

通信文化浪潮

COMMUNICATIONS CULTURE TIDAL WAVE

王诚 著

2004年5月12日，
王诚在“首届中国数字
传媒高峰会议”上第一
次提出“通信文化”理
念，引起强烈反响……



通信文化浪潮

王诚 著

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 · BEIJING

内 容 简 介

当今时代，全球政治经济一体化势不可挡，信息通信科技飞速发展，宽带浪潮扑面而来。本书作者以宏阔的理论视野，全面剖析了科技、传媒、文化与政治经济之间的互动关系，并创造性地提出了“通信文化”新理念。

全书围绕通信文化的内涵和外延，通信文化产业的兴起，新世纪通信文化的发展，天天在线（www.116.com.cn）对通信文化的实践探索等内容分别进行了阐述。在此基础上，作者指出，大力发展通信文化产业对我国国民经济发展具有重大的战略性意义。同时，作者认为，改革通信文化产业相关基础性产业体制，进一步把通信文化产业培养成国家支柱型产业，这是实现我国通信文化产业大发展的必由之路。

本书适合研究通信和信息技术、通信和信息产业发展战略、产业经济、文化发展战略、金融投资战略的政府界、学术界及产业界人士阅读和参考。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

通信文化浪潮 / 王诚著. —北京：电子工业出版社，2005.7

ISBN 7-121-01532-3

I. 通… II. 王… III. ①通信技术—技术史—世界 ②通信—邮电经济—经济理论 IV. ①TN-091 ②F60

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2005）第 076281 号

责任编辑：沈艳波

印 刷：北京中科印刷有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

经 销：各地新华书店

开 本：640×960 1/16 印张：21 字数：320 千字

印 次：2005 年 7 月第 1 次印刷

印 数：3 050 册 定价：45.00 元

凡购买电子工业出版社的图书，如有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系。联系电话：（010）68279077。质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

结 论

伴随着 21 世纪的钟声，人类已从“原子”时代步入“比特”时代。

物质、能源和信息是构成宏观世界的三基元，也是人类可利用的三类基本资源。漫长的人类发展史表明，人类开发利用这三种资源能力的任何进步，都会对人类社会产生巨大的影响，并把人类推进到崭新的发展阶段。可以说，一部人类社会形态的变迁史，就是一部人类开发利用物质、能源和信息的能力进步史。

“于无声处听惊雷，风起云涌缘信息”。20 世纪 40 年代以来，随着信息通信技术特别是数字化、网络化通信技术对人类社会无孔不入的渗透，人类社会正在经历从工业社会向后工业社会和信息社会的伟大转型。人类在经历了百万年蒙昧、数万年游牧、几千年农耕和几百年工商之后，如今亲眼目睹，一场汹涌澎湃的信息化世纪风暴，正席卷着世界的每个角落。全世界数十亿人同时观看世界杯足球赛；五大洲共同欣赏三大著名男高音的联袂演出，第一时间在电视屏幕“目睹”伊拉克战争、印度洋大海啸和美国总统选举；医生通过高速信息网络在数千公里之外为患者诊断和治疗，远隔万水千山，直接控制机器人为病人精确实施外科手术；科技人员坐在家自由查阅北京大学或哥伦比亚大学图书馆的最新科技资料；手机、短信、QQ、MSN、博客、网络游戏等各种即时通信和娱乐工具如影随形……

过去的 10 年，全球政治、经济一体化推波助澜，人类社会以“摩尔速度”进入了一个数字化、信息化世界，进入了天涯咫尺的“地球村”时代：全球每天产生 274 000 000 小时固定电话网呼叫，31 000 000 000 封电子邮件。全球范围内已有 1 300 000 000 移动电话用户，每天产生 165 000 000 小时移动呼叫，发送 1 500 000 000 条短信。信息通信技术如此紧密地嵌入我们的生活，以至我们几乎无法想像一个没有信息通信网络的世界！

数字通信科技是在历史进程中自然产生和发展的，它与时俱进，应运而生。早在 1984 年，当大多数人对因特网（Internet）与虚拟现实（Virtual Reality，VR）还感到十分陌生的时候，加拿大科幻小说家威廉·吉布森便对网络可能为世界带来的变革与冲击描绘出了一幅具体的场景。在他所著的《神经漫游者》一书中，他预言每个人可以让自己完全“神入”于虚拟的数字通信网络世界当中。然而吉布森完全不懂计算机，连他的这本描绘信息与通信网络社会生存场景的小说还是在传统打字机上一字一句敲出的。在 30 年后的今天，数字通信网络已经实实在在地走进了我们的生活，信息通信科技影响着我们的文化，改变着我们的时代，正在塑造着我们的未来。随着数字通信技术和数字通信网络的日新月异，国际互联网络、固定电话网络、广播电视网络、移动通信网络等传统上相对独立的各种信息通信网络的时空间隔正在被飞速打破，并逐渐以“宽带”通信网络为骨干融合为一个全球性的信息通信“大网”，人类社会正阔步迈入一个以数字化信息通信科技为支撑基础的崭新时代——通信文化时代。

目前，全球通信文化的发展已汇流成一股强大的浪潮，对人类社会产生着广泛而深刻的影响。国际上通信文化发展的特点之一，是“经济文化化”或“文化经济化”的新经济形态强劲发展。现实昭示，未来文化和经济知识必然合而为一，文化就是经济，经济就是文化。以通信文化为内核的新经济已经成为国与国竞争的新的、长期的焦点。美国何以能够长期保持惟一超级大国地位？美国著名记者迈克雷有段精辟的论述一语中的：“美国真正的优势是文化与知识财富这两个非常人性化的资源。”特点之二，是经济全球化使文化产业和文化竞争力在综合国力的竞争中居于更加突出的地位。经济全球化不仅使各国经济依存度日益加深，也使各国文化资源、文化消费时尚、文化市场日趋国际化，文化竞争力在综合国力竞争中的地位显得更加重要。这种文化竞争力包括两大层次：一是文化产业的竞争力，即一个国家文化产品在国内和国际文化市场中占有的份额；二是精神控制力，即一国文化对他国文化的影响力。冷战结束后，军事威胁相对减弱，而不同民族和国家间的“文明冲突”仍在继续，文化产品正是这种文明冲突的重要载体，对他国文化市场的占有率与对他国的精神控制程度成正比。正是基于这个意义，一位法国记者就美国在线兼并时代华纳

的消息作评论时一语道破天机：“在因特网时代，只要谁买下文化，谁就可以控制时代。”

近年来，我国文化产业已经取得了长足发展。随着收入和生活水平的提高，人们的消费结构正在发生重大变化，信息、教育、娱乐、旅游、体育等文化消费所占比重越来越大。20世纪90年代，文化消费已占家庭总支出的12.3%，比80年代初增长了10倍。到2005年，我国文化产业的潜在消费能力达到5500亿元。近年来，报业投资回报率始终在17%~50%之间，远高于其他产业。一些文化大省（市）纷纷将文化产业列为“十五”支柱性产业，文化体制改革力度加大，大型广电集团、报业集团、演艺集团、出版集团如雨后春笋般纷纷组建。社会办文化产业势头强劲，全国文化市场产业单位已达27万余家，从业人员113.4万，固定资产达315.7亿元。

我国通信文化产业也呈现着美好的前景。信息产业部统计资料表明，2004年中国电话用户新增1.15亿户，用户总数达到6.47267亿户。其中，固定电话新增4969.6万户，达到3.12443亿户；我国农村固定电话用户突破1亿户，达到1.01595亿户；移动电话新增用户数6487.1万户，达到3.34824亿户，月均增长540万户。全国固定电话普及率达到24.9部/百人，移动电话普及率达到25.9部/百人。目前，我国已成为全球最大的移动通信市场。

中国互联网产业发展势头十分强劲。中国互联网络信息中心（CNNIC）统计报告显示，2004年我国上网用户总数已达9400万，其中使用宽带上网的人数达到4280万，上网计算机达到4160万台，CN下注册的域名数、网站数分别达到43万和66.9万，网络国际出口带宽总数达到74429Mb/s，IPv4地址总数达59945728个。

中国数字电视产业方兴未艾。我国是世界第一电视大国，电视机保有量超过3.7亿台，电视机年销售量超过4000万台。2001年，广电总局发布了《广播影视科技“十五”计划和2010年远景规划》，并制定了《我国有线电视向数字化过渡时间表》，计划2008年全面实现数字广播电视，2015年将全面停止模拟广播电视播出。

由产业平移和产业重组所带来的市场空间十分广阔。不计算周边产业规模，仅仅6亿电话用户和4亿电视用户对通信文化产品的需求就是一个难以计算的数字，一言以蔽之，我国通信文化产业迎来了千

载不遇的发展机会。

中国有着 5000 年文明史，积淀了许多宝贵的文化遗产。我国是世界第一人口大国，政治稳定、经济持续、高速、稳定发展，市场消费潜力巨大。因此，在中国这块土地上发展通信文化产业，资源是无比富饶的，前景是无比灿烂的。通信文化产业投入的资源主要是人的智力，我国人口众多，智力资源十分丰富。通信文化产业背靠丰富的文化资源，面对全球一体化的巨大市场，只要我们能够抓住目前的战略性发展机遇，是完全可能用较少的自然资源代价带动整个国民经济跨越式发展的。

通信文化博大精深，影响深远广泛。我国通信文化还处于起步阶段，通信文化概念及其内容，还需要在实践中不断地丰富、规范、发展，通信文化建设任重道远，既有机遇又有挑战，值得我们高度重视。

由于时间仓促，本人的理论水平和实践经验有限，书中肯定有很多不尽如人意的地方，欢迎读者朋友批评、指正。



2005 年 7 月



蔡名照

王诚同志所著的《通信文化浪潮》，从通信的角度谈文化，从文化的角度谈通信，颇有创意。

从广义上讲，文化是指人们在认识活动和实践活动中，以及人们所创造的物质产品和精神产品上体现的人类思想和智慧的总和。先进文化是人类文明的结晶，是人类社会前进的精神动力和智力支持，影响人的思想，渗透于社会生活的各个方面。从这个意义上理解，信息通信科技本身就是我们这个时代的先进文化。

自 20 世纪中叶以来，信息通信科技不断取得革命性的进步，特别是 20 世纪 90 年代以来，以互联网为主要标志的数字化、网络化通信科技的迅猛发展，极大地推动了社会生产力的发展，深刻影响着社会生活。有关资料显示，信息经济所创造出来的社会财富，超过了过去 200 年来人类财富的总和。数字化、网络化、智能化、虚拟化、多元化的信息通信科技，极大地改变了人们的生活。我们已经无法想像没有数字通信的生活。正如王诚同志在书中所述：“信息通信网络已经实实在在地走进我们的生活，信息通信科技影响着我们的文化，改变着我们的时代，正在塑造我们的未来”。

通信文化催生了通信文化产业。党和政府对我国通信文化建设高度重视，先后出台了“推动信息产业与文化产业相结合”的一系列举措。我国的通信文化已经形成具有巨大竞争力的文化产业，展现了美好前景。我国互联网一直快速发展，网络媒体的影响越来越大。同时我们也必须清醒地意识到，信息通信科技还承担着传播先进文化的重任。信息通信科技也是一把双刃剑，信息通信技术在文化传播中，也面临来自封建建设落文化和西方意识形态的挑战。党的十六届四中全会

《中共中央关于加强党的执政能力建设的决定》指出，要“高度重视互联网等新型传媒对社会舆论的影响，加快建立法律规范、行政监管、行业自律、技术保障相结合的管理体制，加强互联网宣传队伍建设，形成网上正面舆论的强势。”这为我们如何更好地利用信息通信科技传播先进文化，指明了方向。

我和王诚同志是多年的同事和朋友。他长期从事新闻宣传工作，积累了丰富的媒体从业经验。他还取得经济学硕士学历，具有较扎实的经济理论功底。近年来，他投身于电信增值和互联网产业的经营管理工作，对信息通信科技的发展状况和走势有一定的感性认识，积累了很多新鲜经验。他撰写的这一本《通信文化浪潮》，系统地分析了信息通信科技的发展规律和内在特点，剖析了世界各国信息通信科技发展历程及其管理经验，并对我国信息通信科技发展的走势进行了总结。难能可贵的是，在此基础上，他能够跳出一般实业家的思维框框，不拘泥于成说，从宏观的、综合的、发展的角度，把通信业、信息业、文化业、传媒业等联系起来思考，多侧面加以论述，并创造性地提出了“通信文化”这一概念，从而把信息通信从一般的技术、功能研究，上升到文化和理论的高度，体现了与时俱进的精神，令人耳目一新。我想，这本书，无论是对于我国通信文化产业发展模式的研究，还是探索新形势下如何更好地利用信息通信科技传播先进文化，都有一定的参考价值。

（蔡名照：现任中央对外宣传办公室副主任、国务院新闻办公室副主任）



第一章 通信文化与人类社会发展	(1)
第一节 文化	(3)
一、文化的概念	(3)
二、文化的性质和特征	(6)
三、文化的要素	(9)
四、文化的功能	(11)
五、文化交流与社会发展	(13)
第二节 通信文化	(16)
一、科技与文化	(16)
二、通信技术与通信文化	(20)
三、通信文化与当代现代化理论	(25)
第三节 通信文化的历史发展	(27)
一、“大通信”视角与通信文化	(28)
二、“小通信”视角与通信文化	(31)
三、通信文化的驱动力	(36)
第四节 通信文化与通信传媒	(39)
一、技术、传媒和文化	(39)
二、新媒介与新文化	(45)
三、通信传媒登上历史舞台	(48)
四、通信传媒主体产业链	(52)
五、通信传媒与个体传媒	(55)
六、通信传媒的两阶段发展道路	(56)
七、通信文化的社会影响	(56)
第二章 通信文化产业的兴起	(59)
第一节 通信文化产业概念	(61)



第二节 通信文化产业特征	(75)
一、通信文化产业的主要特征	(75)
二、我国通信文化产业的支撑力和必经发展阶段	(85)
第三节 通信文化产业内容	(90)
第三章 我国通信文化产业战略思考	(109)
第一节 发展通信文化产业的重大意义	(111)
第二节 我国通信文化产业现状	(116)
第三节 改革相关基础性产业，以支撑通信文化产业发展	(122)
一、通信文化产业与信息产业	(122)
二、通信文化产业与文化产业	(128)
三、通信文化产业与传媒产业	(134)
四、通信文化产业与数字化内容产业	(140)
第四节 进一步把通信文化产业培养成国家支柱型产业	(143)
第四章 通信文化产业的发展趋势	(157)
第一节 通信文化产业面临新的发展	(159)
一、通信文化产业矛盾和解决方式	(159)
二、新一代网络服务	(166)
第二节 通信文化的新阶段——宽带	(172)
第三节 通信文化与中华文化的传播	(187)
一、世界文化传播的现状	(187)
二、通信文化是中华文化复兴的历史性契机	(189)
三、发展通信文化产业，实现中华文化历史性复兴	(192)
第四节 国外有关国家通信文化产业概况	(201)
一、美国	(201)
二、日本	(209)
三、韩国	(218)
四、印度	(225)
五、欧洲	(230)
第五章 通信文化产业的理论与实践	(237)
第一节 天天在线引领中国特色通信文化	(239)
一、天天在线的诞生	(239)



二、天天在线网站发展历程	(242)
三、缔造中国特色通信传媒, 引领中国特色通信文化	(249)
第二节 天天在线宽带门户网站的实践现状	(249)
第三节 新媒体: 概念、特征与产品	(271)
一、新媒体概念	(271)
二、新媒体特征	(275)
三、融合孕育新产品	(280)
第六章 通信文化常识与名词解释	(283)
第一节 通信文化古今中外知识问答	(285)
第二节 通信文化相关名词解释	(289)
第七章 通信文化相关论文摘编	(311)
未来, 世界看好通信文化	(313)
移动通信繁荣背后的趋势是通信文化汇集	(314)
数字付费电视的启动模式及其动力所在	(314)
数字广播电视内容	(315)
对数据广播业务的重新定位	(316)
3G 移动时代进一步确立通信文化媒体时代	(317)
3G 移动时代新产品生产需要创新和规范	(318)
参考文献	(321)
后记	(323)

第 ① 章

通信文化与人类社会发展

今天，通信业已由最初单一的电报电话服务，发展到崭新的宽带时代。宽带浪潮所带来的“通信文化”呈现的将是一个全新的文化形态。她依托于海量的信息存储，凭借及时的个性化互动方式，使用户可以得到全功能的服务——可以轻松、高效、低价地得到自己需要的信息，可以方便、快捷、舒心地得到精神享受……总之，宽带浪潮所带来的通信文化将是一种全新的文化形态，如同一个刚刚出生的婴儿，未来的通信文化充满无限的可能，拥有无限的前途。



第一节 文化

文化是人类社会特有的现象，没有文化就没有社会。文化人类学家和一些社会学家认为，文化和社会是统一的，文化就是社会。人类社会的发展史也是一部文化史。本节将向读者扼要地介绍文化的概念、性质和特征，文化的要素，文化的功能和文化交流与社会发展，以期对通信文化的研究在理论和立意上有所帮助。

一、文化的概念

当今社会，“文化”已经成为一个极普遍的词汇，无论在口头上还是在书面上，到处都可以听到和看到“文化”这个词。例如：“中国拥有五千年的古国文化”，“他这个人真有文化”，“经济文化已经成为财富的主潮之一”。

同样是“文化”一词，在不同的场合其涵义是各不相同的。“中国拥有五千年的古国文化”，是指中华民族在整个历史过程中所创造出来的一切物质和非物质财富的总和。“他这个人真有文化”，是指某个人因为丰富的学识所透射出来的某种卓然不群的文化品味。“经济文化已经成为财富的主潮之一”，则指在市场经济环境下，由商品和服务的生产、分配、交换和消费所构成的商品活动的整体。可见，“文化”概念的内涵和外延是相当不确定的。

《周易》有所谓：“观乎天文以观时变；观乎人文，以化成天下”。这大概是中国人论述“文化”之始。在中国人此时的观念中文化的含义是，通过了解人类社会的各种现象，用教育感化的方法治理天下。到汉朝，“文化”一词正式出现，其含义也与现在人们通常理解的不一样。刘向《说苑·指武》篇中说：“凡武之兴，为不服也，文化不改，然后加诛”，晋人束皙也讲“文化内辑，武功外悠”，这些都是指与国家军事手段相对的一个概念，即国家的文教治理手段。到唐代大学问家孔颖达则别有见地的解释《周易》中的“文化”一词，认为“圣人观察人文，则诗书礼乐之谓”，这实际上是说“文化”主要是指文学礼仪风俗等属于上层建筑的东西。古人对文化的这种定性从汉唐时起一直影响到清代，因此明末清初的大学问家顾炎武在《日知录》中



说“自身而至于家国天下，制之为度数，发之为音容，莫非文也”，即人自身的行为表现和国家的各种制度，都属于“文化”的范畴。

西方人论述“文化”要比中国人晚，但比中国古文献中的论述要广泛，要科学。西方语言中的 culture，在 1690 年安托万·菲雷蒂埃的《通用词典》中，其定义为“人类为使土地肥沃，种植树木和栽培植物所采取的耕耘和改良措施”，并有注释称“耕种土地是人类所从事的一切活动中最诚实、最纯洁的活动”，此时西方人观念中的“文化”只是被用来隐喻人类的某种才干和能力，是表示人类某种活动形式的词汇。而“文化”一词成为一个完整体系的表示方式，即术语，大约要到 19 世纪中叶才形成，这以后，文化和文明常被看做同一事物的两个方面。学者们从人类学和社会学的角度探讨文化现象及其历史发展，给“什么是文化”作了许多解释，其中较有影响的观点有三种：第一种是方式论，即认为文化是一定民族的生活方式，是一种并非由遗传而得来的生活方式。这里包括了人们的兴趣、爱好、风俗、习惯，强调了文化的继承性。譬如，美国著名文化人类学者鲁斯·本尼迪克特的“文化”定义是“文化是通过某个民族的活动而表现出来的一种思维和行动方式，一种使这个民族不同于其他任何民族的方式”。第二种是过程论，即认为是人类学习和制造工具，特别是制造定型工具的过程，这里包含了人类智力和创造能力的不断进化，强调了文化的演进性。第三种是复合论，即认为文化是作为社会的一个成员所获得的包括知识、信仰、艺术、音乐、风俗、法律以及其他种种能力的复合体，这强调了文化的熔铸性，譬如伟大的人类学家爱德华·泰勒在其《原始文化》一书中说：“‘文化’是人类在自身的历史经验中创造的‘包罗万象的复合体’。”

马克思主义的理论家对文化作了一种新的解释，把文化分为广义和狭义两种。在罗森塔尔·尤金所编的《哲学小辞典》中认为文化“是人类在社会历史实践过程中创造的物质财富和精神财富的总和”，这就是所谓“广义的文化”，而与之相对的“狭义的文化”则专指精神文化而言，即社会意识形态以及与之相适应的典章制度、政治和社会组织、风俗习惯、学术思想、宗教信仰、文学艺术等。除以上各种解释外，尚有符号说、限定说等各种说法。

1952 年，美国文化学家克罗伯和克拉克洪发表《文化·概念和



定义的批评考察》一文，对西方自 1871 年至 1951 年期间关于文化的 160 多种定义作了清理与评析，并在此基础上给文化下了一个综合定义：“文化由外显的和内隐的行为模式构成；这种行为模式通过象征符号而获致和传递；文化代表了人类群体的显著成就，包括他们在人造器物中的体现；文化的核心部分是传统的（即历史的获得和选择的）观念，尤其是他们所带来的价值；文化体系一方面可以看做活动的产物，另一方面则是进一步活动的决定因素。”这一文化的综合定义基本为现代东西方的学术界所认可，有着广泛的影响。

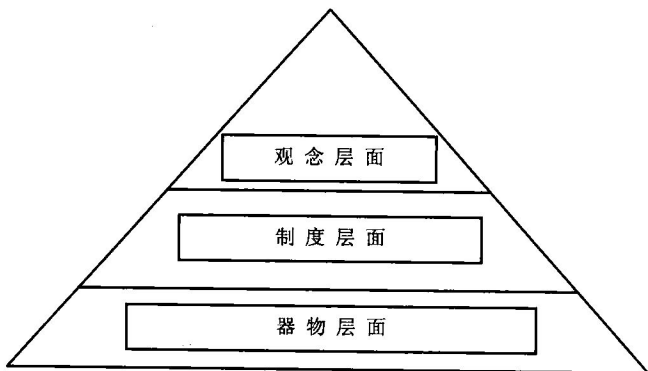


图 1-1 文化的组成及层次

上述各种定义都是学者从自己的学术立场和观察角度出发来界定文化的，可以说是仁者见仁，智者见智，互有长短。但是，各种解释之间并不是互相排斥的，而是互相补充的。综合各种定义的内在统一一点，我们不难看出“文化”包含三个层次，即观念文化、制度文化和器物文化。所谓观念文化，主要是指一个民族的心理结构、思维方式和价值体系，它既不同于哲学，也不同于意识形态，是介于两者之间而未上升为哲学理论的东西，是一种深层次的文化。所谓制度文化，是指在哲学理论和意识形态的影响下，在历史发展过程中形成的各种制度。它们或历代相沿，或不断变化，或兴或废，或长或短，或以各种典章制度文本形式出现，或以一种“潜规则”的形式默存于人们的心灵深处，是一种中层次的文化。所谓器物文化，则是指体现一定生活方式的那些具体存在，如住宅、服饰等，它们是人的创造，也为人服务，看得见，摸得着，是一种表层次的文化。据此，我们认为，除