

第一章 多媒体大潮席卷大众传播

一、卫星数字多频道电视还算电视吗？

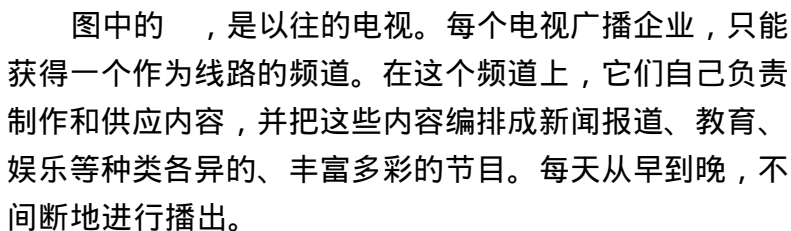
1. 数字多频道电视的结构和问题

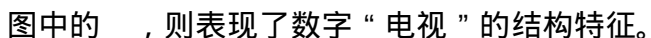
1996年10月，日本第一家卫星多频道电视公司——Perfec TV 诞生了。紧接着，美国的 Direc TV 公司在1997年11月，由默多克、软件银行株式会社（Soft Bank）、索尼、富士电视台联手设立的 J sky B 公司在1998年春相继开始了各自的事业。于是，日本的上空一下子就覆盖了将近400个卫星电视频道。而目前的地面波模拟电视（即无线电视），即使在收视条件最好的东京，加上邻近地区的UHF（超短波）电视在内，也只能收到8个频道。这样一比较，就可以知道卫星电视的频道数是多么庞大。对于一般人来说，肯定会有这样一些疑问：这些从空中传送过来的电视，和以往的电视究竟有何区别呢？如果没有什么不同的话，为什么还需要如此众多的频道呢？

这个答案的关键是：这么多数量的频道之所以能够存在，是因为其中的大部分已经不再是电视广播了——至少

和以往的电视相比，它们已经成为一种徒有电视虚名的似是而非的存在。

让我们通过图 1—1，来比较一下以往的电视和数字化“电视”在节目和频道关系上的不同。

图中的 ，是以往的电视。每个电视广播企业，只能获得一个作为线路的频道。在这个频道上，它们自己负责制作和供应内容，并把这些内容编排成新闻报道、教育、娱乐等种类各异的、丰富多彩的节目。每天从早到晚，不间断地进行播出。

图中的 ，则表现了数字“电视”的结构特征。

其中的 a，在频道的结构和内容上和以往的电视毫无区别。一个播放企业，使用一个频道，播放综合编排的节目。

接下来的 b 却并不像 a 那样进行综合编排。虽然根据时间带的不同更新内容，或是多少改变一些提供形式，但基本上是反复提供同一类型的信息内容或节目，因此，可以说是一种专门频道。这种频道，有的是频道本身实行收费制，有的是针对收视的时间进行收费。

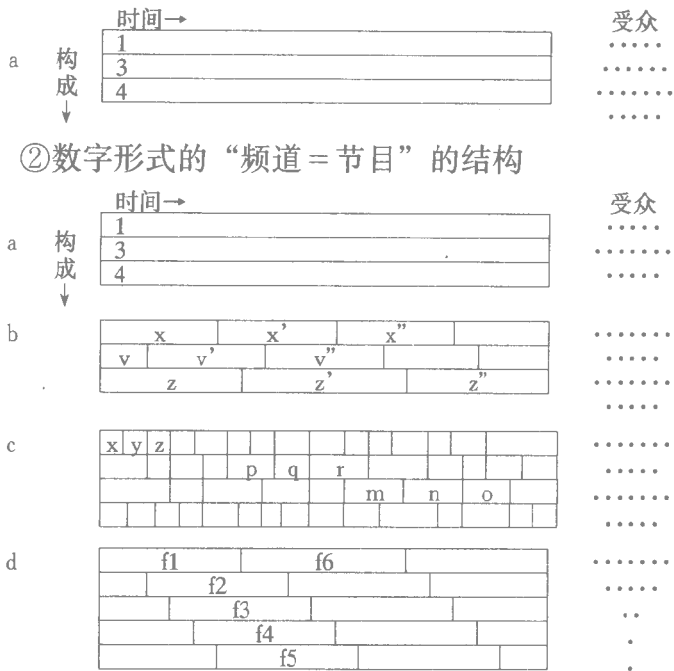
c 则由几个企业共同使用一条线路（频道），在不同的时间带里分别提供不同内容的节目。比如，某个企业以“面向年轻人的娱乐频道”为名占有了一个频道，但实际上，有好几个企业集中在一起，分别在各自瓜分到的时间段里，播放风俗信息、电影介绍、购物服务、音乐排行榜等内容。在这种情况下，根据收视时间收费的方法最为可行。

d 是表示一个企业同时占有 5~7 个频道，把它们合起来作为一条线路专门播放电影。同一部电影，在每个频道上各错开 15 分钟播出。这样，观众最多只要等 15 分钟，就能从头观看这部电影。这种方式也适合根据收视时间收费的方法。

从以上内容已经能够充分了解到，①和②的 a，属于以往的电视广播范畴，而②的 b、c、d，已经和现有的 NHK（日本广播协会）或是私营电视台的综合电视广播完全不同了。信息杂志、样本购物、通信卡拉 OK、录像带租赁、观看体育比赛、电影院、音乐会、围棋院、休闲导游等等，过去采取出版、人际服务等各种形式提供的娱乐和信息服务，都通过卫星传送过来了。所以，才会需要这么多的线路。

总之，在这个世界上，有无数人想面对千差万别的对象做生意。同时，需要这种服务的人，又具有多种多样的希望和口味。如果把这些需求和供给的组合全部载上卫星的话，有多少条线路也不够。可以说，这种线路的存在方式，已经和“NHK 拥有两个频道，私营电视台各自拥有一个频道”这一意义上的“频道”大相径庭了。

图 1—1 数字多频道电视的“频道与节目”的结构特征
无线电视的频道结构



- (注) 1. a 是一个播放企业终日播出综合编排的节目的频道。
 2. b 是一个委托播放企业在一个频道上反复播放 (根据时间的推移也进行更新) 专门的信息内容。
 3. c 基本上和 a 一样是综合性节目, 但是由几个不同的委托播放企业共同利用一个频道进行播出。
 4. d 是一个委托播放企业同时使用复数的频道, 在每个频道中错开 15 分钟播放同一部电影。在任何时间, 观众只要等待 15 分钟, 就能从头观看这部电影。

2. 电视业务分离带来的混乱

另外, 数字“电视”还有一个地方和以往的电视明显

不同。这就是，大量来路不明的播放企业想要约束电视和电视播放的领域。

像 NHK 或是 TBS（东京广播公司）这种以往的电视，都是使用自己拥有的频道播放节目。它们从政府那里获得分配周波数的许可以后，不管是播放设备还是节目制作，都靠自己负担或负责的形式来解决（硬件软件一体化），播出时独立行使自身的权限，不允许其他任何人插手。这正是电视广播企业应有的姿态。在建设全国电视网的时候，电视台虽然租借 NTT（日本电信电话公司）等电气通信事业的线路，但是 NTT 却不能对其播放工作和播出的内容进行干涉。

但是，卫星数字多频道电视的情况却不一样。拥有播放设备（播出图 1—1 中的 a、b、c、d 所有内容）——卫星本体和装载在卫星上的脉冲转发器——的企业，和使用他们提供的线路实际播放节目的企业（a、b、c、d），原本就是不同的业者（硬件软件分离）。在广播法中，前者被定义为“受托播放企业”，后者被定义为“委托播放企业”。委托播放企业虽然自己进行节目的制作和供应，但是如果不从受托播放企业那里借用设备的话，就无法播出这些节目。

这种新的电视播放的世界，实际上毫无秩序。而且，原则上作为言论报道机关而诞生，具有公共性的现有电视广播领域，也被它弄得混乱不堪。其中的具体问题，主要表现在以下几个方面。同时需要指出的是，对于造成目前这种局面，行政部门需要承担很大的责任。

(1) 一步步引进事业许可制

过去，无论是在理论上，还是作为电视广播行政的一般概念，都认为政府权力不能过分介入电视广播事业。正是基于政府不应对电视广播事业内容的合适与否进行判断这一原则，政府授予的播放许可，只是要求电视台符合电波法规定的设施标准，也就是一种设施许可制度。但是，在预定开展通信卫星电视事业的 1989 年，对广播法进行了修订，规定邮政省可以对“受托播放企业”和“委托播放企业”进行“许可认定”，事实上等于是引进了事业许可制。这一做法，不但没有理顺数字多频道电视世界的秩序，反而导致了更大的混乱。虽然能够听到“对委托企业的认定并不等同于许可”等等辩解，但不管怎么说，由政府发布许可证的性质并没有改变。

(2) 放弃“排除集中”原则

以往的广播制度中，明确了电视作为具有强大社会影响力的媒体不能由少数人垄断的原理，限制从事电视事业的人控股、限制控制复数的电视台、限制报纸资本对电视事业的支配等。电视业一直遵循着禁止垄断的原则。因此，通信卫星电视起步的时候，也特意把“受托”和“委托”企业区分开来，目的是不让保有和支配硬件、具有绝对性实力的受托播放企业占有所有线路，垄断“播放”事业，从而使委托播放企业作为与之抗衡的对手，拥有独自的地位。但是，事实上卫星多频道电视公司开播之后，人们却清楚地看到，占有多数线路，确保有利条件，支配着大部分委托播放事业的，正是少数的受托播放企业。（表

1—1)

表 1—1 Perfec TV 委托播放企业股东的频道占有状况

频道数	主 要 股 东
21	[日商岩井]
16	[伊藤忠][三井物产]
15	[住友商事]
11	[日本数字广播公司 (Perfec TV 的企业名)]
9	[新闻公司、软件银行]
5	[光通信][松竹集团][朝日新闻]
4	[TCI 国际公司][全国朝日广播][东北新社][西科姆、富士施乐、日本软件银行]
3	[日本海拉德电影][第一兴商][东急广告代理店][大日本印刷、BBC世界、三和银行、第一劝业银行] [日本媒体论坛、新丸菱海运、深江工业、艾特工业] [白井基义、欧姆龙、伊势录、白井兴产、东海银行、大和银行] [长濑 (东进私塾)]
2	[长濑产业][先锋][奥力克斯][博报堂][朝日广播][日本短波广播] [国际新闻、日本电气] [快捷、大阪煤气、电通、关西电视] [日商英特来福、贝漱收一、阿尔法影像企划、塔托尔·莫里代理店]
1	(略。34 家委托播放企业。股东为 61 家公司和 12 名个人)

(注) ① [] 表示占有复数频道的企业集团。

日本数字广播公司的主要股东是：伊藤忠、三井物产、住友商事、日商岩井和通信卫星公司·日本卫星系统。另外，日本卫星系统的股东是：伊藤忠、三井物产。Perfec TV 搭载于日本卫星系统的卫星 J-SAT 上。

伊藤忠、三井物产、住友商事、日商岩井、日本数字广播公司的频道数中，包括互相覆盖的频道在内。

本表根据桂敬一《有必要同现有的电视广播区别看待》(月刊《论座》1997 年 6 月号，朝日新闻社)制作。

(3) 他行业巨型企业的支配

以往的电视事业中，即使有一部分其他行业的企业作为股东参加，但是电视台特有的事业形态和组织，都由本行业的企业负责。根据广播法的规定，电视事业一方面应追求言论表现活动的独立和自由，另一方面必须公平和公正地行使社会影响力。也就是说，要求它作为公共性电视的形式存在。可是，目前出现的卫星数字电视事业，却是一个巨型综合商社、大型电机厂家等和言论表现的媒体事业毫不相干的企业大举参加，而且不断确立强大支配权的世界。他们的兴趣不在图 1—1 中的 或 的 a，而更重视对 ② 的 b、c、d 进行支配，想在那里大赚一笔。这些事业，能称做公共性电视广播吗？如果卫星电视的世界被这种商业本位的企业所支配，那么以往的公共电视也肯定会受到冲击，在那些对所有商务都行使支配权的巨型企业面前，很有可能落到从属的地位。

(4) 国内电视业的地位发生动摇

在三家卫星数字电视广播企业之中，除去卫星多频道电视公司以外，另两家都是美资公司。J sky B 和 Direc TV 之间，已经在前者主导的形式下，结成了事业合作关系。Direc TV 开业之前，美国政府向日本邮政省施加压力，要求放宽对受托播放企业拥有频道数目的限制（邮政省规定，委托播放企业最多可以拥有 12 个频道。对此 Direc TV 主张，它的 7 个股东公司都各自设立委托播放公司，每个公司各拥有 12 个频道，总共支配 84 个频道。这样，受托方的垄断程度就比 Perfec TV 高出许多，而这

些状况，都是由于邮政省把放宽限制作为金科玉条，因此无法抵抗美国压力的结果。不论哪个国家（甚至包括美国在内），在影响到本国政治文化前途的电视广播领域，都会为了确保国内企业的主体性，对外国企业的参与进行一定的限制。以前，在针对无线电视的电波法中，日本也实施了有关的规定。尽管这样，在卫星电视的领域中，这一原则实际上却是名存实亡。

我们只要看一下以卫星多频道电视公司为开端的卫星数字多频道电视就能了解到由于“模仿电视”“冒牌电视”之类的东西四处横行，造成了体现新闻言论和广播文化的电视领域发生变质的危险。对于这种状态，大众传媒不应该置之不理。关于如何制定今后的数字化电子电波媒体的存在方式，除了电视广播领域以外，在文字媒体上也需要有相应的讨论。显然，单凭邮政省的做法，解决不了任何问题。大众传媒从保护自身存在方式的角度出发，也需要考虑对策。如果认为有必要进行改革的话，就应该积极地提出这些要求。

二、媒体本身将发生变化——报业和出版业的课题

1996年12月，邮政省广播行政局的咨询机关——“关于多频道时代中观众和电视问题的恳谈会”发表了最终报告。报告中的一些重要论点或问题点，已不仅仅局限于电视，同时也值得报业和出版业注意。

设立这个恳谈会的出发点，原本是研究为了保障电视的公平性和公正性，是否需要对电视进行约束。后来，由

于通信和电视的融和带来了多频道化的飞速发展，恳谈会的研究范围，也随之扩大到重新认识电视在多频道时代中的存在方式这一根本性的问题上。报告书总结了研究结果，指出追求通信和电视融和带来的“电视广播”世界的扩展（即多频道化）是必然的，认为放宽通信和电视广播制度中的限制也是必然的。同时，明确了今后的电视“包括以往的地面波、卫星模拟波、数字波、有线电视（CATV）在内”的立场。如果按照这个说法，前文中提到的卫星数字多频道电视的存在方式，自然也都包括在电视的范围之中。

1. 行政意在对节目进行限制

这样就出现了新的问题。

恳谈会也担心，“电视的多频道化越发展，其中混杂质量低劣节目的危险性也就越大”，所以得出了有必要采取适当措施的见解。比如设置限制节目内容、处理观众投诉的部门等等。在现行的法制上，如果发生了以上问题，应该由掌管广播行政的邮政当局负责。但是，当数家电视台相继出现了各种问题以后，邮政省却强化了对采访、报道等涉及到电视的实际工作方式的具体问题直接进行干预的姿态。在多频道时代，如果关系到整个电视的节目限制、投诉处理等的体制，设置在这种行政的强大权限之下，并随时受到其影响的话，电视的独立和自由将在很大程度上受到损害。

这种担心已经逐渐成为现实。电视界也认识到不能对这种趋势置之不理，终于在 1997 年 5 月，日本广播公司

(NHK) 和私营电视广播联盟携手，匆匆设置了“关于电视和人权等权利的委员会机构 (BRO) ” 主动开始了处理投诉的业务。电视界想以这种方式，来排除官方强加的限制。

2. 从色情专门频道看行政的矛盾

但是，问题仍旧存在。在多频道时代，邮政省认可的“电视”中，也包括色情录像的播放。BRO 是处理人权以及各种重大侵权问题的自发性机构，其中并不包括色情节目是否会妨害良好秩序等问题。但是，越是开展多频道化，就越容易出现质量低劣的节目——色情专门频道就是一个明显的例子。可笑的是，这并不是随着多频道化的发展而自然发生的节目低劣化现象，而是由于邮政省人为地推进不管什么都能作为“电视”的多频道化政策，导致了质量低劣的节目也混迹于电视之中的结果。正如多频道恳谈会指出的那样，既然出现了质量低劣的节目，就不得不加强节目限制、投诉处理的体制。这些工作由行政部门负责，根据情况还必须强化直接进行限制的权限。邮政省的做法，就好像是具有监督责任的一方，先放纵别人堕落，然后又责备他品行不端，并加强对他的支配一样，在道理上根本讲不通。

这种矛盾和问题不断出现，又和报界或出版界有什么关系呢？实际上，很多报纸和出版社，都已经在数字化电子电波媒体的世界——在广义上可以称为“电视”的领域中，开展了种类繁多的媒体传播服务，而且，这一倾向肯定会越来越强。

在被称做“因特网元年”的 1995 年之后，利用报社、出版社的因特网主页提供新闻和信息的服务更为活跃，同时也变得更为多样。其中，特别是一种叫做“推送（Push）型”的，类似“播出”服务的发展引起了人们的注目。这种服务排除了烦琐的电脑操作，只要打开终端的开关，进行事先设定好的手续，就可以获得自己需要的新闻和信息。这种方法几乎和接收电视广播没有什么两样。1997 年，朝日新闻载上了美国深受欢迎的推送型服务网站“Point Cast”，开始提供新闻服务。另外，在文本信息画面上编入动画影像（Video Clip）的“日经 Telecon 21”（日本经济新闻的主页），可以说已经和电视合为一体了。目前，这些都是以通信线路作为基础设施的媒体，但是到了数字社会，只要通过 CATV，马上能够提供服务。如果把卫星数字电视和因特网结合在一起，在那里也可以作为媒体进行活动。这些媒体服务，甚至有可能包括在电视之内。也就是说，在媒体的技术上，已经和电视没有任何区别了。

另外，我们还应该注意到，这些服务有很多是由文字媒体企业和电视企业共同实现的。朝日新闻的“卫星频道”、朝日电视台的数据多重广播“阿达姆斯”、TBS 电视台面向电脑的数据广播、日本经济新闻·东京电视台的数据多重广播等，就是其中的代表。另外，使用电视波为电视或电脑传输报纸体裁的“电子报纸”的开发，也取得了进展。在现行的法制上，这些服务都将被划分在电视的类别里。

问题是，由于允许色情录像的存在而带来的对节目进行限制这种制度上的变化，在原理上也涉及到整个电视。所以，这一限制作用，也会影响到随着数字化、多频道化发展而存在于电视领域中的文字媒体。也许有人认为这种担心是多余的，行政不至于把色情内容和严肃的报纸混为一谈。但是，权力者在掌握统治媒体的权限时，总是以维护良好社会秩序为借口，这已经成为一种具有规律性的历史事实。另外，大正·昭和初期的限制表现自由、限制媒体言论的措施，也是从加强限制风俗开始，结果却发展成对思想的统制，扼杀了媒体的独立和表现的自由。我们不应该忘记这些历史教训。

报纸和出版业都在加紧向多媒体转变，也实际参与了各种数字形式的电子出版事业。那么，目前在电视的制度环境中发生的变化，就已经不是与己无关的事情了。事实上，对于应该制定什么样的制度这个问题，报业和出版业都已经作为自己的切身利益开始进行了研究。

3. 传统产业基础解体的危机

卫星数字多频道电视将大举动摇现有的大众传媒世界，还表现在它有可能使传统的产业基础走向解体。

1997年6月，邮政省电气通信审议会发表了《信息通信 21 世纪展望》，预测随着多媒体事业的发展，1995 年指数为 100 的信息通信领域的市场规模，到 2010 年将达到 435。那么，在分配这一巨大的果实时，谁会得到的更多呢？

随着以专取胜的多频道电视的普及，尽管观众的兴趣

非常分散，但是从绝对数上来看，仍然有为数众多的人收看这些频道。这使得无线电视在收视人数和收视率上，都呈现出低落的倾向。首先，这种情况会带来从以往的私营电视广播中夺取广告的危险性。另外，多频道电视的大多数节目，都是采取收费的方式，而无论从生活费用还是从生活时间上来看，人们都不可能无限制地接触媒体。结果，NHK 的收视费、订报费、购买杂志和书籍的费用将受到影响。

表 1—2 21 世纪信息通信领域的市场规模

(单位:亿日元)

项 目		1995 年	2000 年	2005 年	2010 年
①通信服务		113, 940	159, 896	218, 390	268, 028
	多媒体通信服务	0	14, 387	36, 164	69, 745
	移动通信服务	15, 027	26, 917	49, 455	96, 605
②电视广播服务		30, 244	41, 033	60, 715	83, 512
	无线电视广播	22, 807	27, 799	32, 743	38, 990
	卫星电视广播	594	2, 818	10, 329	19, 247
	有线电视	1, 126	3, 104	8, 939	15, 179
③终端机器		64, 902	159, 093	219, 056	259, 734
	移动体终端	5, 452	54, 746	91, 344	118, 033
	数字电视接受器	0	475	11, 408	19, 102
④信息内容等		77, 101	117, 349	296, 929	634, 054
	网络信息内容	5, 358	8, 792	35, 071	140, 407
	服务器商务	23, 588	50, 675	197, 792	425, 011
合计		286, 187	477, 371	795, 090	1, 245, 328
(新型无线服务的使用)		0	24, 084	62, 086	111, 420

(资料来源 邮政省电气通信审议会《信息通信 21 世纪展望》, 1997 年 6 月)

《信息通信 21 世纪展望》中预测的信息通信领域的市场发展，实际上存在着这种来自老市场的资源转移，也就是把原来用于购买旧商品的钱，转为消费新商品的内在关系。现有的媒体需要牢牢记住的是，这决不是一种单纯的附加增长。

确实，原有的媒体如果能够成功地变为多媒体，就可以在不被老市场抛弃的同时，也在新市场中获得成功的机会。所以，现有的媒体必须加紧参与多媒体事业。但是，在分配成功果实的时候，传统型媒体究竟能发挥多大的权限，却非常值得怀疑。

我们再来看一下卫星多频道电视公司的例子，其主要的企业是伊藤忠、三井物产、住友商事和日商岩井。它们的巨型资本和销售收入，以及在此以外开展的多种多样的信息通信事业和多媒体商务，都使得作为委托播放企业参加的现有大众传媒企业望尘莫及。这种情况在 Direc TV 和 J sky B 中也是一样。

《信息通信 21 世纪展望》中预测的“通信服务”（基础设施事业）制造“终端机器”、“信息内容”等产业成长率高的领域，原本就是由这些巨型企业支配的。毫无疑问，在分配新市场的果实时，他们将得到更多的部分。而“无线电视”将作为现有媒体企业能够确保的事业领域保留下来。但是《展望》明确指出，这一领域的增长并不会很大。

大众传媒应该怎么办呢？如何才能在保持自身主体性的同时，参与多媒体事业领域，在产业上也追求独特的发

展呢？

三、选择文化产业还是选择娱乐产业？

1. 默多克旋风引起的波纹

1996年6月，世界媒体大王默多克购入朝日电视台的股票一事，给该电视台的母公司朝日新闻社带来了巨大的冲击。朝日新闻社在1997年3月，买回了这些股票，恢复了在报纸、电视广播一体型经营中的主体地位。但是，谋求在日本开展卫星电视等多媒体事业的默多克，却没有放弃他的执着心。他在与新伙伴索尼（投资J sky B）的合作关系里留下了伸缩余地，目的是在由其他行业的巨型企业，以及美国的巨型媒体主导的多媒体商务事业上获得成功。

而当朝日电视台刚刚和默多克保持了一定距离的时候，富士电视台却好像瞄准了这个缝隙一样，决定了向J sky B对等投资的方针，并在1997年5月付诸实施。与朝日电视台煞费苦心并确保言论报道事业的经营主体相反，富士电视台毫不犹豫地作为娱乐产业，对多媒体商务的未来寄予期望，下决心把上市股票获得的巨额资金投入了这一事业领域。既然成为上市企业，市场就要求账务上的透明性。所以像过去的富士—产经新闻集团那样，在无计划收支关系中，从经济上支援产经新闻的做法就很困难了。不过，作为富士电视台一方，还是在多媒体娱乐产业的巨大前途上投下了赌注。1996年8月8日，富士电视台的日枝久社长在股票最初交易后的记者招待会上，谈到了富

士电视台的抱负：“集中力量制作节目，争取成为日本的好莱坞。”

私营电视台中最有实力的 TBS，也明确了对卫星数字电视的新方针。1997 年 9 月，卫星多频道电视公司增加投资的时候，为了获得仅次于主要股东（四大商社）的地位，TBS 投入相应比例的资金，正式参加了经营。另外，TBS 还和住友商事、美国国际通讯技术公司（TCI），携手，组建了日本娱乐电视公司（JET），抢先开展了通过卫星向亚洲的电视业者销售电视节目的事业。

其他的私营电视台和包括它们在内的报纸系列集团，也都在积极参与卫星数字电视事业。特别是落在后面的读卖新闻—日本电视台，是否和 Direc TV 日本公司建立合作关系的话题引人注目。日本经济新闻—东京电视台也和三井物产进行合作，计划参与 BS（广播卫星）事业。

2. 向娱乐产业倾斜和公共电视广播的危机

从这些动向中可以清楚地看出，日本的大众传播，已经涉足于大规模的多媒体商业中无法自拔。而这种多媒体事业，有可能给这些媒体本身带来变化。在这种形势中，大众传播企业能不能和其他行业的巨型企业，以及美国的巨型媒体集团划清界限，作为肩负日本固有的新闻言论和媒体文化的旗手，保持自己的主体性，追求独特的产业发展呢？还是与此相反，确立只要能够作为娱乐产业发展，和任何人合作都不在乎的方针，并实际加强这种发展体制呢？在 21 世纪的多媒体时代里，日本大众传播界应该向哪个方向前进，取得怎样的变化，在今天，仍然看不到明