之后进入了交叉竞争阶段，整个产业融合过程跌宕起伏、风起云涌，经历了十余载的分分合合，在竞争基础的上又形成了新的垄断格局，而这种竞争垄断的格局是在产业融合的基础上得以存在和发展的，是体现着更高市场竞争水平的集中和融合。

我国信息传播领域产业融合在技术和服务层面上已经积聚了成熟的技术条件和相当的企业资源，但是以“三网融合”为主要体现的产业融合进程则基本上持续停留在国家大政方针和战略原则的层面上，而在具体产业层次的融合，则止步制度层面和管制体系的制约和束缚。如今，我国信息传播领域的独立管制体系尚未出现端倪，而应该具有过渡性质的高效的综合管制体系也尚未成为可能，多头管制、齐抓共管背后，是迅猛发展、问题迭出、效率低下、模式陈旧的管制现状。所以，虽然自1995年以来及至今日，我国在信息传播领域的产业融合已经进行了大量的准备和探索工作，但是并没有真正取得真正的类似美国1996年电信法所带来的突破。

虽然我国在信息传播领域产业融合的技术、服务、组织上都做了大量的铺垫工作，但是由于制度层面和管制体系的种种不确定性，整个信息传播领域的产业融合进程仍然没有取得突破性进展，而本应在融合基础上开展新的信息传播服务的仍未尽快实现。

目前的信息传播领域的三大产业的总体特点是：电信业因忙于自身的战略转型和行业重组，有劲使不出；而传媒业则由于自身严格管制的限制，有劲使得慢；至于互联网业则活力勃发，恣肆蔓延，亟待疏导和规范。管制层面上，电信业和传媒业还是比较严格的，互联网业则属于管制的薄弱环节。由于管制的滞后和发展的迅猛，互联网发展中的问题层出不穷，管制体系力不从心，而电信业和传媒业的力量无法真正渗透到这个行业之中成为中坚力量。

互联网业使得信息传播门槛降低、信息传播权力下移、信息传播图景日益丰富而复杂，这既给信息传播领域的产业融合带来了无限的机遇，也为产业融合之后的综合性管制带来了重重挑战。产业融合之后并不是一劳永逸，而是面临更大的市场竞争和行业管制的压力。不管是重起炉灶形成新的独立管制体系，还是现有基础上建立有效的综合管制体系，都还有许多事情要做。

这种不确定性，并不能从总体上模糊信息传播领域产业融合进程的方向，只是迟滞了产业融合的进程。这似乎已经成为了——层产业融合未来的窗户纸，迟迟无法捅破，而捅破这层窗户纸的“一指禅”却在掌握在相关政府管制部门手中。而虽然来自技术和组织乃至用户需求的力量也在起作用，但是这些力量都无法真正在政策层面起到

重要的决定作用。而政府的抉择则在于选择一个最为有利的时机来推进这项工作。

由此看来，似乎时机仍未成熟：一是基于移动通信3G技术所引发的电信业新一轮重组尚未进行；二是广电行业的数字电视网建设工程尚未全部完成；三是推进产业融合的相关立法和管制体系尚未建立。这三大因素成为我国信息传播领域产业融合进程的三大障碍，而这些条件基本成熟也要等到2008年之后了。因为2008年之后，电信业的重组将基本到位，广电行业的数字电视网建设也已基本完成，IPTV等融合性业务的推进也基本趋于成熟，3G的应用也将从移动服务层面为产业融合提供新的网络和业务支撑。所以从这个意义上说，2008年前后将成为我国信息传播领域产业融合进程的重要转折点。

北京大学学者周其仁在为《管制的黄昏——中国电信业万亿元重组实录》（社会科学文献出版社，2003年版）一书作跋《“管制”是否日近“黄昏”？》，指出：“我还是认为本书定名为《管制的黄昏》可能是过于乐观了。这里所讲‘管制’，应该是指‘政府为控制企业的价格、销售和生 产决策而采取各种行动’。考虑到我国的传统和现状，容我实话实说，我可没有看到政府对电信业的管制日近黄昏的迹象。”与电信业的管制现状一样，信息传播领域的产业大融合成功的图景也不会在一个早晨就一蹴而就；即使我国信息传播领域的产业融合出现新的转折点和突进点，其所面临的问题也不会有所减少，仍将面临新的问题和挑战。

无论如何，从近百年以及近十年信息传播领域的产业融合进程来看，笼罩在我国产业融合上的历史迷雾必须散去，新的信息传播领域的产业融合的新图景必将到来。这个进程仍有阻碍和挑战，但是我国产业融合的趋势是无法阻挡和逆转的。我对我国信息传播领域的产业融合既充满信心，又充满期待。

傅玉辉先读工业经济学，再读古典文学，后读新闻传播学，先后投身于建筑行业、新闻出版行业和电信行业，学业和经验都颇为丰富。2003年进入中国人民大学新闻学院攻读传播学方向的博士研究生以来，为了消除对于信息传播产业发展的困惑，求得对于信息传播领域产业融合的正解，他深刻思考电信业和传媒业产业的关系，其博士论文是这一深沉思考的一个过程性版本。这个版本未必是一个信息传播领域产业融合研究最为完善的思考版本，但是却将我们带入了有着150余年历史的以电信业和传媒业为主体的信息传播领域产业融合的过程之中，让我们从大历史的坐标系中更为广阔和清晰地洞察这一融合进程的脉络，尤其是近十年以来，随着互联网的加入，信息传播领域的产业融合更是得到了飞速的发展，呈现出了新的态势。

本书作者基于电信业和传媒业的融合现实而对于这个问题进行思考本身，就蕴涵着信息时代产业融合的深刻影响。而这只是我们亲身经历的产业融合历史进程中的一个小小细节。

诚如本书作者在本书中所论述的那样，融合不是信息传播产业发展的终点，融合为我们提供了一个对于信息传播领域产业融合的研究视角。通览本书，使得我们对于信息传播产业融合历史的认识更为清晰，对于产业融合的未来，把握更为明确，同时也让我们认识到应该对该领域保持持续而长期的关注，继续进行长期的跟踪观察和研究分析工作。

从目前的信息传播领域产业融合进程来看，产业融合的新突破为期不远，值得期待，但产业融合获得新的发展之后需要进行关注和研究的问题更多。所以当融合的历史迷雾散去时，我们将看到更多融合所带来的可能性，看到信息传播前进更远的路标，看到既充满问题又充满魅力的各种信息传播领域产业融合的新的现象以及在此基础和平台之上更具有创造性的未来。

傅玉辉书生本色，性情宁静，好学深思，留心学问，着意读书。他在中国人民大学读书的三年，我们师生都处于各自极其忙碌的工作和学习过程之中。自2003年从中国社科院新闻与传播研究所到中国人民大学新闻学院任教以来，我的工作节奏陡然加快，而他自2003年以来也在电信领域经历着行业变革的震动、电信重组的困惑，经历着对于未来思考的痛苦和有所收获的欢欣中。我们都处于学问和人生的转折与融合点。从我的这些在学问、家庭以及工作之间奔波穿梭的学生身上，我也似乎看到了自己当年奋力于学术研究以及在人生路上辗转前行的身影，对于他们的努力和甘苦，我感慨系之。

转瞬之间，傅玉辉博士生毕业已一年有余。虽然毕业之后并没有进入新闻传播学的学术研究机构，但是他对于新闻传播领域的关注和研究却从未停止。信息传播领域的产业融合是一种具有历史性、现实性和生命力的社会经济现象，而对于这个课题的研究也将是具有生命力和现实价值的。希望有更多的学者和业界人士来关注这个研究方向，更希望本书作者在这个领域以及其他相关研究领域能够甘于寂寞，沉湎学问，勇于探索，时有新获，同时也希望他能够以一个学者的标准来要求自己：在学术研究上坚持不说违心话、不说套话，无愧于一个学者纯正的学术研究信念。

注：此文系《大媒体产业：从媒介融合到产业融合——中美电信业和传媒业产业关系研究》序，该书将由中国广播电视出版社出版2007年底出版。

[1]美国唯一的全国性报纸，1982年创刊，属于甘尼特报团。凯文·曼尼出生于1960年，他自从1985年以来就在《今日美国报》负责该报的技术专栏，每周三发表文章。

[1] Maney, Kevin. Magedmedia shakeout: the inside story of the leaders and the losers in the exploding communications industry[M]. New York: John Wiley & Sons, Inc.,1995,p.350.

[回首页](#)

来源：传播学论坛
阅读：469 次
日期：2007-09-17

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

上一篇：都市报差异化竞争：先从副刊做起
下一篇：杭州：相持中的市场

>> 相关文章

- 西部媒体的“苦斗”精神
- 新闻纸涨价形势与对策
- 地市报改革模式的转换途径
- 《经理人》杂志转型新媒体的解决方案
- 地市报成功发行策略
- 在奥运报道中实践开门办报——《武汉晚报》“百人采访团”个案分析
- 自办发行忌走“回头路”
- 报纸涨价的策略选择

发表评论

点 评：
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 .