

广东高等教育出版社

Modern Information Research

主 编: 胡家荣 符 雄

MODERN INFORMATION RESEARCH

现代信息研究

资源 用户 市场 开发与应用

现代信息研究

——资源、用户、市场开发与应用

主 编：胡家荣 符 雄

副主编：张亚莉 伍洛鸿

广东高等教育出版社

· 广州 ·

内容简介

全书按照“上游——信息基础理论，中游——资源、用户、市场，下游——信息咨询和市场调研与策划”这一主线展开论述。作者运用多年的实践经验，对全书的整体结构设计和具体内容取舍进行了许多创新。其中第1章为绪论，主要阐述信息的基本概念；第2章为信息源与信息交流；第3章为信息市场及管理；第4章为信息用户及其需求分析；第5章为信息资源开发利用；第6章为信息咨询；第7章为市场研究与策划；第8章为信息系统开发及其管理。本书立意新颖，逻辑性强，在强调理论和方法重要性的同时，突出了实践性和可操作性。本书可作为高等院校信息管理与信息系统专业以及管理类、市场类、贸易类、财经类、统计类等各本科生、研究生和工商管理硕士（MBA）的教材，也是企事业单位从事信息管理与研究工作人员的理想参考书。

图书在版编目（CIP）数据

现代信息研究/胡家荣，符雄主编．—广州：广东高等教育出版社，2003.8
ISBN 7-5361-2878-9

I. 现… II. ①胡… ②符… III. 信息学—高等学校—教材 IV. G201

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2003）第 058965 号

广东高等教育出版社出版发行

（地址：广州市天河区林和西横路 邮编：510076 电话：020-87557232）

江门市棠下中学印刷厂印刷

开本：787 mm × 960 mm 1/16 印张：19.5 字数：360 千字

2003 年 8 月第 1 版 2003 年 8 月第 1 次印刷

印数：0001—3 000 册

定价：28.00 元

序

人类已步入知识经济的时代，我们的社会也正由工业经济向信息经济过渡。在信息化社会，信息与物质、能源一起构成现实世界的三大要素。信息对人们的生活、工作无时无刻不产生着巨大的影响，在我们的周围，不断有各种精彩纷呈的新事物和新成果出现，剖析这些杰作时，人们会惊奇地发现，它们赖以产生的内因就是“信息”。“信息就是金钱”、“信息就是力量”、“信息是智慧之源泉”——这都充分体现了信息对社会科技和经济发展的巨大作用。那么什么是信息？信息是如何对科技和经济发挥作用的？我们的信息市场环境怎样？如何对信息用户进行研究？如何对信息资源进行管理与发展？如何来利用信息方法分析问题和解决问题？以及信息产业发展前景如何？等等，这些都是人们极度关注的问题。

这本《现代信息研究——资源、用户、市场开发与应用》，蒙主编厚爱，送我审阅，实有先睹为快之感。该书主编胡家荣自1993年开始一直从事信息学教学和科研及实践工作，先后担任过多个本科专业的信息学教学工作，在20多个大中型企业开展过信息及市场营销策划方面的讲学，不仅具有较好的理论水平，而且能很好地将理论与实践有机结合起来，先后完成多个省级以上信息学方面的科研课题，并为企业主持完成了50多个产品立项论证和市场研究项目，可以说是理论结合实践的典范，是新生代的信息理论与实践家。

本书立意新颖，在全书的整体结构设计和具体内容取舍上有许多创新，在强调理论和方法重要性的同时，突出了实践性和可操作性。作者通过多年的实践，尤其在信息用户、信息资源、信息市场咨询及市场调研与策划方面，以独到的眼光和触觉进行了许多创造性的研究，这些研究具有很强的指导性和实践性。

作者紧扣大学生和企事业单位信息工作人员的需求，将理论知识和方法融入实践中，该书内容具有科学性、针对性、实用性。这些知识对大学生的素质教育，专业教育以及其他从事信息管理与研究的工作人员来讲都是大有裨益的。本书是高等院校信息管理专业以及管理类、市场类、贸易类、财经类、统计类各本科生、研究生和工商管理硕士（MBA）的理想教材，也是企事业单位从事信息管理与研究工作的重要参考书。

本书的编者都是多年进行信息与市场经济服务的实践者，此书的成功再一次证明一条很重要的真理——“实践出真知”。

秦惠基

2003年5月25日

于华中科技大学

前言

农业社会向工业社会,再向信息社会的发展,“这是生产力演进的规律,是时代变迁的轨迹”。我们已处于一个信息化的社会,信息和物质、能源一起构成现实世界的三大要素。信息的丰富内涵和对社会的作用决定了人们从不同角度展开研究。就信息的产生和作用机制而论,可将信息区分为自然信息和社会信息,其中社会信息是人类各种活动产生、传递与利用的信息,也是信息管理的研究对象,它包括了信息的社会组织、交流和传播、信息规律、用户研究以及信息分析研究与开发利用等十分广泛的内容。在现代信息环境和技术条件下,在国家宏观控制下,我国市场经济的社会信息形态正逐步形成信息的产业化组织和市场化管理的模式,同时也为“信息产生—用户使用—增值信息产生—用户使用”这一普遍存在的社会信息运动方式构建了更加活跃和有效的运作平台——信息市场。“资源”、“用户”、“市场”成为信息管理领域的研究热点。

作者从事信息学教学和科研及实践工作多年,先后拜读过许多信息科学、信息管理学、信息资源管理学及相关学科的理论,受益匪浅。但也强烈感受到,在现代市场经济体制逐步成熟、现代信息化进程加速发展和信息市场日趋完善的条件下,社会各领域的管理实践以及高等院校的教育培养工作都直接促进了对信息管理研究视角的转换和内容的深化。自1993年开始,作者先后担任过多个本科专业的信息学教学工作,在20多个大中型企业开展过信息及市场营销策划方面的讲学,先后完成三个省级以上信息学方面的科研课题,完成了50多个产品立项论证和市场研究项目。2000年6月作者将多年从事教学和信息分析研究实践工作的经验进行总结,编写了一本《信息学概论》教材,经过在大学2年的试用,效果不错。在试用过程中,作者认真听取了各方面的意见,结合信息学领域的最新进展,在新的实践和研究的基础上,经过3年时间,完成了《现代信息研究——资源、用户、市场开发与应用》一书。

本书的主题非常明确,立意新颖,在全书的整体结构设计和具体内容取舍上有许多创新,在强调理论和方法重要性的同时,突出了实践性和可操作性,力求做到理论与实践相结合,尤其在信息用户、信息资源、信息市场咨询及市场调研与策划方面,作者通过多年的实践,以独到的眼光和触觉进行了许多创新性的研究,这些研究具有很强的指导性和实践性。概括起来,本书的创新和特色主要有以下几点:

1. 从认识论角度出发, 阐述信息学的基本概念、原理、方法及应用。
2. 运用社会学方法研究信息源的存在结构和发展规律。
3. 提出了信息用户的创造与培育的理念和方法。
4. 利用典型案例, 对信息资源的开发理论依据与方法深入阐述。
5. 对信息咨询人员、机构、费用、程序、方法等进行了系统研究。
6. 通过实战案例针对性地对市场调研与策划进行了详细的分析。

正像书名所体现的一样, 本书与时俱进, 紧扣教学和社会信息工作人员的需求, 突出应用信息方法分析问题、解决问题的思想, 理论紧密结合实践。本书是高等院校信息管理与信息系统专业以及管理类、市场类、贸易类、财经类、统计类各本科生、研究生和工商管理硕士 (MBA) 的理想教材, 也是企事业单位从事信息管理与研究工作的重要参考书。

全书由胡家荣、符雄主编, 张亚莉、伍洛鸿任副主编, 各章编写分工如下:

胡家荣, 第1章、第3章、第6章、第7章;

符 雄, 第8章;

张亚莉, 第2章、第4章;

伍洛鸿, 第5章。

全书由胡家荣、符雄、张亚莉共同策划。在本书的著述中, 作者参考了许多同行的著作, 得到了信息学领域诸多同行的支持, 尤其是卫生部科技查新技术委员会副主任委员——秦惠基教授对本书的撰写提出了很多指导意见。

由于信息学的理论与方法还在不断发展中, 有些问题还有待进一步深入探讨, 加之作者研究水平及能力有限, 本书可能有不足和疏漏之处, 恳请专家和读者指正。

胡家荣、张亚莉
2003年5月于广州

目 录

第1章 绪论	(1)
1.1 信息简论	(1)
1.1.1 信息概念	(1)
1.1.2 信息的类型与特征	(6)
1.1.3 信息的测度	(10)
1.1.4 信息的功能	(13)
1.2 信息与科技、经济	(15)
1.2.1 信息与科技	(15)
1.2.2 信息与经济	(17)
1.3 信息的重要相关概念	(19)
1.3.1 信息基础结构	(19)
1.3.2 信息技术	(20)
1.3.3 信息经济	(21)
1.3.4 信息管理	(25)
1.3.5 信息服务业	(26)
1.4 信息产业	(27)
1.4.1 信息产业的概念	(27)
1.4.2 信息产业的主要内容	(29)
1.4.3 信息产业的管理	(33)
1.4.4 信息产业的发展前景	(37)
第2章 信息源与信息交流	(43)
2.1 信息源的类型及分布	(43)
2.1.1 信息源及其类型	(43)
2.1.2 信息源的分布	(57)
2.2 信息源的发展规律	(59)
2.2.1 信息产生与分布规律	(59)
2.2.2 信息源形成中的信息增长规律	(60)
2.2.3 信息价值衰减规律	(62)
2.3 信息交流的基本方式	(64)
2.3.1 信息交流系统结构	(64)

2.3.2 信息交流的基本方式	(66)
2.3.3 社会信息交流系统的特征	(69)
2.4 信息源的社会形态	(70)
2.4.1 信息形态及其内涵	(71)
2.4.2 社会信息形态的变革及其动因	(72)
第3章 信息市场及其管理	(76)
3.1 信息商品性	(76)
3.1.1 信息商品学说	(76)
3.1.2 信息的特殊商品学说	(77)
3.1.3 信息的非商品学说	(78)
3.2 信息市场	(79)
3.2.1 信息市场的形成	(79)
3.2.2 信息市场的特征与功能	(80)
3.3 信息商品流通与信息市场活动	(82)
3.3.1 信息商品的构成及其市场流通	(82)
3.3.2 信息市场活动	(84)
3.4 信息市场的类型与运行	(86)
3.4.1 信息市场的类型	(86)
3.4.2 信息市场的运行及其基本关系	(88)
3.4.3 信息市场经营	(90)
3.5 信息商品的市场定价及其管理	(95)
3.5.1 信息的商品形式与价值	(95)
3.5.2 信息商品价格的形成	(97)
3.5.3 信息商品的定价方法	(99)
3.5.4 信息商品的定价管理	(101)
3.6 信息市场的发展与规划	(104)
3.6.1 中国信息市场的发展及其特征	(104)
3.6.2 中国信息市场的未来发展规划	(106)
第4章 信息用户及其需求分析	(108)
4.1 信息用户	(108)
4.1.1 信息用户的定义	(108)

4.1.2 信息用户类型	(109)
4.1.3 信息用户的作用	(111)
4.2 用户的信息需求及其影响因素分析	(111)
4.2.1 用户信息需求的产生	(112)
4.2.2 用户信息需求的结构与类型	(114)
4.2.3 用户信息需求的认识与表达	(115)
4.2.4 用户信息需求的影响因素	(117)
4.3 用户的信息吸收与使用效果分析	(118)
4.3.1 用户对信息的反应	(118)
4.3.2 用户吸收信息的概率模型	(120)
4.3.3 用户使用信息的效果分析	(123)
4.4 用户的信息心理与信息行为分析	(126)
4.4.1 用户的信息心理	(126)
4.4.2 用户的信息行为	(130)
4.5 信息用户的创造与培训	(134)
4.5.1 信息用户的创造	(134)
4.5.2 信息用户培训的意义和原则	(134)
4.5.3 信息用户培训的内容与方法	(136)
第5章 信息资源开发利用	(139)
5.1 信息资源的相关概念	(139)
5.1.1 信息资源的引入	(139)
5.1.2 信息资源的概念	(139)
5.1.3 信息资源的内涵与特征	(141)
5.1.4 信息资源的生产	(142)
5.1.5 信息资源的消费	(145)
5.1.6 信息资源的重要意义	(146)
5.2 信息资源的管理	(148)
5.2.1 信息资源管理概述	(148)
5.2.2 信息资源管理 (IRM) 与管理信息系统 (MIS)	(152)
5.2.3 信息资源管理的层次	(152)
5.3 信息资源开发利用的理论依据	(153)

5.3.1	信息资源开发的神秘论和泛化论	(153)
5.3.2	信息资源开发策略论	(155)
5.3.3	信息资源开发的方法论	(156)
5.4	信息资源开发利用的意义	(158)
5.5	信息资源开发利用的途径和方法	(162)
5.5.1	信息资源开发利用现状与对策	(162)
5.5.2	信息资源开发利用的方法与途径	(167)
第6章	信息咨询	(175)
6.1	信息咨询概述	(175)
6.1.1	信息咨询工作	(175)
6.1.2	信息咨询工作的性质	(176)
6.1.3	信息咨询业对社会、经济发展的作用	(176)
6.1.4	信息咨询服务的要素	(177)
6.2	信息咨询的类型	(179)
6.2.1	管理咨询	(179)
6.2.2	决策咨询	(182)
6.2.3	企业诊断咨询	(184)
6.2.4	工程咨询	(187)
6.2.5	其他信息咨询	(195)
6.3	信息咨询机构及其运作	(198)
6.3.1	组织结构	(198)
6.3.2	信息咨询工作的运作	(200)
6.4	信息咨询的程序	(209)
6.4.1	信息分析的一般工作程序	(209)
6.4.2	课题来源	(209)
6.4.3	立题的必要条件	(211)
6.4.4	开题报告	(211)
6.4.5	信息搜集与整序	(211)
6.4.6	信息分析研究的框架设计	(212)
6.4.7	研究报告的撰写	(213)
6.5	信息咨询方法	(214)

6.5.1 定性分析法	(215)
6.5.2 定量分析法	(218)
6.5.3 定性定量结合法	(227)
6.5.4 计算机化——信息分析研究发展的新方向	(228)
第7章 市场研究与策划	(229)
7.1 市场调研	(229)
7.1.1 市场调研的产生	(229)
7.1.2 市场调研的意义及作用	(229)
7.1.3 市场调研的内容与步骤	(231)
7.1.4 市场调研的方法与技术	(235)
7.2 市场预测	(243)
7.2.1 市场预测的产生与发展	(243)
7.2.2 市场预测的类型	(244)
7.2.3 市场预测的步骤	(245)
7.2.4 市场预测的方法	(246)
7.3 市场调研与策划	(252)
7.3.1 策划的定义	(252)
7.3.2 策划的运作要素	(253)
7.3.3 策划的主要特点	(255)
7.3.4 策划的种类	(257)
7.3.5 策划的发展趋势	(258)
第8章 信息系统开发及管理	(266)
8.1 信息系统的演化与发展	(266)
8.1.1 信息检索系统	(266)
8.1.2 管理信息系统	(269)
8.1.3 决策支持系统	(271)
8.1.4 办公自动化系统	(274)
8.2 信息系统的开发组织	(276)
8.2.1 系统调查	(276)
8.2.2 可行性研究	(277)
8.2.3 系统分析	(278)

8.2.4	系统设计与系统实现	(279)
8.2.5	编程与调试	(284)
8.3	信息系统转换与运作管理	(286)
8.3.1	系统转换组织	(287)
8.3.2	系统运行管理	(288)
8.4	信息系统维护与管理	(290)
8.4.1	系统维护的目的	(290)
8.4.2	系统维护的内容	(291)
8.4.3	系统维护的问题及其分析	(293)
8.4.4	系统维护的管理	(294)
8.5	信息系统评价	(295)
8.5.1	系统评价的目的	(295)
8.5.2	系统评价的指标	(296)
8.5.3	系统经济指标的评价	(297)
8.5.4	系统的其他评价	(298)
参考文献		(300)

第1章 绪论

随着人类社会信息化进程的不断加快,人们已从工业经济时代开始步入信息经济时代,我们已处于一个信息化的社会。信息是一种普遍存在的客观现象,信息现象广泛渗透于自然界、人类社会和人类思维的一切过程,普遍作用于人类学习、工作和生活的各个方面,并且随着科学技术的迅猛发展,其内容越来越复杂,涉及面越来越广,人们越来越清楚地认识到,知识就是力量,信息就是财富,信息和物质、能源一起构成现实世界的三大要素。但是,什么是信息?信息的本质是什么?信息对科技、经济作用如何?如何理解信息技术、信息服务、信息基础结构以及信息产业的发展现状与趋势?等等,这些都是我们需要研究和认识的,这是信息科学领域的重要研究内容和基础。

1.1 信息简论

人类认识和理解“信息”的概念和内涵是近百年内的事情,但是作为一种客观存在,在远古的宇宙万物之中,在史前的猎、牧部族之中,在农业社会和工业社会中,在当今的文明社会中,信息一直在积极地发挥着人类意识到或没有意识到的重大作用。科学技术在18—20世纪所取得的空前进步,使人们终于认识到,信息是可以与物质和能源相提并论的用以维系人类社会存在和发展的三大要素之一。因此,只有科学地了解和认识信息,才能更好地把握信息,进而才能使信息更好地为科学技术、经济和社会发展服务。

1.1.1 信息概念

19世纪的印度哲学家辩喜说过,“世界上最伟大的东西是最简单的东西,它和你自己存在一样简单。”

信息的概念是十分广泛的。世间万物的运动,人间万象的更迭,都离不开信息的作用。李太白的诗:“日照香炉生紫烟,遥看瀑布挂前川。飞流直下三千尺,疑是银河落九天。”给我们带来了庐山瀑布的信息;苏东坡的词“大江东去,浪淘尽,千古风流人物。……”给我们传递的是赤壁怀古的信息。

信息的概念是十分普遍的。客观世界中存在着各种各样的信息现象。自然的

演化需要信息,生命的进化也需要信息,人类的生活更是需要信息。没有信息,千变万化的事物之间就没有了联系,也就没有大千世界的统一。

我国汉语中很早就有“信息”这个词。早在一千多年前,唐朝诗人李中在《碧云集·暮春怀故人》一诗中就留下了“梦断美人沉信息,目穿长路倚楼台”的佳句。当时,“信息”指的是音信、消息。

信息作为科学的概念,首先是在信息论中得以专门研究的。信息论是一门年轻的科学,关于信息论的研究工作可以说是从20世纪20年代的通信工程研究开始的。1928年,哈特莱(R. V. L. Hartley)在《贝尔系统技术杂志》上发表了一篇题为《信息传输》的论文。

在这篇论文中,哈特莱把“信息”理解为选择通信符号的方式。他指出,发信者所发出的信息,就是他选择通信符号表中的具体方式。例如,假定他在符号表中选择了这样一些符号:“I am well.”他就发出了“我平安”的信息;如果他选择了:“I am sick.”这些符号,他就发出了“我病了”的信息。他还注意到,不管符号所代表的意义是什么,只要从符号表中选择的符号数目一定,发信者所能发出的信息的数量就被限定了。哈特莱的思想和研究成果,为信息论的创立奠定了基础。

信息论作为一门严密的科学,主要归功于贝尔实验室的申农(C. E. Shanno)。他于1948年在《贝尔系统技术杂志》上发表的著名论文《通信的数学理论》标志着信息论的诞生。

申农是从通信工程的角度去研究信息传递与度量问题的。他认为,信息的多少意味着消除了的不确定性的多少。所谓不确定性,就是对客观事物的不了解、不肯定。通信的直接目的就是要消除接收端(信宿)对于发出端(信源)可能会发出哪些消息的不确定性。因此,信息被看作是用以消除信宿对信源发出何种消息的不确定性的东西。简单地说,“信息是指有新内容、新知识的消息”。这也就是说,信息与消息是有区别的。信息与消息的关系是内容与形式的关系。消息是信息的载体,其形式是多样的,具体的,如各种语言、文字、图像,等等。而信息则是指包含在各种具体消息中的抽象内容。比如,人们收听广播,听到了一些新闻,也就是接收到了一些消息,这些消息的内容可能是已经知道的,也可能是还不知道的。事先已经知道的消息不是信息,因为人们不能从中获得新内容或新知识以消除不确定性。在接收者看来,信息必须是事先不知道其内容的新消息。可见,申农的信息定义是从信息在通信过程中的作用角度提出的。

几乎是与申农的同时,维纳(N. Wiener)也发表了控制论的奠基性著作《控制论——或关于在动物和机器中控制和通信的科学》,标志着控制论这门新

兴学科的产生。

维纳把信息概念引入控制论,将信息概念与人的认识、动物的感知活动联系了起来。他在1950年发表的论文《人有人的用处——控制论与社会》中指出,“人通过感觉器官感知外部世界”,“我们支配环境的命令就是给环境的一种信息”,因此,“信息这个名称的内容就是我们对外界进行调节并使我们的调节为外界所了解时而与外界交换来的东西”。这表明,信息就是我们适应外部世界,并把这种适应反作用于外部世界的过程中同外部世界进行相互联系、相互作用、相互交换的一种内容。在这里,维纳把人与外界环境交换信息的过程看成是一种广义的通信过程,试图从信息自身具有的内容属性上给信息下定义,注意了信息的质的方面。这就给人们提供了一条深入揭示信息本质的正确途径。

所谓信息,并非指事物本身,而是指用来表现事物特征的一种普遍形式。钟义信认为,信息是事物存在的方式或运动的状态,以及这种方式/状态的直接或间接的表述。^①从本质上说,信息是事物自身显示其存在方式和运动状态的属性,是客观存在的事物现象。但是,信息与认知主体又有着密切的关系,它必须通过主体的主观认知才能被反映和揭示。这表明,信息是一种比运动、时间、空间等概念更高级的哲学范畴,是一个复杂的、多层次的概念。

实际上,信息的概念是有层次的。在信息概念的诸多层次中,最重要的是两个层次:一个是没有任何约束条件的本体论层次,另一个是受主体约束的认识论层次。从本体论层次上来考察,信息是一种客观存在的现象,是事物的运动状态及其变化方式,亦即“事物内部结构和外部联系的状态以及状态变化的方式”。世间一切事物都在不停地运动,因此都在不断地产生着本体论意义上的信息;站在主体的立场来考察信息概念,就会引出认识论层次上的信息定义:信息就是主体所感知或所表述的事物运动状态及其变化方式,是反映出来的客观事物的属性。

维纳在《控制论》中指出:“信息就是信息,不是物质也不是能量。不承认这一点的唯物论,在今天就不能存在下去。”维纳在这里强调了信息的特殊意义。信息与物质、能量是有区别的,同时信息与物质、能量之间也存在着密切的联系。

信息与物质的关系:物质是信息存在的基础。信息是一切物质的基本属性,认知主体对于客观物质世界的反映都是通过信息来实现的。但信息不是物质,也不是意识,而是物质与意识的中介;信息的产生、表述、存储、传递等等都要以

① 钟义信. 信息科学原理. 福州:福建人民出版社,1988

物质为基础,但物质具有质量,且遵循质量守恒定律,可信息本身没有质量,也不服从守恒定律;信息对物质有依附性,任何信息都离不开物质,都要以物质作为载体,但信息内容可以共享,其性质与物质载体的变换无关。

信息与能量的关系:能量是信息运动的动力。信息的传递、转换、获取、利用过程都要耗费一定的能量。信息必须与能量结合才具有活力,但信息效用的大小并不由其消耗的能量决定;各种形式的能量或信息在传递过程中都可以互相转换,但能量的传递与转换过程遵循能量守恒定律,而信息在传递与转换过程中并不服从守恒定律;信息的传递与获取离不开能量,能量的驾驭和转换则又需要信息。“知识就是力量”这句话所表现出的智慧是值得我们深思的。

当我们研究信息的概念时,应将它与相近的一些概念关系进行区别研究。

1. 信息与情报

“情报”一词在我国是有其源远流历史和严格而又明确的定义的。情报首先产生于时间性和决策性较强的军事领域。古版《辞源》中指出:“定敌情如何,而报于上官者”为情报。《辞海》中指出:“战时关于敌情之报告,曰情报。”20世纪50年代以前,人们和整个公共社会,基本上都是这样理解“情报”这一概念的,而且还自然地把政府重要部门以及经济、金融、科技等要害部门的那些时间性强、严格限制于内部了解和使用的文件、报告等均视为其有机密性的“情报”。“情报”的神秘色彩和特点一直为世人所承认。

20世纪50年代,由于苏联先进的科学技术和科技信息工作的基本知识开始传入中国,“ИнФормация”和“Information”的术语和概念也在那种特定的历史条件下被译为“情报”而流传我国。“Information”本应对应译成“信息”,但是,我国经济和社会发展的历史,使“信息”这一术语在20世纪80年代才流传使用。1956年我国第一个科学信息机构在周总理、聂荣臻和郭沫若等老一代国家领导人的关怀下,取名为“中国科学院科学情报研究所”而诞生。在此基础上,“情报”这一概念开始在我国广为流传,并形成了各地各部门的科技情报机构和全国的科技情报系统。因此,从20世纪50年代到80年代初期,我国流传和应用的术语是“情报”,而且基本上是局限于科技领域,但就其内涵而言,除了少量的确属机密性的真正“情报”外,而大量的“情报”正是国际上流通的“Information”。

1978年以后,由于我国实行改革开放政策,科学技术和经济建设有了较快的发展,国际交往与合作日趋活跃,“信息”这一原本只有计算机科学、信息技术和工程领域使用的专门术语开始在我国的其他领域流通。这实际上是改革、开放的结果,也是我国公共社会对国外“Information”这一术语概念加深认识和理

解的结果。20世纪80年代以来,以建设国家的经济信息机构和经济信息系统为先导,各行各业的信息机构和信息系统应运而生。在1992年第八次全国科技情报工作会议之后,一大批科技情报机构的名称开始改称信息部门。作为与信息技术、数据库开发与建设、信息提供与咨询服务业、多媒体传播有密切关系的“信息”术语开始席卷全国,并在一定程度上包括或取代了“情报”概念。“信息”这一术语已广为社会所接受,“信息”已和国际社会上的“Information”概念对应接轨。而我国在20世纪50年代至80年代初广为流传的“情报”,作为汉语中的一个特定词汇,必将随着我国社会的进一步开放慢慢恢复到《辞源》和《辞海》所界定的语义范围中去。但是我们也必须清楚地看到,在我国“情报”和“信息”这两个术语,作为具有大体相同语义的两个术语,同时存在还将持续一段时期。然而,“信息”作为具有广义性的上位类概念,“情报”作为相对狭义的专门下位类概念的客观事实将是不可能改变的。

另外,如很多人所知,日本科学界一直在流通使用“情报”这一术语,但是需要指出的是日语中汉字“情报”的概念是一个比中文“情报”概念更广泛的概念,日语汉字“情报”是与英文“Information”和中文“信息”相对应的语义概念。但在“情报产业”这一日语汉字术语中,“情报”则是专指的计算机软件产业。

2. 信息与资讯

“情报”、“信息”是我国内地长期、广泛使用的术语,而“资讯”则是我国台湾广为应用的术语。一个国家,同一种语言,而对大体相同的概念采用了不同的术语,这是台湾与祖国长期隔离而在学术上彼此缺少交流所形成的。20世纪80年代后期以来,随着海峡两岸接触与合作日益增多,尽管“情报信息”和“资讯”这些术语还没有统一,但是同行同仁以至新闻媒介对这些不同的术语都加深了理解,并意识到它们的基本内涵是一致的,从而促进了海峡两岸的信息交流与合作。

在台湾,“资讯”被认为是英文“Information”的对应词汇,由此也可看出,“资讯”和我国内地早先广为使用的“情报”,以及20世纪80年代以来广泛流通的“信息”是同一含义的不同名称。随着信息技术特别是计算机和通讯技术日新月异地发展,在台湾,“资讯”一词也像大陆“信息”一词一样,同计算机和通讯网络技术以及软件技术的关系密不可分。

3. 信息与数据

在信息界,多数人会同意这样一种说法,即信息是较数据含义更为广泛的上位类概念,而数据是信息的一部分,是其下位类概念。但也有不少人认为数据就是