



GUANG BO
DIAN SHI
JING JI XUE

广播电视经济学

●周鸿铎 著●

中国经济出版社



中财 B0023740

广播电视经济学

周鸿铎 著

中央财经金融学院图书馆藏书章

总号 372390

书号

F-069/7

中国经济出版社

内 容 简 介

本书是我国第一部从经济的角度研究广播电视的专著。作者从人类传播产生、发展的过程以及广播电视的基本特征,分析了广播电视业的经济属性和在经济社会发展中的主要功能、广播电视的经济效益、广播电视产品及其生产、广播电视产业的经营方式和经营内容、广播电视经济管理体系等。

本书观点新颖,内容丰富,结构合理,坚持理论联系实际的原则,它不仅适合于各级广播电视部门的工作人员阅读,而且对于研究人员、高等学校经济专业、新闻专业、广告专业的学生,以及从事广告经营的工作人员和广大广播电视爱好者均有较大的参考价值。

责任编辑:王连英

封面设计:白长江

广播电视经济学

周鸿铎 著

中国经济出版社出版

(北京市百万庄北街3号)

各地新华书店经销

北京市房山区印刷厂印刷

787×1092毫米 1/32 8.75印张 190千字

1990年12月第1版 1990年12月第1次印刷

印数:1—5,000

ISBN 7-5017-0771-5/F·511

定价:4.00元

序 言

随着科学技术的进步，社会生产力的发展，广播电视在经济社会发展过程中的地位和作用越来越重要。因此，全面地研究广播电视已不是一个单纯的学术问题，它具有深刻的现实意义和深远的历史意义。那么，如何全面地研究广播电视呢？根据经济社会发展的实践提供的经验，当前对于广播电视的研究可区分为三个大的方面，即广播电视技术、广播电视新闻和广播电视经济。如果从微观的角度去研究，还可以区分的更细一些，比如广播电视文艺、电视摄影等等。现在，对于广播电视技术和广播电视新闻的研究，不仅有一支强大的队伍，而且已获得了相当丰富的研究成果，有些研究成果已被技术部门和新闻部门采用，成为促进广播电视技术和广播电视新闻发展的重要因素。对于广播电视经济的研究现在才刚刚起步，1989年4月虽然成立了广播电影电视经济管理研究会，但是，由于人们对于广播电视经济这个概念的理解上还不一致，研究的重点和方向还很难形成一致意见。在研究的过程中，有些同志结合自己的工作实际提出了许多很有价值的观点，但是一般都是一些具体的经济方面的问题，还不能形成一种理论体系。我的这本《广播电视经济学》是从宏观的角度，全面地分析了广播电视经济发展的一般规律及其特点，企图通过这本书能起到一点抛砖引玉的作用，或者能促使人们对广播电视经济的发展规律及其特点有

初步地认识，或者能激起人们对研究广播电视经济的兴趣。如果真的起到了这些作用，我写《广播电视经济学》的目的也就算达到了，也算对广播电视经济研究作出一点小小的贡献。

研究广播电视经济学必须从理论上和实践上弄明白广播电视经济同广播电视新闻之间的关系。广播电视技术、广播电视新闻和广播电视经济这三个方面，除广播电视技术外，其他两个方面都具有很强的阶级性。在资本主义社会，资产阶级政权的性质决定了广播电视新闻理论和广播电视经济理论必须为资产阶级的利益服务；在社会主义社会，由于无产阶级是领导阶级，因此，无产阶级的广播电视新闻理论和广播电视经济理论必须为无产阶级和广大劳动人民的利益服务，离开了这一根本宗旨，就偏离了社会主义方向。可见，无产阶级的广播电视新闻理论、广播电视经济理论同资产阶级的广播电视新闻理论、广播电视经济理论是根本对立的。但是，就无产阶级的广播电视新闻理论同广播电视经济理论来讲，二者并不是对立的，而是相辅相成的，它们之间只是研究的角度不同罢了，其目的是完全一致的。其主要依据是：（1）研究过程中所坚持的原则是一致的。在我国，对于广播电视的研究，不管是从经济的角度，还是从新闻的角度，必须坚持四项基本原则，必须坚持有利于无产阶级和广大人民利益的原则。否则，都是不能允许的。（2）研究的目的是是一致的。对广播电视经济的研究和对广播电视新闻的研究，目的都是为更充分地发挥广播电视的作用，促进社会主义建设事业的发展。（3）研究的突破口是一致的。广播电视经济的研究和广播电视新闻的研究都是以广播电视的基本特点为突破口，然后依据这些特点并结合广播电视部门的

实际，从不同的角度分析广播电视自身运行的规律。（4）研究成果的相互促进作用是一致的。广播电视经济的研究为新闻活动过程中合理地使用资金提供了理论依据，广播电视新闻的研究为广播电视经济活动中正确地处理社会效益和经济效益的关系起到了促进作用和监督作用。

研究广播电视经济学必须弄明白广播电视经济理论研究同广播电视产业盈利的关系。在广播电视产业部门内部，有些部门是盈利的，有些部门是不盈利的。但是，把广播电视产业作为一个整体来研究，它应该有盈利，有些部门甚至可以实行独立核算，自负盈亏。这是广播电视产业部门的实际，是不能否认的。但是，广播电视经济研究的目的并不是单纯地讲述如何赚钱的道理，而是探讨广播电视经济运行的内在规律性，提高人们对广播电视经济属性的认识，从而自觉地按照广播电视经济内在运行规律的要求指导和促进广播电视产业的发展，克服片面性，树立全局观念。现在影响广播电视经济研究的一大思想障碍，就是担心会把人们引导到单纯地盈利活动中去。在现实生活中，确实也有人主张办“私人电台”，以便获取更多的盈利。这种主张是不符合中国国情的，在中国是行不通的。在我国，电台、电视台只能由国家来办，实行国家垄断，不能办“私人台”，这是由我国的性质决定的，是社会主义基本经济规律要求的。只要我们牢牢地把握住了这一根本问题，始终不渝地坚持党对电台、电视台的领导，就不会偏离社会主义方向，就不会违背无产阶级和人民的利益。在这个总前提下，广播电视产业部门的合理盈利不仅要允许其存在，而且应该越多越好。这样，对广播电视部门和国家都是有利的。广播电视产业属于高技术产业，它的发展需要大量投资。如果广播电视产业部

门的盈利增加了，就等于减少了国家的投资，国家可以把节省下来的这部分资金投向其他部门和行业，这对整个社会主义建设都是有利的。所以，对于广播电视产业部门的盈利要进行分析，不要不加分析地把“赚钱”（即盈利）都看成是坏东西。

研究广播电视经济学必须全面地理解马克思主义的生产力理论。马克思在论述他的生产力范畴的全面含义时曾明确规定：“一切生产力即物质生产力和精神生产力。”^①关于物质生产力的构成，人们的认识基本上是一致的。目前分歧较大的就是精神生产力是不是直接生产力的问题。对于大多数同志来讲，是承认精神生产力范畴的，但是，他们中间有相当一部分同志不承认精神生产力是直接生产力，把精神生产力仅仅理解为是间接生产力。马克思认为，生产力是一个整体系统，它是由物质生产力、精神生产力、直接生产力组成的。同时还认为，物质生产力、精神生产力都属于直接生产力的范畴，在生产力中不存在间接生产力。社会生产力发展过程已证明马克思的结论是正确的。

生产力同生产关系相比较，它是最活跃的，处在不断的运动中。随着科学技术的发展，或特殊环境的形成，将会形成新的生产力要素。广播电视也是生产力就是同现代科学技术条件下的商品经济这个大环境相联系的。在这个环境还没有形成以前，人们是不会把它作为生产力要素去研究的。现在我们正处在以群体技术为特点的新技术革命时代，这种新技术群的高度发展，必然引起生产力结构的变化，必然会出现许多新的产业部门。广播电视产业就是随着这种新技术群

^①《马克思恩格斯全集》第46卷，上册第173页。

的出现而逐步形成和发展起来的。

总之，上面讲述的三个方面是研究广播电视经济时必须弄清楚的问题。前面两个问题是研究广播电视经济必须解决的主要理论问题和思想认识问题，最后讲述的全面理解生产力范畴的问题，是研究广播电视经济的基本出发点，同时也是现代科学发展所提出的一个重要问题。因此，要促进广播电视经济的发展，促进整个社会主义建设事业的发展，必须从理论和实践的结合上深入地研究它，使它系统化、理论化。

作 者

1990年元月19日于北京

目 录

序言

第一章 建立广播电视经济学的依据和意义 (1)

1.1 引言 (1)

1.2 广播电视经济学的建立 (1)

1.2.1 广播电视经济学产生的客观必然性..... (1)

1.2.2 当前我国建立广播电视经济学的条件..... (4)

1.2.3 建立广播电视经济学的国际环境..... (6)

1.3 广播电视经济学的对象 (12)

1.3.1 广播电视经济学的科学含义..... (12)

1.3.2 广播电视经济学的研究对象..... (14)

1.3.3 广播电视经济学的性质..... (16)

1.4 广播电视经济学的体系结构及其方法论 (18)

1.4.1 广播电视经济学的体系结构..... (18)

1.4.2 广播电视经济学的方法论..... (20)

1.5 建立广播电视经济学的意义 (23)

第二章 广播电视的经济属性 (28)

2.1 引言 (28)

2.2 传播和传播产生的经济条件 (28)

2.2.1 传播和传播的功能..... (28)

2.2.2 传播产生的经济条件..... (31)

2.3 传播媒介的革命 (34)

2.3.1 最初的传播媒介..... (34)

2.3.2 大众传播媒介.....	(36)
2.4 信息和信息经济	(40)
2.4.1 信息和信息科学.....	(40)
2.4.2 信息社会和信息社会的雏型.....	(43)
2.4.3 物质经济向信息经济的转化.....	(48)
2.5 传播信息的最终目的	(51)
2.5.1 传播信息的效益.....	(51)
2.5.2 传播信息的最终目的.....	(53)
第三章 广播电视也是生产力	(56)
3.1 引言	(56)
3.2 生产力和生产力系统	(56)
3.2.1 生产力的含义.....	(56)
3.2.2 生产力的构成.....	(60)
3.2.3 全面发展生产力.....	(66)
3.3 广播电视也是生产力的理论依据	(69)
3.3.1 命题提出的背景.....	(69)
3.3.2 命题提出的理论依据.....	(73)
3.4 广播电视的生产职能	(78)
3.4.1 广播电视生产职能的含义.....	(78)
3.4.2 广播电视生产职能的表现.....	(80)
3.5 研究广播电视生产力的意义	(83)
3.5.1 有利于社会主义根本任务的实现.....	(83)
3.5.2 有利于全面地发挥广播电视的作用.....	(84)
3.5.3 有利于提高广播电视投资的经济效益.....	(85)
3.5.4 有利于促使广播电视管理水平的提高.....	(85)
第四章 广播电视与经济社会发展	(87)
4.1 引言	(87)
4.2 经济社会	(87)

4.2.1概念的提出.....	(87)
4.2.2 应该注意的问题.....	(91)
4.3 使用“经济社会”概念对广播电视经济的 意义	(92)
4.3.1 有利于更全面更系统地研究广播电视.....	(92)
4.3.2 有利于科学地组织和指导广播电视产业的经营 活动.....	(93)
4.4 广播电视对经济社会发展的作用	(95)
4.4.1 为经济社会发展传递信息.....	(95)
4.4.2 协调社会生产各部门之间的关系.....	(98)
4.4.3 推进社会主义民主建设的发展.....	(100)
第五章 广播电视与社会教育	(103)
5.1 引言	(103)
5.2 教育与社会教育	(104)
5.2.1 教育.....	(104)
5.2.2 社会教育.....	(106)
5.3 广播电视教育	(108)
5.3.1 我国广播电视教育的概况.....	(108)
5.3.2 当前我国广播电视教育存在的主要问题.....	(110)
5.3.3 发展广播电视教育.....	(114)
5.4 广播电视教育的功能	(118)
5.4.1 怎样研究广播电视教育的功能.....	(118)
5.4.2 广播电视教育的经济功能.....	(119)
第六章 广播电视的经济效益	(126)
6.1 引言	(126)
6.2 经济效益	(126)
6.2.1 经济效益与经济效果.....	(126)
6.2.2 广播电视的宏观经济效益.....	(130)
6.2.3 广播电视宣传的经济效益.....	(133)

6.2.4 广播电视投资的经济效益	(136)
6.3 提高广播电视经济效益的途径	(139)
6.3.1 树立社会主义商品经济新观念	(139)
6.3.2 科学地组织生产力	(148)
6.3.3 加强管理	(151)
第七章 广播电视产品及其生产	(153)
7.1 引言	(153)
7.2 广播电视产品及其分类	(154)
7.2.1 产品和广播电视产品	(154)
7.2.2 广播电视产品的分类	(157)
7.2.3 全面理解社会总产品的含义	(160)
7.3 广播电视精神产品的性质	(163)
7.4 广播电视产品的生产	(169)
7.4.1 生产的含义	(169)
7.4.2 广播电视物质产品的生产	(170)
7.4.3 广播电视精神产品的生产	(172)
7.4.4 提高广播电视产品生产的途径	(174)
第八章 广播电视产业的经营方式和经营内容	(176)
8.1 引言	(176)
8.2 广播电视产业的经营方式	(177)
8.2.1 经营方式的确定	(177)
8.2.2 实行经营的必然性	(179)
8.2.3 经营的主要特征	(182)
8.3 广播电视产业的经营内容	(184)
8.3.1 经营的主要内容	(184)
8.3.2 正确处理经营活动中的几种关系	(191)
第九章 广播电视经济管理体系 (上)	(194)
9.1 引言	(194)

9.2 管理体系	(195)
9.2.1 管理和广播电视经济管理体系	(195)
9.2.2 建立管理体系的目的	(199)
9.2.3 建立管理体系的原则	(201)
9.3 行政管理体系	(203)
9.3.1 行政和行政管理	(203)
9.3.2 行政管理体系	(205)
9.3.3 行政管理的功能	(211)
9.4 劳动管理	(214)
9.4.1 劳动和劳动管理	(214)
9.4.2 劳动管理的任务	(217)
第十章 广播电视经济管理体系 (中)	(221)
10.1 引言	(221)
10.2 设备管理	(222)
10.2.1 设备管理的内容	(222)
10.2.2 设备的选择和使用	(224)
10.2.3 设备的维修预防和预防维修	(226)
10.3 技术管理	(227)
10.3.1 技术管理的含义	(227)
10.3.2 技术管理体制	(230)
10.4 财务管理	(231)
10.4.1 财务和财务管理	(231)
10.4.2 财务管理的任务和原则	(233)
10.4.3 财务管理体制及其改革	(237)
第十一章 广播电视经济管理体系 (下)	(240)
11.1 引言	(240)
11.2 宣传管理	(242)
11.2.1 全面理解宣传管理的含义	(242)
11.2.2 研究广播电视宣传管理的经济意义	(244)

11.3 音像制品管理	(246)
11.3.1 音像制品及其制作技术的发展	(246)
11.3.2 音像制品的质量管理	(248)
11.3.3 音像制品的成本管理	(249)
11.4 广播剧、电视剧的管理	(251)
11.4.1 广播剧、电视剧及其生产管理	(251)
11.4.2 广播剧、电视剧的营销管理	(254)
11.5 广告制品的管理	(257)
结束语 建立有中国特色的广播电视经济管理 体制	(259)
写在后面	(264)

第一章 建立广播电视经济学的依据和意义

1.1 引言

广播电视是一个重要的经济范畴，但又区别于一般的经济范畴，具有自己的特点。广播电视经济的一般性，决定了广播电视经济学同其他经济学科的联系；广播电视经济的特殊性，决定了广播电视经济学能够成为一门独立的经济学科而屹立于经济学之林。

恩格斯指出：“每一门科学都是分析某一个别的运动形式或一系列相互关联和互相转化的运动形式。因此，科学分类就是这些运动形式本身依据其内部所固有的次序的分类和排列，而它的重要性也正是在这里。”^①广播电视经济有其独特的运动形式，广播电视经济学就是通过对广播电视经济的运动形式及其特点的分析，从中找出它的运动规律，以便更好地发挥广播电视在社会主义建设中的作用。

1.2 广播电视经济学的建立

1.2.1 广播电视经济学产生的客观必然性

任何一门经济科学的建立，都是社会经济发展的产物。

^①《马克思恩格斯全集》第20卷，第593页。

广播电视经济学作为一门独立的经济学科，其产生和发展都是同社会经济的发展相联系的。

广播电视产业兴起的年代，即本世纪20年代和30年代，正处在资本主义的经济危机时期。在这个时期内，一方面帝国主义国家之间的竞争在加剧，工人运动在兴起；另一方面资本的集中程度在增大，大公司、集团、联合企业的数量在增加，国家的作用在扩大。在这种情况下，由于各帝国主义国家的政治经济发展的不平衡，重新瓜分世界的战争就成为不可避免。第二次世界大战以后，世界局势发生了巨大的变化。美国是战胜国，它在工业、金融、军事等方面都成为世界强国，德国和日本是战败国，经济上、军事上都受到了极其严重的打击。各帝国主义国家面对着这种新的经济局势，重新考虑和调整了本国的经济发展政策，促使了资本主义经济的发展。到了50年代，由于科学技术的迅速发展，信息产业已成为发达国家的重要经济部门。从20年代和30年代开始直至现在，广播电视产业经过了三个时期，即30年代的资本主义经济危机时期、第二次世界大战时期和二战以后的新技术革命时期。在这三个时期内，由于各个时期的社会经济发展状况不同，广播电视经济学在各个时期的发展程度也不尽相同。具体来讲，在20年代和30年代，由于当时的社会经济状况根本不可能提出广播电视经济学的概念，只是对广播电视经济的某些范畴有一定的感性知识，还没有上升到理论的高度。在二战期间，由于战争使各国经济受到了严重的破坏，广播电视更多的是为战争服务，广播电视经济同各国经济状况一样，不仅没有发展，而且还受到了战争的影响。二战以后，特别是进入50年代以后，由于以微电子技术为核心的新技术革命的深入发展，使广播电视经济出现了新的飞跃，广

播电视工业、广播电视技术、广播电视产品等都已达到了与当代科学技术要求相适应的新水平，广播电视经济在许多发达国家已成为国民经济的重要组成部分，包括广播电视产业在内的信息产业已逐渐成为国民经济的支柱。同广播电视经济发展相联系，人们开始重视对广播电视经济的研究。广播电视经济学就是在这种条件下缓慢地发展着，逐步被人们所认识。

那么，为什么说广播电视经济学是缓慢地发展着，逐步被人们所认识呢？我们知道，任何事物的发展都有一个过程，因此人们对它的认识也只能是随着事物自身的发展而逐步提高，不能设想当一种事物还没有出现的时候，人们都已经认识了它。对一般事物的认识是这样，那么对广播电视经济学的认识也只能是这样，它是符合一般认识发展规律的。这是其一。其二，就我国来讲，由于长期不承认社会主义经济是商品经济，用高度集中型的产品经济模式理论去解释一切社会现象和经济现象，担心研究广播电视经济理论会导致“新闻的商品化”，会改变广播电视的社会主义性质。这种“担心”直到现在也并没有在人们的头脑中完全消除。这是影响广播电视经济学发展的最大的思想障碍。为了保证对广播电视经济理论的研究能适应广播电视发展的需求，应该从思想认识上弄清楚发展广播电视经济并不等于“新闻的商品化”。经济的含义同商品的含义虽然从某个角度来分析有相同之处，但是绝不能把二者等同起来，即使在商品经济条件下，经济范畴也不能等同于商品范畴。我们在广播电视经济学中所使用的“广播电视经济”的含义包括两层意思：一是指广播电视产品的生产和再生产过程，二是指广播电视经济是国民经济的一个经济部门。若从第一层意思去分析，由于社会主义经济是有计划的商品经济，那么广播电视产品再生