

关于网络电视中电视频道板块向公众免费开放的分析

张凯旋 张思镜

河南科技学院，河南省新乡市，453003；

摘要：关于网络电视中电视频道板块向公众免费开放的问题，已经引起了广泛的关注。随着智能电视的普及，电视频道向公众免费开放成为了一个亟待解决的问题。智能电视虽然带来了更为便捷和丰富的视听体验，但也伴随着一系列的问题，如“套娃”收费、霸王广告、操作复杂等。这些问题不仅影响了观众的观看体验，也阻碍了电视行业的健康发展。文章从多个角度对该问题进行了深入探讨，包括其意义、可行性、政策保障以及实际操作中的挑战等。

关键词：电视收费；网络电视；电视行业发展

DOI：10.69979/3029-2700.24.5.038

网络电视是党、政府和人民的喉舌，是党和政府联系群众的桥梁，是建设社会主义物质文明和精神文明的现代化舆论宣传阵地。《中华人民共和国公共文化服务保障法》规定：广播电视、新闻媒体等具有文化事业与文化产业双重社会属性，具有服务性、公益性和知识密集性三大特性，而文化事业属性则是网络电视的根本属性，它占有主导性的地位，而它的文化商品性，则处于从属地位。其事业属性要求县级以上人民政府部门应当将公共文化服务纳入本级国民经济和社会发展规划，按照公益性、基本性、均等性、便利性的要求，加强公共文化设施建设提高公共文化服务效能。现如今，广播电视的文化商品性逐渐的增高，多数网络电视开始出现乱收费、操作复杂、广告推送等问题，影响群众收看电视的积极性，因此电视频道向公众免费开放是合理的一个措施。

1 电视频道向公众免费开放的意义

随着时代的发展，智能电视走进了千家万户取代了传统的有线电视，但是智能电视也带来了许多的问题，例如：原本能在传统电视上免费观看的电视频道，在智能电视中却变成了收费的项目，除此之外还有着铺天盖地的广告诱导观众去消费，虽然在2023年国家广播电视总局联合工业和信息化部、文化和旅游部、国家市场监督管理总局、中央广播电视总台、中国消费者协会等有关部门单位，处理整治了各种类型的收费问题，且成效显著，但是智能电视厂家和网络电视app通过各种产品使得消费者升级消费仍时有出现。

1.1 网络电视频道对公众免费开放能够提升中央的广播宣传力度

近些年来，群众受电视“套娃”和电视收费现象的

影响，放弃了电视的收看，这导致中央的电视台以及许多地电视台的新闻节目收视率在逐渐的下降，党和政府声音的传播力度也会出现的一定的下滑。网络电视频道的免费开放使得更多民众能够无门槛地观看节目，无论其经济状况如何，都能享受到高质量的广播电视内容。这极大地扩大了中央广播宣传的受众基础。免费开放的网络电视频道同时可以吸引更多观众参与互动，如在线投票、评论留言等，从而增强公众对广播宣传内容的关注度和参与感。再者来讲，网络电视频道的内容丰富多样，网络电视频道可以容纳更多类型的节目，包括新闻、纪录片、教育片、文化娱乐等，这些多样化的内容能够满足不同观众的需求，使中央的广播宣传更加丰富多彩。同时，有助于普及和传播社会主义核心价值观、国家政策法规等重要信息，增强公众的社会认知和国家认同感。

以上的综述表明，网络电视频道对公众免费开放是提升中央广播宣传力度的有效途径之一。通过增强公众接触度与参与度、丰富宣传内容与形式、提升传播效率与效果以及增强社会影响力与认同感等方面的努力，可以进一步推动中央广播宣传事业的发展。

1.2 网络电视对公众免费开放能够进一步减少“套娃”收费、霸王广告现象

所谓“套娃”就是源自于俄罗斯的一种民间的玩具，一层一层外面的比里面的大一圈。而“套娃”消费，就是观众重复的在一个智能电视上交不同的费用，最后才能看到想要看到的电视节目，治理电视“套娃”行动的核心旨归，就是要整治重复收费的市场乱象，打击侵害消费者合法权益的失范行为，保障消费者的视听消费权益，营造风朗气清的广电产业生态。为了保障群众的利益，国家对网络电视的各种收费问题采取了许多必要的

措施,但是仍然有部分的 app 开发商,在现阶段网络电视方面依旧操作复杂、“套娃”收费、观看限制、安全隐患、内容质量参差不齐、行业监管与规范缺失等问题,这引起了广大观众的吐槽和反感,导致部分的电视观众流失,这部人民群众便是较难听到主流媒体的声音。根据第七次全国人口普查数据,我国 60 岁及以上人口超过 2.6 亿人,其中 65 岁及以上人口超过 1.9 亿人,80 岁以上人口达 3580 万人。预计 2035 年我国将步入深度老龄化阶段,老年人口将达到 4.2 亿人,占总人口比重将超过 30%。在 2019 年有关 71 个城市的电视收看调查情况中显示:55-64 岁电视观众所占的比例达到 18.6%,65 岁以上群体占到 21.8%。如此大的老年人占比,被“霸王广告”和乱收费现象困扰,观众打开电视机器不能够直接收看直播,这些“套娃”收费和“霸王广告”不但不能跳过还影响观众的观感,不利于智能电视行业的长期健康发展,更不利于党和政府的声音传播到千家万户,凝聚起全国人民干事创业的共同意志与激情。网络电视对公众免费开放后,广告投放将更加规范和透明。服务商需要依靠高质量的内容和良好的用户体验来吸引用户,而非依赖强制性的霸王广告。因此,他们将更加注重广告的合理性和用户体验,减少霸王广告现象的发生。另一方面能显著提升用户的观看体验和满意度,用户不再需要为观看基本节目而支付额外费用,这将增加他们对网络电视的好感度和忠诚度。长期来看,这有助于培养稳定的用户群体,为网络电视行业的健康发展奠定基础。免费的网络电视频道能够扩大受众群体,更好的展示国家发展成就、弘扬社会正能量等内容,有助于凝聚社会共识,促进社会和谐稳定。

2 从中国广播电视行业的发展分析电视免费的可行性

新中国成立以后,我国的广播电视行业迅速崛起,广播电视从不完善到以无线广播电台、无线电视台、卫星电视、有线电视、广播电视报刊等相结合的多层次、多类型、多功能的较完善的传播网。根据济宁新闻网发布的《我国广播电视事业发展历程》以及国家广电智库发布的《改革开放 40 年:中国广播电视产业四次大跨越》文章中可以总结得出,中国的广播电视行业可以分为三个阶段五个时期。

2.1 三个阶段时期产业发展

第一阶段为 1949 年至 1966 年。这一阶段接管了国民党的电台,修复、改造了民营广播电台,重点建设了新中国的中央电台和省市电台,建立起中国大陆第一座

电视台,调整、巩固了中国的广播电视事业。第二阶段为 1966 年至 1976 年。这一阶段,有线广播 10 年间有较大发展。基本建成了以县广播站为中心,以公社广播放大站为基础,连接千村万户的农村有线广播网。电视在 10 年间复兴并诞生了彩色电视。。全国电视广播的人口覆盖率达 36%,有近 3 亿人可看到电视。第三阶段为 1977 年至今。特别是党的十一届三中全会以后中国的广播电视事业飞速发展,成绩令人瞩目,进入了全盛大发展时期。在以上的发展过程中,电视广播是国家出资进行建设,电视广播能够免费提供给广大群众进行收听观看,广播行业才得以在短期时间内得到巨大的发展。

2.2 五个时期的发展历程

第一时期 1978 年至 1983 年:1978 年党的十一届三中全会以后,以经济建设为中心,坚持改革开放的基本路线为中国广播电视的产业化发展提供了政策保证和需求动因。1978 年 5 月 1 日,北京电视台改名为中央电视台。1979 年 1 月 25 日,上海电视台成立广告业务科,理论广播讲座开始兴旺,广播电视大学开办起来,广播电视开始出现广告,广播电视改革开始启动。第二时期 1983 年至 1986 年:这一时期广播的宣传改革侧重于微观改革,1985 年 8 月,中央电视台租用通信卫星传送一套节目,从此改变了中国电视传送单纯依靠微波的局面。中国电视开始形成天上卫星、地上微波、地下电缆互相结合的立体传播网络。第三时期 1986 年到 90 年代初:这一时期广播电视改革从单项改革发展到整体改革,直播“板块”、主持人节目、听众“热线”参与等广播类型出现。第四时期 1992 年到 2000 年:在此期间,中共中央、国务院下发了《关于加快发展第三产业的决定》,第三产业概念的提出,使广播电视具有了事业和产业的双重属性。“事业性质、企业管理”,解放了广播电视的生产力。截止到 1998 年底,各级电台、电视台、有线电视台总数合计 2216 台,有线电视用户数超过了 7000 万户,广播的人口覆盖率达到 88.2%,电视的人口覆盖率达到 89.0%,电视机社会拥有量为 5 亿多台。第五时期 2000 年至今:我国广播电视事业的发展进入了新时期,随着卫星通讯技术的完善和数字压缩技术的突破,由卫星和地方有线电视网“星网”结合的立体广播电视传播形态初步形成。

2.3 不同时期的运营模式

中国的电视收费模式是在 1996 年 1 月 1 日正式运行,在此之前中国的广播电视都是“福利电视”体制。但当时的收费体制是因为我国的广播电视行业发展太

过于迅速,在1977年就以经发展到3亿人观看,“福利电视”远不能支撑之后的电视发展被迫改革。改成收费制也不是“一刀切”的收费制,而是在免费的频道上多出收费频道的项目,这样按需购买,需要付费频道的就购买,不需要的也不影响日常的观看。而2018年后广播电视网络覆盖率以及有线电视数字化率大幅提升;智能电视出现,各大资本涌入智能电视市场,智能电视非但不智能而且操作极其复杂。由于各个品牌的合作方不一样,群众需要缴纳不同的电视费用,且如今的电视直播板块中应该向群众免费的频道,也因为各种商业竞争被“一刀切”。从广播电视的发展历程来看,电视直播板块早已不是付费的主要项目,完全可以实现免费对公众开放。

3 中共在不同历史时期广播电视领域中经费保障的政策建构

中共在不同历史时期广播电视领域中经费保障的政策建构是一个动态发展的过程,旨在确保广播电视事业的持续发展和有效运行。我国的广播电视领域中经费保障的政策建构大致经过三个时期:

3.1 改革开放前(1949-1978年)

在改革开放前,广播电视事业主要依赖国家财政拨款进行建设和运营。这一时期的经费保障政策主要体现在国家对广播电视事业的高度重视和大力投入。例如,在全面建设阶段(1949-1965年),随着广播电视事业的快速发展,国家财政对广播电视的投入逐年增加,确保了广播电视基础设施的建设和节目的制作播出。

3.2 改革开放后至90年代初(1978-1992年)

随着改革开放的深入,广播电视事业逐渐走向市场化、产业化道路。国家开始探索多元化经费保障机制,以缓解财政压力并促进广播电视事业的进一步发展。这一时期的政策建构主要包括以下几个方面:1、增加财政拨款:尽管市场化进程加快,但国家财政对广播电视事业的投入并未减少,反而根据实际需要有所增加。2、鼓励自筹资金:国家鼓励广播电视部门通过广告经营、节目销售等多种渠道筹集资金,增强自我发展能力。3、税收优惠政策:为支持广播电视事业的发展,国家对广播电视部门实行了一系列税收优惠政策,如减免税收和免征“两金”等。

3.3 90年代初至今(1992年至今)

自1992年中共中央、国务院下发《关于加快发展

第三产业的决定》以来,广播电视事业被明确赋予了事业与产业的双重属性。这一时期的经费保障政策更加注重市场化和多元化,事业性质、企业管理,广播电视部门在坚持事业性质的同时,积极引入企业管理模式,提高资金使用效率和运营效益。多元化的经费来源,除了财政拨款和自筹资金外,广播电视部门还通过有线电视费、卫星电视费、数字付费电视等多种渠道筹集资金,形成了多元化的经费保障体系。除此之外,在政策支持与引导上,国家也制定相关法律法规进行支持,如《广播电视管理条例》等,明确广播电视部门的经费保障机制和运营规范,引导广播电视事业健康有序发展。在创新融资模式上,随着资本市场的发展和完善,广播电视部门还积极探索通过上市融资、债券发行等方式筹集资金,为广播电视事业的快速发展提供了强有力的资金支持。

4 结语

网络电视中电视频道板块向公众免费开放,是一项关乎民心的庞大系统工程,与人民群众对美好生活的视听需求能否获得满足有着密切的联系。在智能电视时代,电视广播行业高质量发展,但电视行业不但迎来了便捷的视听,同时也带来了“变相消费”“复杂操作”“霸王广告”等诸多问题。造成这些的原因除了智能电视时代监管体系的不完善之外,更多的是资本逐利的结果。广播电视在中国属于行政垄断产业,一般都为国有或国家控股,不应该过于注重商业发展,应将文化的公益性放在更靠前的位置。政府在现如今时期应该突出广播电视的服务性、公益性,把观众应该享受的公共频道免费开放,推动电视行业持续发展,形成新的业态形式,坚持对群众的呼声进行回应,努力实现广播电视行业的高质量发展。

参考文献

- [1]刘阳.推动广播电视和网络视听高质量发展[N].人民日报,2023-09-29.
- [2]陈静.套娃——俄罗斯民间艺术的象征[J].俄语学习,2012(01).
- [2]徐之.智能电视如何留住用户[N].人民日报,2023-02-08.
- [4]张毅,张书琛.套娃式收费不断,视频平台为何黑化?[N].电脑报,2023-02-06.

作者简介:张凯旋(2000年),男,汉族,河南省新乡市,硕士,研究方向学科教学音乐。