

RADIO & TV

广播电视信息业

贺华光
著

RADIO & TV

中

中国广播电视学会

湖南省社会科学评审委员会 立项资助重点科研课题

湖南省社会科学界联合会

广播电视信息业

贺华光 著

中国广播电视出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

广播电视信息业/贺华光著. - 北京: 中国广播电视出版社, 2000.9

ISBN 7 - 5043 - 3567 - 3

I. 广… II. 贺… III. ①广播事业 - 研究 ②电视事业 - 研究 IV. G22

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 44508 号

广播电视信息业

作 者:	贺华光
责任编辑:	王振令
装帧设计:	郭运娟
责任校对:	张 哲
出版发行:	中国广播电视出版社
电 话:	66093580 66093583
社 址:	北京复外大街 2 号 (邮政编码 100866)
经 销:	全国各地新华书店
印 刷:	河北省涿州市蕴铂印刷有限责任公司
开 本:	850×1168 毫米 1/32
字 数:	146 (千) 字
印 张:	6.25
版 次:	2000 年 10 月第 1 版 2000 年 10 月第 1 次印刷
书 号:	ISBN 7 - 5043 - 3567 - 3/G·1381
定 价:	13.80 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

序

何树村

认识华光同志是从这本书开始的。据说他今年5月来京开会，几经周折，才托人将书稿送给我，要我为其作序。

随着科学技术的进步，社会生产力的提高，“信息”在社会发展过程中的地位和作用越来越明显。如果说在70年代末80年代初，“信息时代”、“信息社会”还只是未来学者笔下的时髦名词，只是专业人员进行理论研究的课题的话，那么今天，“信息高速公路”、“信息产业”、“信息经济”正成为我们身边的现实，信息时代作为当今时代最重要的特征正一步一步朝我们走来。作为国家信息化建设的重要组成部分，国家“信息高速公路”三大重要支柱网络之一的广播电视业，无论在理论研究，还是实践发展中，都显得相对滞后。华光同志长期工作在广播电视信息业的第一线，潜心研究，不断积累，将信息原理和最新信息技术引入广播电视领域，提出“广播电视信息业”这一命题，比较系统地对它的兴起、发展及未来趋势进行了有益探索，精神十分可贵。

首先，我肯定该书的理论和实践价值。广播电视信息业在广播电视行业中的蓬勃兴起，是近年来知识经济时代信息业的

发展给广播电视带来的极好机遇、冲击与挑战。《广播电视信息业》一书运用广播电视学、新闻学、信息学等多学科交叉研究,吸收国内外大量有益的东西,从整体到部分,从一般到特殊,在进行广泛调查研究的基础上,根据社会主义广播电视的性质,以独特的视角,大胆提出一些有创意的观点,虽然其中有些见解尚待同行商榷研讨,但确有较强的理论价值和指导意义。概言之,其理论意义:一是,第一次较系统地将广播电视信息业并列于广播业、电视业、新闻业、文艺业等进行独立学科研究;二是,阐述了新闻与信息既相互联系,又相互区别的不同科学范畴及运动规律;三是,揭示了广播电视在国家信息化进程和知识经济时代所面临的难得机遇与严峻挑战。而其实践意义是澄清一些来自外界与内部的模糊认识,讨论电信、计算机、广播电视三网融合的可能性、可行性与发展格局,为广播电视信息从业人员提供较系统的理论指导,从而,促进广播电视信息业的繁荣和健康发展。

其次,我认同该书的一些基本观点。例如,广播电视事业和信息业要同步发展的观点;广播电视产业与其他产业的联系与区别的观点;走出误区,办好办活我国广播电视信息性节目的观点;广播电视信息技术的开发和利用的观点;广播电视信息业市场的开放与监管的观点;国家信息化与广播电视信息业的观点等等……。浏览全书,应该说,作者既从宏观角度把握了广播电视信息业的发展脉络及前景,也从一些微观的具体环节深入下去,其观点是比较新颖的。特别是,长期以来,人们一直只强调广播电视的喉舌功能、舆论宣传工具的属性,而往往忽略其产业属性。作者将具有广阔市场前景的信息业从广播电视中剥离出来进行划分和界定,不失为一种有勇气的尝试。

实践孕育和产生理论,理论指导和规范实践。任何一个事

物，当它发展到一定时期，往往需要科学的理论加以规范和指导。蓬勃发展的广播电视信息业也不例外。因此，广播电视事业和信息产业的应用理论，成为众多广播电视信息业者研究的重要课题。但是，众多理论编著中，大都将广播电视与信息产业割裂开来，作为相对独立的学科加以研究，因而不可能将广播电视事业与信息产业融合在一个理论框架中深入研讨，也就难以对广播电视乃至社会经济生活产生较大影响，这是需要认真探讨和必须加以改进的。

江泽民同志指出：“中国要实现四个现代化，哪一化也离不开信息化。”中国的广播电视要在未来信息时代里充当“弄潮儿”角色，任重而道远，前程辉煌。祝福广播电视美好的明天，祝福在广播电视事业的发展历程中，涌现更多的拓荒者。

信手涂鸦，是为序。

2000年10月15日

(序作者系中国广播电视学会副会长、
原广播电影电视部副部长)

目 录

序.....	(1)
导 论.....	(1)
 第一章 蓬勃兴起的广播电视信息业	(7)
第一节 广播电视信息业的发展轨迹.....	(7)
第二节 广播电视信息业迅猛发展的背景	(13)
第三节 从“三网合一”到“三网融合”	(17)
 第二章 广播电视信息业的特性	(28)
第一节 广播电视信息业的一般规律	(28)
第二节 广播电视信息业的主要特征	(33)
第三节 广播电视信息业与其他产业的联系	(36)
 第三章 广播电视信息的传播.....	(40)
第一节 广播电视的信息传播功能	(40)
第二节 广播电视信息的采集	(45)
第三节 广播电视信息的编码	(48)
第四节 广播电视信息的接收与反馈	(51)

第五节	如何开办信息性节目(栏目)	(55)
第六节	广播电视信息数据库的建立	(57)

第四章 广播电视信息技术飞速发展 (60)

第一节	广播技术在广播电视信息业中的应用	(62)
第二节	电视技术在广播电视信息业中的应用	(65)
第三节	数字技术在广播电视信息业中的应用	(70)
第四节	多媒体技术在广播电视信息业中的应用	(75)
第五节	高速数据广播电视给广播电视信息业带来飞跃性的变化	(80)
第六节	广播电视信息技术标准	(87)
第七节	广播电视信息技术的管理	(92)

第五章 广播电视信息系统(工程)

个案观察	(96)
第一节 日本 CS 广播业与青海广播中心	(96)
第二节 清华永新 CATV 多媒体广播系统	(103)
第三节 上海大正互动实时 VOD 系统	(112)
第四节 中广三维“阳光网”	(114)

第六章 广播电视信息业市场分析 (121)

第一节	广播电视信息业市场	(122)
-----	-----------	-------

第二节 广播电视信息业市场的特征及发展	(126)
第三节 广播电视信息“消费群”	(131)
 第七章 广播电视信息业的管理	(136)
第一节 广播电视信息业的管理系统	(138)
第二节 广播电视信息的导向控制	(140)
第三节 广播电视信息业的开放与控制	(146)
 第八章 国家信息化与广播电视信息业	(150)
第一节 信息化与信息高速公路	(151)
第二节 全球信息化浪潮	(154)
第三节 我国的信息化建设	(160)
第四节 信息化中的广播电视信息业	(167)
 第九章 站在历史“潮头”接受时代挑战	(176)
第一节 世纪之交的广播电视革命	(176)
第二节 广播电视信息业发展战略及对策	(180)
第三节 并不遥远的“神话”	(187)
 后 记	(190)

导 论

“广播电视信息业”——一个崭新的课题摆在人们面前。

说它“新”，这是因为在广播电视界，人们习惯将各行各业分为诸如广播业、电视业（有线电视业）、广播电视技术业、管理业以至新闻业、评论业、文艺业、播音主持业、广告业等等，几乎无人提及“广播电视信息业”，而对广播电视信息业进行全面地、科学地、系统地研究，更是寥若星辰。

说它“热”，这是因为近年来信息社会飞速发展，科学技术日新月异，给广播电视带来了巨大冲击和发展机遇。以广播电视网络（无线和有线）为基础，以信息传播为中心，以高速数据广播为手段的广播电视信息平台初具规模，信息多功能增值服务进入千家万户：直播卫星系统；电视电话；图文电视；电子商务；远程教育；居家炒股；文化娱乐等等……仿佛一日间，广播电视炙手可“热”，如着魔般发生了深刻变化。

说它“颇具争议”，这是因为长期以来，广播电视一直被称为党和政府的喉舌，强调其党性、阶级性、政治性，是作为舆论宣传工具来对待的。谈及其商业性（产业性），好似谈虎色变，惟恐越“雷池”半步。将具有商品性质的信息业，从广播电视中剥离出来进行重新划分和界定，自然会带来争论。而争论的焦点是：强调信息业，会不会削弱喉舌论，动摇宣

传性。

慎于此，本书为什么不笼统提“广播电视信息产业”？而将命题确定在“广播电视信息业”上呢？这是因为广播电视信息业包括两个部分，即无偿为广大受众提供的各类公益信息，例如政治信息、政策信息、生活信息、文化信息、经济信息等等，我们姑且将它称之为广播电视信息宣传；另一部分则是以信息有偿服务为主要目的广播电视多功能开发及增值服务，例如视频点播、电视电话、电子商务、远程医疗、远程教育等等，我们姑且将它称之为广播电视信息产业。其实，二者就是广播电视喉舌与产业两重属性的不同体现。将二者放在一个层面的两个方面进行研究。不偏不颇，实事求是，是认真负责的态度。

我国的广播电视建立和发展之初的目的是鲜明的：一是作为党和政府的喉舌，将党和政府的路线、方针、政策和法规等及时、准确地传递给广大的人民群众；二是丰富人民群众的文化生活。它由政府投资，无偿服务，具有公益性质。公益性质在很大程度上决定了其运营管理和发展的特殊性。随着改革的进一步深化，市场经济的进一步发展和国家对事业单位的逐渐“断奶”，固有的广播电视运营管理模式及淡薄的商品意识已越来越不适应现阶段及将来发展的要求，对此，我们应清醒地认识到，广播电视既是党和政府的重要喉舌，又是前途远大的朝阳产业。广播电视事业的生存与发展依赖的两条生命线，一条是政治生命线，另一条是经济生命线。在保证完成喉舌功能的前提下，应更加关注市场、关注大众。当然，广播电视的产业功能，有一个从无到有、从小到大、由弱到强的逐步释放过程，不能脱离实际，一蹴而就。

鉴于此，本书的命题有着强烈的时代感和实践意义。据不

完全统计,进入 90 年代以来,广播电视信息业在中国大地上悄无声息的自我成长。“广播电视信息台”(湖南、辽宁、江西)、“广播电视信息公司”(浙江、四川、湖北)、“广播电视图文信息中心”(云南、新疆、上海),还有“网络信息中心”、“资讯频道”、“经济信息部”、“PC 卡销售公司”等等,像雨后春笋在广播电视这块沃土上冒了出来,从事数据广播、图文电视、SCA 服务、居家炒股、网上教育等信息服务机构全国就有 250 多家,信息从业人员 6000 多人,1999 年共交易各类信息 52000 多条,经济效益估计在一个亿左右。

尽管如此,由于得不到行业的全面、有力支持,致使广播电视信息业仍处在“小打小闹”、技术开发不力、市场开拓不够、发展速度缓慢的境地。1991 年就开办的湖南广播电视信息台,就全国而言,是起步较早,正程(VBI)和逆程(TELETEXT、RDS、SCA)等多功增值信息业务发展较快的省份之一。但由于种种原因,信息资源浪费,重复建设,仅省会长沙从事广播电视信息服务的机构就有 6 家,规模小,内耗大,技术含量低,市场混乱,阻碍了广播电视信息业的健康发展。

那么,何谓广播电视信息业?首先,我们要对这一概念进行科学的归纳。总的来说,无论是国外还是国内,在研究信息产业包括的范围时,均把广播电视作为信息产业的一个重要部门,原因很简单,因为广播电视具有鲜明的信息产业的特征。根据产业群体组合规律的要求,广播电视是信息产业群体的重要组成部分。

其一,从信息产品的生产过程来分析,广播电视业同一般信息产业一样,所使用的基本原材料是信息;所应用的基础设施和技术设备都是信息技术产业部门提供的高技术产品;所执行的职能基本上是收集、整理、加工、存贮、传输信息,进行

信息生产的目的基本上都是为社会公众提供信息服务。这些都是信息产业部门生产过程中最基本的特征。

其二，从产品的角度来分析，广播电视业从事的生产都是信息产品生产，它生产着当代人类社会的许多知识产品，这些产品是信息高度密集的产品，这类信息产品是非信息产业部门无法进行生产的。它具有信息产品依附性、共享性、时效性、可压缩性的特征。

其三，从产品价值实现的角度来分析，它具有信息价值的多层次性、间接性、增值性、广播电视产品的效益不是同它的传输同步的，也不是独立发生作用时，它必须同物质生产部门相结合，才能获得多方位的效益并使其价值增值。正因为这样，广播电视产品的价值也可以说是信息产品的价值，它是不能单纯地用创造它的劳动时间来计量的。

其四，从广播电视业的性能来分析，它同其他信息产业一样，是一个具有高渗透性的产业。所谓渗透性，其实质就是传媒产品的渗透性，作为信息产品的广播电视产品它可以渗透到社会生活的各个方面，可供各行各业的人使用。渗透性具有两层含义：一、广播电视产品本身具有渗透性，它可以渗透到社会各领域各生产部门；二、广播电视产品的渗透对象能够接受这种渗透。在现代社会，社会各部门、社会生产各环节，都不能离开包括广播电视在内的信息业的参与，这是广播电视业实现其渗透功能的前提。

其五，在信息产业群中，有两个重要的子信息产业，即信息商业化产业和准信息产业，如果把这两个子信息产业合二为一，作为一个整体来分析，它具有二重性，即经济属性和非经济属性。用信息产业的二重性理论同广播电视二重性理论相比较，不难看出广播电视既具有信息产业群中的信息商品产业的

基本特征，又具有信息产业群中准信息产业的基本特征，正因为这样，我们把广播电视作为信息产业群中的一个子产业来研究。

同样，作为公益服务的广播电视信息事业，其信息采集、制作、传播也差强人意。长期从事广播电视宣传的同志，未必认真学习和钻研过信息学、传播学理论，有些连信息与新闻的关系都搞不清，新闻与信息有许多相同之点，但也有许多差异之处，我们将在后面的有关章节里作专门介绍。至于现在各级广播电台、电视台竞相开办的信息类节目，例如《经济半小时》、《信息直通车》、《商讯》、《财经快报》、《经济信息联播》、《广告黄金段》等等，虽然琳琅满目，各有特色，但从严格意义上讲，仍停留在办新闻节目那种“我播你听”灌输式的生硬、呆板、单调、过时的浅层次上，信息量和信息价值不够，形成不了止“渴”解“饥”的信息流、“信息快餐”。这是否给我们广播电视宣传口的同志提个醒：在信息时代扑面而来的时候，你的宣传理念、宣传思维、宣传内容、宣传形式应该作出哪些调整，以适应信息社会发展的需要呢？

确定了广播电视是一种信息事业和产业的结合体，明确了广播电视信息业的各种特性，那么，我们对“广播电视信息业”可作如下的界定：广播电视信息业是以信息为基本原材料，以收集、整理、加工、存贮、传输信息为基本职能，以广播电视媒介为工具和手段进行信息传输和服务的产业。

研究广播电视信息业是为了充分发挥广播电视媒介在社会主义市场经济建设中的作用，全方位地调动广播电视从业人员特别是信息从业人员的积极性和创造性，更进一步对广播电视的多种功能进行全面认识和研究开发，提高广播电视信息产品质量，加大广播电视信息化进程。

因此,顺应时代的发展,在科学理论的指导下,以广播电视信息业的基本特征、发展规律、运行模式为研究对象,运用辩证唯物主义的立场、观点和方法,在社会主义市场经济的环境中,结合广播电视学、政治经济学、信息学、传播学等原理进行广播电视信息业研究,是本书遵循的基本原则。本书的框架将侧重从广播电视信息业的现状、特征、传播、应用技术及管理等几个方面探讨广播电视信息业的功能、作用及其发展变化规律,从理论和实践上确立广播电视信息业在广播电视业中的战略地位,这势必对广播电视传统观念形成一个不小的冲击。

第一章 蓬勃兴起的广播电视信息业

迅猛发展的广播电视信息业给我们的社会、人民生活带来了翻天覆地的变化。我们站在世纪之交，眺望广播电视信息业的美好未来时，忍不住要追根溯源，这样强大的广播电视信息业是如何兴起的？它最初的雏形是什么？究竟是什么原因使它在如此短的时间内取得了如此巨大的、惊人的成就？面对 21 世纪咄咄逼人的挑战，它将以何种工作姿态去开拓广播电视信息业的美好前景？

第一节 广播电视信息业的发展轨迹

广播电视信息业的发展速度可谓惊人，它的发展轨迹也同样具有特殊性。从“隐形”到“雏形”，从“雏形”到今天的飞速发展，广播电视信息业在三个阶段内表现出不同的特性：

一、“隐形”的广播电视信息业

广播电视信息业的产生远没有今天的发展那样引人注目，它的产生几乎是隐形的，它的存在是伴随着广播电视事业的产生而存在的。广播电视产生了，广播电视信息业也就产生了。

1906年12月25日，无线电广播诞生了。

1936年，英国广播公司成立了世界上第一个公众发射台，定期播出电视节目，电视随之诞生了。

1940年12月30日，延安新华广播电台在王皮湾的窑洞里开始播音，这一天被定为中国人民广播事业诞生日。

1958年5月1日，我国第一座电视台——北京电视台（后改名为中央电视台）开始试播。从此，我国有了电视事业。

广播电视事业的诞生，开辟了人类历史的新纪元。更重要的是，从广播电视事业诞生的那一天起，广播电视作为强有力的信息传播工具，发挥着越来越重要的作用。尽管广播、电视一诞生就标明自己的阶级属性及政治色彩，但它始终自觉、不自觉地充当着“信息使者”的角色。当时党中央的声音、战况的播报、社论的播发，根据地的建设等等，在很大程度上，是靠“人民广播”来将大量的时政、军事、经济、文化信息传播给根据地人民的。如延安大生产运动，电台报道了王震将军带领三五九旅的战士生产自救，成为“大生产运动”的先锋模范的事迹，这里蕴含了“生产自救”和大量的农业信息。电迅稿《百万雄师横渡长江》，将战斗中最快、最真实、最重要的战场信息传送给全国人民。尽管后来我们都是从新闻的角度来研究它们的新闻价值，其实，换一个角度，它们的信息含量也是十分丰富的。

由此可见，广播电视信息业是客观存在的，并不是人们臆想出来的。只是由于当时的客观条件，很少有人去发现和研究它罢了，所以，此阶段它处于一种朦胧的“隐形”阶段。

二、雏形的广播电视信息业

广播电视信息业真正引起人们的重视，在理论上有所涉