



世纪前沿

Mass Communications and American Empire

[美] 赫伯特·席勒 著

Herbert I. Schiller

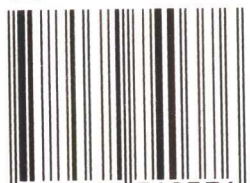
刘晓红 译

大众传播与美利坚帝国

上海世纪出版集团



ISBN 7-5327-4037-4



9 787532 740376 >

定价：22.00 元

易文网：www.ewen.cc

大众传播与美利坚帝国

[美] 赫伯特·席勒 著 刘晓红 译

世纪出版集团 上海译文出版社

图书在版编目(CIP)数据

大众传播与美利坚帝国/(美)席勒(Schiller, I. H.)著;

刘晓红译. —上海:上海译文出版社,

2006. 7

书名原文: MASS COMMUNICATIONS AND AMERICAN EMPIRE

(世纪人文系列丛书)

ISBN 7-5327-4037-4

I. 大... II. ①席... ②刘... III. 大众传播—研究—美国

IV. G219. 712

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 045779 号

图字: 09-2005-078 号

本书中文简体字专有出版权归本社独家所有,非经本社同意不得连载、摘编或复制
本书如有缺页、错装或损坏等严重质量问题,请向承印厂联系调换

责任编辑 张吉人

装帧设计 陆智昌

大众传播与美利坚帝国

[美]赫伯特·席勒 著

刘晓红 译

出 版 世纪出版股份有限公司 上海译文出版社
(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc www.yiwen.com.cn)
发 行 上海世纪出版股份有限公司发行中心
印 刷 上海商务联西印刷有限公司
开 本 635×965mm 1/16
印 张 14
插 页 4
字 数 172 000
版 次 2006 年 7 月第 1 版
印 次 2006 年 7 月第 1 次印刷
ISBN 7-5327-4037-4/D·083
定 价 22.00 元

出版说明

自中西文明发生碰撞以来，百余年的中国现代文化建设即无可避免地担负起双重使命。梳理和探究西方文明的根源及脉络，已成为我们理解并提升自身要义的借镜，整理和传承中国文明的传统，更是我们实现并弘扬自身价值的根本。此二者的交汇，乃是塑造现代中国之精神品格的必由进路。世纪出版集团倾力编辑世纪人文系列丛书之宗旨亦在于此。

世纪人文系列丛书包涵“世纪文库”、“世纪前沿”、“袖珍经典”、“大学经典”及“开放人文”五个界面，各成系列，相得益彰。

“厘清西方思想脉络，更新中国学术传统”，为“世纪文库”之编辑指针。文库分为中西两大书系。中学书系由清末民初开始，全面整理中国近现代以来的学术著作，以期为今人反思现代中国的社会和精神处境铺建思考的进阶；西学书系旨在从西方文明的整体进程出发，系统译介自古希腊罗马以降的经典文献，借此展现西方思想传统的生发流变过程，从而为我们返回现代中国之核心问题奠定坚实的文本基础。与之呼应，“世纪前沿”着重关注二战以来全球范围内学术思想的重要论题与最新进展，展示各学科领域的新近成果和当代文化思潮演化的各种向度。“袖珍经典”则以相对简约的形式，收录名家大师们在体裁和风格上独具特色的经典作品，阐幽发微，意趣兼得。

遵循现代人文教育和公民教育的理念，秉承“通达民情，化育人心”的中国传统教育精神，“大学经典”依据中西文明传统的知识谱系及其价值内涵，将人类历史上具有人文内涵的经典作品编辑成为大学教育的基础读本，应时代所需，顺时势所趋，为塑造现代中国人的人文素养、公民意识和国家精神倾力尽心。“开放人文”旨在提供全景式的人文阅读平台，从文学、历史、艺术、科学等多个面向调动读者的阅读愉悦，寓学于乐，寓乐于心，为广大读者陶冶心性，培植情操。

“大学之道，在明明德，在新民，在止于至善”（《大学》）。温古知今，止于至善，是人类得以理解生命价值的人文情怀，亦是文明得以传承和发展的精神契机。欲实现中华民族的伟大复兴，必先培育中华民族的文化精神；由此，我们深知现代中国出版人的职责所在，以我之不懈努力，做一代又一代中国人的文化脊梁。

上海世纪出版集团
世纪人文系列丛书编辑委员会
2005年1月

中译本序

对中国传播学界来说，作为美国传播学批判学派代表人物之一的赫伯特·席勒，并不陌生，甚至可说是大名鼎鼎。迄今已有不少文章对其学术思想、地位和影响予以介绍，例如郭镇之的《席勒：传播政治经济学的批判领袖》（载《国际新闻界》2002年第1期），曾较为全面地回顾了这位杰出学者的生平和成果；又如本人主编的《20世纪传播学经典文本》（复旦大学出版社2003年版），也曾摘译其专著《信息与危机经济》部分内容，并简要述评其学术贡献。

但遗憾的是，席勒的著作却一直没有被完整地翻译到中国大陆来，这就不可避免地影响了国人对他的准确了解和深入研究。

因此，当我读到由刘晓红博士翻译的这部席勒的成名作，十分欣喜，其重要意义至少有五：

- 一、有利于我们加强对席勒这位“思想斗士”的研究；
- 二、有利于我们更加深刻地认识美国乃至整个发达资本主义世界的大众媒介运行规律，包括其体制、机制、作用、效果、特性、趋势等，从而更加有效地制定中国的国际传播、全球传播战略与策略；
- 三、有利于我们反思本国的大众媒介状况，即：在建构全面小康社会、和谐社会的进程中，如何最佳地处理政治、经济、文化等系统与传播系统的互动关系，如何最大限度地发挥媒介的正面功能而消解其负面功能；
- 四、有利于我们纠正在引进外国传播学文献的过程中出现的偏

颇，也就是重“经验”研究、轻“批判”研究的倾向，进而有助于提升中国传播学研究的整体水准；

五、有利于加强我们与外国传播学界、特别是批判学派的交流与对话。

事实上，在熟悉了拉斯韦尔、拉扎斯菲尔德、施拉姆、罗杰斯之后，我们以同样的热情，接纳着席勒、斯迈思、乔姆斯基、哈贝马斯。这印证了中国传播学界的发展和进步，反映了其积极进取的品格和兼容并包的胸怀。

我相信，这正是中国传播学科的希望所在。

张国良

2006年5月12日

于上海交通大学闵行校区

第一版序言

这本书的出版可谓非常及时，它朝着纠正传播学著作中的严重失衡现象迈出了坚实的一步。

如果我们采用保罗·F·拉扎斯菲尔德(Paul F. Lazarsfeld)在20世纪40年代初期首次做出的那个有价值的区分——“批判”学派和“行政”学派^[1]，那么，在上几代人中，传播学领域的学者和学生所看到的“批判”学派的著作较少，相比较而言，他们所看到的“行政”学派的著作较多。拉扎斯菲尔德所谓的行政学派的研究主要是指在由大众媒介本身或由广告商、代理商和政府等支持机构设定的参照框架内进行的研究。这种研究想当然地认为制定权限的这些机构的基本方针是合理的。大量资金被投入到行政性的传播研究中，尽管这些资金与投入到自然科学研究中的资金相比微不足道，但近年来增长迅速，尤其是因为最近对发生在发展中国家的“动乱”的政治经济根源的认识迫切要求解决传播外交的效率问题。尽管市场调研主要用来促进大众媒介更加高效地实现其作为商业机构的组织目标，但是自第二次世界大战以来，心理学家和社会学家们所做的研究已经默认了相同的权限。从20世纪50年代开始，经济学家、政治学家以及人类学家纷纷被吸引到传播的行政研究中，特别是有关发展中国家的研究，就像传说中的亚瑟王宫殿显现一样具有戏剧性。《异议的学派》(*The Dissenting Academy*)一书说明了这一点。

拉扎斯菲尔德所谓的“批判”性研究在北美仍然少见。这类研究通常

[1] Lazarsfeld, Paul F., "Remarks on Administrative and Critical Communications Research", *Studies in Philosophy and Social Science*, Vol. 9. Columbia University.

是一些陈旧的研究领域中附带涉及的研究。相关的著作有 C·赖特·米尔斯(C. Wright Mills)^[1]，罗伯特·A·布雷迪(Robert A. Brady)^[2]，瑟曼·阿诺德(Thurman Arnold)^[3]，罗伯特·S·林德(Robert S. Lynd)^[4]等人的文章。或者像丹尼利恩(Daniellian)的著作《美国电话电报公司》(ATT)那样，内容陈旧，以至于只能作为历史材料参考。

赫伯特·席勒(Herbert Schiller)的这本《大众传播与美利坚帝国》(*Mass Communication and American Empire*)之所以成为批判传播研究中的一部优秀作品有以下几个原因。首先，它第一次以全面分析的方式，联系美国大众传播两个最重要的功能——经济功能和政治功能，批判地研究了美国大众传播的结构与政策。其次，席勒教授从现实主义的立场出发研究问题，利用企业和政府的信息来源的广泛性和多样性来解释大众传播的动力与结构问题。在这本著作中，没有玩弄任何繁琐的计量经济学模型，而是分析了与媒体的董事会、立法者相关的现实问题。最后，贯穿全书的观点使得该书与受黑人民权运动和越南战争冲击的美国大选所面临的问题相关。这些问题从不同的角度集中质疑了美国的一些机构的政策，认为这些政策可能把美国乃至全世界置于巨大的危险之中。由于大众传播媒介具有议程设置功能，它设置了日常生活中哪些议题需要关注或哪些问题是重要的，因此，如果确实要改变美国的议程或议程设置结构，就必须理解美国大众媒介的功能。基于以上理由，我认为《大众传播与美利坚帝国》是一部有价值的著作，它应该成为社会科学领域内大学生的必读书目。

达拉斯·W·斯迈思

萨斯喀彻温大学

1968年12月

[1] Mills, C., Wright, *White Collar*, Chapter 15, (1951).

[2] Brady, Robert A., *Business as a System of Power*, Chapters 7—9, (1943).

[3] Arnold, Thurman, *The Folklore of Capitalism*, Chapters 7—8, (1937).

[4] Lynd, Robert S., *Knowledge for What* (1939).

二十五年的回顾

《大众传播与美利坚帝国》写于 1965 到 1967 年之间，首次出版于 1969 年。此后世界力量的对比发生巨大变化。然而美国媒介/文化在世界的优势地位虽然不像过去那样稳固，但并未受到触动。1991 年的波斯湾战争为这种优势地位提供了新的标尺。

在波斯湾战争中，美国的信息垄断和控制从一个新的方面得到了证明。在美国国内、乃至全世界传播的关于这场战争的讯息和影像都是由一家公司——美国有线新闻网(CNN)提供的。而反过来，美国有线新闻网的新闻素材基本上来源于两个地方——五角大楼和白宫。这样，世界上大部分国家对波斯湾发生的事件及其意义的理解实际上都来自美国这个单一的信息源。^[1]

那么，这种无与伦比的能力——规定、解释的权力在过去的 25 年中是怎样得以维持，甚至**加强**的？同样重要的是，在媒介—文化的影响力方面，20 世纪的 60 年代与 90 年代相比存在哪些差异？以下内容就是这些问题的答案。

《大众传播与美利坚帝国》这本书的理论框架以 1945—1965 年间的三个地缘政治特征为基础。第一个特征就是美国依靠其经济、军事和信息的综合实力在全球范围内确立了其优势地位；第二个特征是辽阔

[1] Hamid Mowlana, George Gerbner, and Herbert I. Schiller, eds., *Triumph of the Image: The Media's War in the Gulf—A Global Perspective* (Boulder: Westview Press, 1992).

的由国家管理的地区的存在，该地区自称是社会主义，覆盖了世界近三分之一的人口。所有人都认定这个庞大的地区与以美国为首的阵营是对立的两极。第三个特征是近来从欧洲殖民地获得独立的民族国家在非洲、亚洲和中东地区兴起，这些国家构成的地域不同于以上两个集团，此外，它也包括中美洲和拉丁美洲的民族国家，这些国家虽然名义上已经独立了一个世纪，但事实上，它们在政治经济上仍然是美国（更先是英国）的附庸。

新兴民族国家和拉丁美洲国家共同构成了后来所谓的第三世界国家。有时它们被乐观地贴上“发展中国家”这个标签，或偶尔被称为“低工业化国家”。第三世界国家松散地组织在一起，其中著名的就是不结盟运动。当时，不结盟运动也无可非议地被看作是美国和西方国家的对立面。在这场运动中最具战斗精神的一些国家已经开展了民族解放斗争。

过去 25 年来的发展已经显著地改变了 20 世纪 60 年代的地缘政治的特点。例如，美国的公司经济这些年来增长迅猛，但是它在全球的地位却被削弱了。在美国国内，工业的基础结构显著收缩，与此同时，信息服务业的巨大增长已经在很大程度上改变了这个国家的劳动与就业。

同样严重的是，社会主义国家集团也大大收缩。这个集团中的工业化较高的国家（如前苏联、捷克斯洛伐克、匈牙利和波兰）已经基本上取消了其由国家制定计划的特征，并以不同的速度在不同的程度上重新建立资本主义制度和价值观。与世界资本主义抗争了 70 多年的主要一极令人难以置信地瓦解了。

20 世纪的 90 年代与 60 年代之间的另一个不同的社会环境就是不结盟运动几乎不再发挥作用。随着不结盟运动的衰落，与西方资本主义对立的另一极也暂时不复存在了。除了少数几个国家之外，其他第三世界国家的统治阶层接受了西方的市场经济，并且允许或者说无力阻止他们的国家被纳入世界市场体系。

简而言之，20世纪60年代中期的三个决定性的特征在接下来的25年中经历了180度的大转弯。接下来我们将逐个分析其中的每一个转变。

变化中的美国公司经济

日前我们不难看出，20世纪60年代中期，在美国大规模入侵越南并且遭受惨败之前，美国工业的实力曾经在世界范围内达到顶峰。美元是国际贸易和投资中居支配地位的流通货币。美国军队在世界的大部分地区驻防。联合国也完全被西方列强(主要是美国)所操纵。世界上大部分国家的影像和信息产品通常是美国生产的电影、电视节目、音乐、新闻和流行文化产品。

美国在全球的实力虽然没有全部、但已经部分地由过去的优势明显地转为劣势。虽然美国的工业实力在国际上每况愈下，但相对而言，在美国国内，公司的政治文化影响力却是无孔不入。以下将描述这种奇怪的现象。

早在20世纪60年代末、70年代初期，公司美国(corporate America)开始面对来自两方面的强大压力。一个压力就是德国(仅指西德)和日本随着其力量不断增强开始重返国际市场。在过去的20年里，这些彻底重建的、完全现代化的经济体大力争夺国际市场份额，再加上几只“亚洲虎”的出口压力，大大消弱了美国在全球的优势地位。

另一个压力就是全球性经济衰退的出现。它在初期并未引起人们足够的注意，但目前已持续了很多年。失业问题在几个工业化国家(法国、英国、加拿大、荷兰、澳大利亚等等)都已经非常严重。

美国公司竭尽全力应对或者说适应金融和技术领域的外国竞争和经济萧条。20世纪80年代，即里根时期的金融战略(如果可以用这个词)是接管和吞并大公司，并通过发行贬值的有价证券、垃圾债券来为兼并

提供融资。只要经济有所增长，这对交易的操纵者来说是非常安全的，并且极其有利可图。但一旦经济机器停转，偿还公司高额债务利息的能力就会急剧下降。减记资产账面价值和破产成为 20 世纪 90 年代美国经济的标志，而且让人看不到尽头。各种各样的投机行为和不断产生的债务几乎没有给多数处于困境的公司留下多少调整空间。

为维持其在全球市场上的地位，公司美国在技术上采取的措施更加扭曲、更具破坏性。它以令人难以置信的速度使社会秩序发生了颠覆，从而影响了各个行业、工人就业，乃至千百万美国人的工作环境。这种混乱的变化已经被作为一种技术福音强加到公众的头上，并且被贴上了神秘而可靠的标签——“信息社会”。随着所有表达观点的舆论喉舌一致认为向使用信息的社会的转变，是人类自五千多年前定居农业出现以来最激动人心的进步，计算机已经被广泛使用于政府机构、工厂办公室、工业生产过程、零售业和家庭之中。

计算机在经济领域的应用如此迅速令人始料不及。就在 10 多年前，我还天真地主张实行放慢发展的政策，建议“在计算机被广泛应用于各行各业之前，依靠全世界的力量系统全面地确定计算机的适用范围、标准、编码…… [此外]，不要迅速传播这种标准和编码。这是绝对有利的，因为在全球权力和影响力不平等的时期，这为思考这个囊括了先进的通信以及其他技术的巨大联合体，并得出结论提供了时间。”^[1]

当时提出的这个建议实际上落后于现实。计算机的应用已经势不可挡。20 世纪 80 年代见证了计算机化的加速过程。经过充分的深思熟虑之后，美国社会实现了计算机化。政府支持的公司和军事项目已经为此作了几十年的准备，它们是使用计算机的先行者，后来计算机才被广泛使用。美国领导人在第二次世界大战后马上制定了著名的马歇

[1] Herbert I. Schiller, *Who Knows: Information in the Age of the Fortune 500* (Norwood, N. J.: Ablex Publishing Corp., 1981).

尔计划，以否定欧洲人自身具有彻底复兴其经济的能力，就像这个计划一样，发展计算机和卫星(电信)对于维持美国工业优势和全球领先地位来说同样是一个卓有远见的开端。计算机化的起源向人们说明了一切。

自二战期间开始，半个世纪以来，美国军方已经从其天文数字般的预算中分流大量的研究和开发经费用于发展新的信息技术，特别是计算机的研究。

五角大楼的兴趣远非是学术性的。它实际上希望获得的回报是各种数据和信息的处理能力，以使美国军事机构与其世界各地的部署保持及时的、持续不断的联系，并监视世界范围内敌友国家的通信。五角大楼在研发上的支出流向了公司、政府以及大学的实验室，其中相当大的一部分用于电子学、计算机和人工智能的研究。这些投资带来了信息时代的产品。这些产品在很大程度上解释了美国在该领域早期的世界领先的优势地位。

战后美国商界和政界的领导人部分地达成了—个共识，即认为政府没有效率，所以必须到公司中寻求最高的效率，这种观点在里根—老布什时期几乎被提升到权威的、经典的地位。但是，具有讽刺意味的是，像信息社会这个所谓的高效率的象征也是依赖政府的投入才得以存在。

例如，道格拉斯·诺布尔详细分析了军方对以计算机为基础的教育的发展产生的巨大影响，以及两者的关系对青少年教育造成了怎样的后果。此外，他还提供了一些资料，这些资料说明“虽然计算机科学不是军事科学的一个分支，但是70%的学术研究是由国防部资助的”。^[1]

二战以后科学与技术的主要资助机构——(美国)海军研究室(ONR)、兰德公司、国家科学基金会(NSF)以及原子能委员会(AEC)无

[1] Douglas Noble, *The Classroom Arsenal: Military Research, Information Technology and Public Education* (London: Palmer Press, 1991), p. 283.

一不严重依赖军方的资助。

在 20 世纪 90 年代，军方资助开始收紧，因为随着“红色威胁”的消失，军事预算开始主要用于军事防御。这对于依赖政府（与军事一体）资金支持的信息和电子科学领域的未来研究来说前景不明，令人担忧。但是，使用信息的（information-using）经济基础仍然巍然不动，其效果显而易见。

新信息技术的主要使用者

新信息技术的狂热支持者和倡导者，特别是计算机专家已经把那些对新技术的用途提出质疑的人称作“技术恐惧者”，就像 19 世纪早期英格兰的机器捣毁者一样害怕新技术。但这并不是一个喜欢或讨厌新技术的问题，真正需要提出的问题是：谁是新技术的主要使用者以及他们使用新技术用来做什么？显然，这个议题与前面的问题密切相关，即这些新技术来自哪里？它们为什么获得如此慷慨大度的支持？

那么，谁是计算机、卫星以及相关设备的最大的使用者？不言而喻，军方、智能服务业对高速的全球通信设备感兴趣，并使用这些设备，除了它们，近年来这些新的数据处理和传输性能的主要受益者就是大企业。通过使用这些新技术，公司不仅可以在国内市场运作，而且同样可以在国际市场上运作。通过使用目前的尖端通信——价格不菲的服务，公司进行国际交易就像在国内一样容易。关于世界上任何一个生产地的数据都可以很快获得。资本能够以电子的方式从一个地方转移到另一个地方。哪里的劳动力便宜，全球公司就会到哪里雇佣劳动力，不管被它放弃的生产场地的工人所遭受的痛苦和为此付出的代价有多大。

毫不奇怪，目前，几千家大公司所占据的全球生产份额日益增加。这些公司中很大一部分仍然是美国的公司，尽管这个比重正在减少。

《财富》杂志根据其1990年排列的“全球500强”——世界上最大的工业企业名单指出，“在这个名单中，美国以167家企业榜上有名而列居各国之首。这个数字比日本、西德、加拿大三国公司的总和还要多……在全球500强的25种行业中，美国有14种行业排列在第一位。”尽管有这些信息作保证，《财富》杂志还指出，“尽管这些数字非常引人注目，但是美国的优势地位正在缓慢衰退。在1980年，在500强的前50位中，美国公司有23家，而日本公司只有5家。目前，这个数字演变为美国公司17家，日本公司10家”。^[1]

这些大企业在全球经济事务中所发挥的决定性作用已经使它们（少数例外）凌驾于世界上大多数国家的政府权威之上。例如，一些主要的美国大公司的国际资产负债表展现的情况与国内政府的完全不同。虽然几年来美国经济整体上一一直处于令人沮丧的贸易逆差状态，但是美国的跨国公司却保持非常好的运营状态，它们的账上总是有盈余，并且获取了丰厚的利润。

当这些跨国公司为获取最大利润率而在世界各地寻找低成本的生产场地（经济学家称之为“比较优势”）时，它们却在国内的总部留下了大量失业的工人、关闭的工厂，令人们失望。但是这些并不是资产负债表的项目，因此在计算跨国公司的效用时并不被考虑或者计算在内。

这样，在美国的全球公司保持非常良好的态势的同时，美国这个国家不仅失去了活力，并且其世界影响力也减弱了。事实上，直至目前，试图纠正这种逐渐加深的病态的最微小的举动都已经被公司及其政治代理人成功而有力地阻止了。公司及其代理人在美国国会和国家政治进程中具有举足轻重的地位，这是一种非常可怕的连环，将会毁掉美国的民主事业。

在当前这个已经建构起来的信息时代，几千家超级大公司通过使用

[1] “The Global 500: The World’s Biggest Industrial Corporation”, *Fortune*, July 30, 1990, p. 265.

最先进的信息技术无所顾忌地在全球范围内运营，这些公司不负责任的行为在国内造成的代价(包括物质成本和人力成本)促使美国的基本福利下降以及国际影响力削弱。曾经用来责问公司的政策和实践要求其负起责任的政治程序被阻塞了，国内的媒介—文化部门也自然地演变为公司运营的领域。

这些新的信息技术——电视、电缆以及通信卫星必定与计算机一样包括在内——已经使公司大举侵入国内的文化和舆论领域。

当然，我们不得不承认，自一个半世纪前的南北战争以来，美国的大企业在美国社会中虽然不拥有支配性的地位，但是却具有强大的影响力。今天，在新的通信设备的武装下，美国企业的强大影响力得到无法估量的加强。由于大公司是国家财富的主要积聚者，处于生产的核心，并且以最显著的位置出现在媒体或文化报道中，因此，其权威和资源是其他机构所无法企及的。

然而，在国内或国外使用新的信息技术满足自身利益需求之前，大企业已经大规模地接管了国内的传播机构。这种接管早在20世纪20年代无线电广播刚刚普及时就已经开始，在20世纪40年代末、50年代初电视出现以后进一步加剧，电子媒介大量地被企业机构、特别是“国内广告商”所使用。由于从无线电广播的早期开始，报纸、无线电广播和电视就大量地用于市场营销，因此，美国的信息机构也更加合理地被理解为销售机构了。

把尖端的通信设备以及辅助服务(如调查)广泛用于教导和说服消费者是发达资本主义最显著的特征，这种现象在美国非常盛行。大量的精力和财力被用于研究和创造消费者、制造实现这些目标的讯息和影像、尽可能多地占领人们(潜在消费者)的聚集地，这已经制造了一个带有浓厚商业色彩的社会环境。^[1]

[1] Herbert I. Schiller, *Culture Inc: The Corporate Takeover of Public Expression* (New York: Oxford, 1989).

迫切希望接触和影响消费者的努力渗透到所有的场所或场合。无论是在节目编排中，还是在商业广告中，无线电广播、电视和报纸都是最常用的传递销售信息的渠道。无论如何，这一进程都不会止步不前。例如，体育已经市场化了。被吸引观看大型职业体育比赛的大量观众是为了满足大广告商的需要而被动员和组织起来的。为常规体育赛事提供资金的是国内的电视网和有线电视公司，而后的收入来源是国内的广告商和大公司。这笔巨额资金的一小部分会到运动员手中，并引起了人们对一些运动员所得到的超常水平的薪金的批评，但对流入电视网和有线电视公司所有人腰包的大笔资金却避而不谈。敢于提及这一现象的体育作家非常少见，敢于批评为这些利润丰厚的企业提供支持的源泉——广告——的体育作家就更少了。

因此，几乎没有一个文化空间可以存在于商业网之外。以音乐会为例，无论是古典音乐还是流行音乐，都有公司赞助商。再如，街区义卖和城市马拉松赛都带着各种公司的标识。近来，美国最具声望的科学与文化机构——史密森学会正式宣布允许在其部分展览会上使用公司标识。与此相类似，1万多所中学已经允许在其教室中播放带有商业广告的电视节目。为这种破坏教育的行为提供的辩护理由貌似合理，即认为孩子在家中就已经收看广告了，因此，在教室里播放商业广告并不是一种违背原则的特别行为。

公司赞助商的傲慢与大胆令人震惊。例如，雷诺·纳贝斯科公司——一家大型食品公司——成功地将其生产的一种产品的广告赫然印在美国农业部的官方出版物上。菲利普·莫里斯公司——一家烟草公司——是各类艺术活动的主要赞助商，它在赞助各类重大的演出或展览的同时谨慎地推介自己的烟草产品。对于侵入美国人生活的方方面面的商业行为来说，似乎没有任何限制。民主党的保守派为研究其参加1992年全国大选的策略召开了一次会议，这次会议聚集了“来自全国50个州的800位代表，其中包括国会议员、州和地方官员、大公司的院外活动集团等等。包括美国电话电报公司(A. T. & T.)、雷诺·纳贝斯

科公司、菲利普·莫里斯公司在内的公司赞助商提供了从 300 美元到 25000 美元不等的赞助款来支付为期三天的会务开销。^[1]

目前，使公司消费信息和影像填满社会空间成为可能的设备和办法，往往被那些能够付得起使用费的人所使用或掌握。传播业（以及其他工业）在 20 世纪 70 年代开始出现解除管制的趋势，到 20 世纪 80 年代，这种趋势开始猛烈地得到推进，这一进程可以最恰当地理解为信息技术：已被人们选作用来提高公司利润的工具。^[2]各种新的信息技术脱离社会的监管，在国内外广泛用于商业目的，它们降低了通信的成本、提高了管理决策的灵活性，即生产和工作可以从一地转换到另一地，但却不承担任何责任。

我们很难夸大社会责任的重要性。在解除管制以前，大公司在传播领域也许已经为所欲为。但是社会责任这一原则以管理机构——例如，联邦通信委员会（FCC）——实际存在的形式获得公认，并成为制度。

虽然联邦通信委员会仍然设立在那里，但已经今非昔比，它已经放弃了其社会管理权。无限制的兼并和集团化、完全不顾广播电视为公众利益服务的长期责任、通信卫星机构的私有化以及大量其他措施已经使传播业在国内外的业务中具有了相当大的自由度。

这种发展造成的后果之一就是国家共同体演变为一个有组织的消费体，选民的政治意见被公司的观点所取代。从 20 世纪 60 年代末开始，最高法院的一系列判决对此采取了支持的态度，进入 80 年代以后依然如此，^[3]这样，所谓的“公司言论”作为受保护的表达在第一修正案的庇护下逐渐获得了合法地位。

在现有法律的支持下，公司使用大众媒介的权力得到了进一步加强，这种权力甚至强大到了似乎其本来就是如此的地步。美国电视业

[1] Gwen Ifill, "Democratic Group in Dispute over Goals", *New York Times*, May 7, 1991.

[2] Dan Schiller, *Telematics and Government* (Norwood, N. J.: Ablex Publishing Corp., 1982).

[3] See *First National Bank of Boston vs. Bellotti*, 1978.

多年来形成的经营方式，使得只有那些最具有经济实力的客户才能买得起针对家庭的电视广告时段。而最具有经济实力的客户实际上就是那些最大型的商业企业。因此，金钱统治与法律规定相辅相成的现象大行其道。

公司观点的国际化

公司的声音目前已经远远超越了各大洲的限制，就像公司的运营不再局限在国家范围内一样。通过与海外同行的合作，以其雄厚的经济实力为后盾，强大的美国公司在国际范围内获得了如同在美国国内一样的运营权力。相应地，20世纪70年代末在美国国内兴起的解除管制的浪潮波及到大洋彼岸，并很快成为英国撒切尔主义的主要观点之一。目前，解除管制已经在整个欧洲大陆盛行。这场运动在传播业部门尤其激烈。

就在不久以前，西欧的传播业还是国家专有的部门。但近几年来，接二连三地，在英国、法国、意大利、西班牙等国家，跨国公司以及国内公司的利益集团已经使国有广播公司和电话公司私有化和自由化（商业化）。

在类似的刺激下，拉丁美洲、亚洲和非洲也出现了不同程度的类似的转变。公司表达意见的自由、特别是发布销售信息的自由已经成为世界上大部分地区发生的共同变化。毫不意外的是，在作为公司表达自由的成功范例——公司支配的信息频道的鼓噪下，这些变化所带来的利润已经以压倒之势流向庞大的全球性公司。这些巨额利润已经使资本在世界范围的影响力获得难以抗拒的增长，与此同时，也削弱了资本的对立面——有组织的和无组织的工人运动。公司的媒介—文化影响力仍然得到了加强。

另外，20多年来还发生了一个惊人的变化。尽管在20世纪60年

代，文化帝国主义这个概念确切地是指美国的媒介和文化帝国主义，但是在 20 世纪 90 年代，这个术语或者说概念却发生了彻底的变化。25 年前，美国媒介产品在世界各地泛滥。在今天，美国流行文化的出口并没有减少。事实上，美国文化工业的产品流向国际市场的数量以及创造的利润比那时还高。

所不同的是这些产品的生产者已经发展为巨型的文化联合公司。这些集团公司涉足电影、电视制作、出版、音像、主题公园，甚至数据库。目前，它们提供的产品几乎相当于整个文化领域。这些产品被提供给国内乃至全球市场。实际上，全球市场日益被大型文化工业公司所操纵。消费主义不再是一种带有某种溢出效应的美国现象，它在欧洲、日本以及世界其他地区生根开花。

此外，文化集团公司目前并非为美国所独有。德国、日本、法国、巴西、英国以及其他国家对这些跨国公司的投资逐步增加。正因如此，所谓国际上最流行的、美国的文化风格和表现手法已经使自身实现了跨国化，服务于资本的意识形态和销售需求，不管这种资本来自何地。例如，《洛杉矶时报》曾经报道说，“欧洲电视变成了好莱坞。欧洲大陆上的新的商业广播网络招募美国的作家、制作人以及导演来制作或指导影视节目，其主要目的就是向美国出售节目。”

下面这个例子很好地说明了当前的美国文化对已经成为其工业竞争对手的欧洲国家产生了怎样的影响：

“欧洲人雇佣美国的制作人、导演、设计师和作家来帮他们沿着经过时间检验的路线培育市场……美国人知道怎样吸引和控制受众。这些人涌入巴黎和其他欧洲国家的首都。这种生意获益于好莱坞发明的恶作剧……他们教法国作家怎样按照美国人的方式来设计剧情，这就是在广告时段开始之前插入几个小高潮……当一鸣惊人的欧洲电视肥皂剧《里维埃拉》(*Riviera*) 在法国首次播出时，它完全是美国电视剧的风格——剧情、节奏和对话几乎直接照搬美国

的《达拉斯》(Dallas)或《圣·芭芭拉》(Santa Barbara)。”^[1]

在另一个半球,巴西的一位研究者也表达了类似的看法。他指出,巴西的电视节目是“美国文化产品的混合体,是加入调料的西方价值观、规范、行为方式以及社会关系模式的第三世界版”。他的结论与美国或欧洲学者的观点没有不同之处,他认为“绝大多数的巴西肥皂剧与其模仿的美国肥皂剧有着相同的目的,即推销产品”。^[2]

在跨国公司垄断市场的时代,推销产品是流行文化的首要任务。巴西电视节目的“本地”赞助商是人们熟悉的一些名字——可口可乐、大众汽车、通用汽车、利维斯公司等等。

所有这些陈述说明了一个事实,即跨国公司及其先锋——文化媒介部门——推动消费主义向全球范围推进。公司资本坚持完全拥有信息机构的使用权,以宣传商业讯息和意识形态,为此,公司资本要求并且成功地使一个又一个国家的传播部门(电话、电视、卫星以及计算机)私有化。例如,在法国,“电视广告支出从1985年到1990年增加了三倍”。但是与此同时,法国的商业利益集团仍然对此表示不满,他们认为,“最大的难题也许就是法国政府倾向于把电视看作是一种文化资产,而非商业机构。”^[3]显而易见,如果法国在文化领域要实现真正的、完全的集团化,就必须战胜这种过时的观点。

法国的这种难题从来就没有在美国出现过。尽管存在着不同的观点,但是美国的无线电广播和电视从一开始就是被看作、并作为创造利润的工具来使用的。欧洲国家也似乎正在着手攻克它们的“难题”。1990年,虽然欧洲的广告收入已经到达了一个前所未有的顶点,美国

[1] Rone Tempest, “Euro-TV in to Hollywood”, *Los Angeles Times*, July 11, 1991, p. A-1, Italics added.

[2] O. S. Oliveira, “Brazilian Soaps Outshine Hollywood: Is Cultural Imperialism Fading Out?” Paper presented at the meetings of the Deutsche Gesellschaft für Semiotik, Internationaler Kongress, Universität Passau, October 1990.

[3] Jacques Neher, “The Battle over French TV: Profits vs Culture”, *New York Times*, August 12, 1991, p. C-8.

的一家咨询公司，布兹—艾伦和汉密尔顿公司，信心十足地报告指出：“以普通家庭为单位计算，美国人花在收看电视广告上的时间是欧洲人的4倍。”因此，欧洲的潜力“巨大”。^[1]

过去的25年，特别是过去的10年以来发生的变化就是跨国资本主义的显著扩张及其对全球传播机构的攫取。这种行为以国家为基础，它自然是为了达到产品销售、企业运营以及操纵舆论的目的。美国的文化帝国主义并没有消亡，但是它不再能够准确地描述全球的文化环境。今天，这种看法更有意义，即带有浓厚的美国媒介风格的跨国公司文化成为核心力量，这种风格源自长期的营销经验和制作娱乐节目的技巧与实践。

公司在国际舞台上显著增加的活跃性和影响力也受到两个紧密相关的因素的影响，即前苏联体系的瓦解和低工业化国家的衰弱。在这两种情况下，发挥最主要作用的就是跨国公司媒介和文化的力量，而且这两种力量至今仍然在发挥作用。

销售信息的新领域：前苏联的势力范围

前苏联以及东欧的社会主义国家已经使其国家控制的经济体制全部转变为不成熟的、不同形式的资本主义。中国虽然仍然在政治上牢固控制，但也开始朝着相同的道路发展。

虽然北朝鲜、越南和古巴还暂时保持着国家社会主义，但就在不久以前，一个貌似强大并且可对抗资本主义的全球体系已经基本瓦解了。后二战时代的核心地缘政治特征——美国（西方）—苏联对抗已经不复存在。美国的传播政策与实践半个世纪以来的基本驱动

[1] Leigh Bruce, "Europeans Turn In to a New Wave of Television", *International Herald Tribune*, June 11, 1991, p. 1.

力消失了。因此，新信息技术的研发支持也失去了其早期所具有的合理性。

美国的商业文化和媒介价值观在以前苏联为首的社会主义国家取得成功的鲜活证据每一天都会出现。实际上，这种“胜利”的取得经历了很长时间。美国的消费主义思想宣传在破坏前国家社会主义的全球部门的过程中发挥了重大作用，这种观点并非夸大其词。它成功地超越了美国在冷战期间信息战的武士们的疯狂梦想。几年前还是难以想象的事在今天已经变得平常。至少在当前的后共产主义时期，美国对东欧以及俄罗斯的媒介—文化征服看上去没有受到任何限制。考虑以下内容：

- 1991年7月，《读者文摘》的俄文版在俄罗斯上市，首次发行50000册。第一版有H·诺曼·施瓦茨科夫将军——美国在海湾战争中的指挥官——的画像。^[1]在美国，《读者文摘》自20世纪20年代以来一直是独一无二的、宣传保守意识形态的成功报刊。
- 1991年9月，据报道，“目前在这座城市(莫斯科)中，电影院放映的大多数影片来自美国……正在上映的美国电影超过20部……(而且)忧伤的普希金雕像被淹没在可口可乐广告牌射出的霓虹灯光以及世界上最大的麦当劳餐厅的灯光中。”^[2]
- 同样是1991年9月，为期一天的具有西方流行音乐特色的摇滚音乐会在莫斯科举行，美国最大传媒集团公司——时代—华纳公司——为这场音乐会提供赞助。该公司的负责人们将这场音乐会描述为一场“民主和自由的庆祝会”。一个不容否认的自由就是它允许时代—华纳公司将该活动拍摄成为电影。时代—华

[1] *New York Times*, July 24, 1991, p. C-17.

[2] William E. Schmidt, "The Neon Revolution Lights Up Pushkin's World", *New York Times*, September 27, 1991.

纳公司计划在该公司下属的有线频道——HBO 家庭影院频道播放该片。^[1]

- 1992 年初，华纳兄弟国际电视发行公司总裁正式宣布该公司计划为俄罗斯电视观众播放美国黄金时间的电视节目。他预言，“这个市场（俄罗斯）还不是一个消费者的社会，但它即将成为 [消费者社会] ……我们最终将能够播放我们的产品。这是对未来的一项投资。”^[2]更有甚者，在 1992 年初，米哈伊尔·戈尔巴乔夫成为《纽约时报》的专栏作家，就他与教皇的友好关系撰写文章。与此同时，《纽约时报》每周的《新闻评论》也正式宣布将在莫斯科出版发行。^[3]

那些认为东欧被跨国公司广告客户忽视的人大可不必担心，据报道，在 1991 年秋，布拉格的有轨电车将“披上万宝路香烟和骆驼牌香烟的彩色包装。为了使电车看上去像是放在轮子上的巨大的金属香烟盒，此时此刻，电车表面的每一寸都被油漆过了”。^[4]这些外国的广告出现的时候正是烟草公司在美国——恰恰是消费广告的中心——面对高涨的批评声而采取守势的时期，其中包括来自普通的外科医生和美国医学会 (AMA) 的批评。^[5]

国家社会主义在东方的瓦解从多方面增强了跨国传媒公司的力量。其中最直接的就是它为媒介产品和服务提供了一个新的潜在的巨大市场。美国和西欧的电影、电视节目、唱片像带、流行时尚、广告以及公关期望着进入这些新的巨大市场——即使不能够马上进入，那么在今

[1] William Schmidt, "Heavy-Metal Group Shakes Moscow", *New York Times*, September 29, 1991, p. 3.

[2] Bernard Weinraub, "Ready for Prime Time in Moscow", *New York Times*, January 22, 1992, p. C-1.

[3] *New York Times*, February 17, 1992, p. C-5.

[4] Ariane Geinraub, "Freedom Brings a Free-For-All", *Financial Times*, September 4, 1991, p. 8.

[5] "Top Health Official Demands Abolition of 'Joe Camel' Ads", *New York Times*, March 10, 1992, p. 1.

后的几年中也要进入。这种市场对于一个以出口为中心的工业部门来说将是受欢迎的促进因素。

美国电影、电视和音乐的品位和风格(对此将在下文详细论述)使得这些流行文化产品对于那些前社会主义国家的受众来说几乎无法抗拒,其他国家的受众也是如此。

对美国文化产品的狂热接受也扩展到信息和知识领域。在过去,从新闻报道到媒介内容,西方的标准和价值观都遭到尖锐的批判,而今天,人们却不加区别地、自愿地,甚至是如饥似渴地接受西方和美国的各种文化、法律和经济的观点。无论这种行为最终会使这些国家付出多么高昂的社会代价,在美国,这种行为进一步强化了居支配地位的公司管理阶层已经存在的自满及其原有的观点。这些就是弥漫在美国舆论制造机关中的观点。

在海湾战争结束后的一段时期里,美国国内对媒介—文化公司及其产品的批判还是比较激烈的,但是它并不能对公司已经确立起来的权力构成威胁。当幼稚的狂热和历史健忘症出现在东欧、俄罗斯以及其他前社会主义国家,并使这些国家的人们不假思索地接受美国的媒介产品、信息和意识形态时,美国国内的这种批判所承受的压力更大了。当然,凡事都有两面,“邪恶帝国”的终结使得美国国内的保守分子更加难以把每一个社会动议都指责为颠覆政府。

此外,“苏联威胁”的结束(布什总统在1992年1月的国情咨文中宣布“我们赢得了冷战”)给美国官方的传播机构提出了一些新的难题。美国和西方的商业传媒业巨人纷纷开始在这些过去无法进入的地区分割市场和投资,然而,美国政府的官方信息服务机构的命运却茫然未知。没有了公认的“敌人”,“美国之音”、“自由广播电台”、“自由欧洲广播电台”的功能开始变得不确定。要为这些机构的存在找到合理的理由需要巨大的想象力。

例如,“自由欧洲广播电台”认为它以后将“广播关于民主和自由市场经济的初级知识”。对于这些广播机构来说,另一个建议就是实

施“意识领域的马歇尔计划”——针对东欧国家的一揽子教育节目。^[1]

冷战时期的广播电台在竭力维持其机构、行使其职能的过程中提出了一个更具野心的提议，即创建“自由中国广播电台”。在起步阶段，这家电台将“向中国听众播送他们本国的新闻”或者至少是电台负责人精心挑选的关于这个国家的重要内容。^[2]

实际上，这些美国政府和中央情报局的宣传机构对于消灭共产主义所发挥的作用到底有多大是很难确定的，因为对其效率的评估很大程度上来自它们自身。一个更有力的评论就是建议削减这些机构以节约资金，因为“泰德·特纳(美国有线新闻网的创始人——译者)无论如何都比它们做得更好”。^[3]

商业媒介的效率评价则另有内情。在以貌似客观和非意识形态的方式完成其日常任务的过程中，他们对各地的受众的影响效果却已经非常好了。在后冷战时期，以专门为满足市场目标而制作的节目覆盖前社会主义国家的受众，有望成为众多媒介机构一致努力的事业。

后冷战时期的低工业化国家

如果说曾经作为反对美国文化统治的强大对手的消亡并没有在美国国内为各种不同的观点留下多少空间(虽然它也消除了反共分子唾手可得的攻击借口)，那么它对亚洲、非洲以及拉丁美洲的大部分国家的影响却几乎是一场灾难。在1969年，当《大众传播与美利坚帝国》第一次出版时，第三世界国家对美国文化(和经济)支配的反抗达到了顶峰。

[1] William E. Schmidt, "After the Cold War, Different Times, Different Stations", *New York Times*, November 24, 1991, p. E-5.

[2] George Lardner, Jr., "Create 'Radio Free China'. Hill Is Urged", *Washington Post*, 1991, p. A-24.

[3] John W. Sewell, "Where to Find a Quick \$ 6 Billion", *Los Angeles Times*, January 21, 1992, p. B-7.

在当时，亚非拉地区的人民和国家领导人仍然深刻地感受到和经历着殖民主义的压迫，他们仍然坚持不懈地开展争取解放的斗争。其中，在阿尔及利亚、安哥拉、古巴以及其他一些国家，争取独立的军事斗争刚刚结束。这些国家的领导人一直经受着猛烈的反击战的考验。

这些国家及其领导人不愿意在经济、政治或文化上继续处于从属地位。他们的激情与思想来源于弗朗茨·法农(Franz Fanon)、艾米尔加·卡布拉尔(Amilcar Cabral)、切·格瓦拉、毛泽东和恩克鲁玛(Nkrumah)。此外，这些国家独立初期的阶级划分还不是很严格。在很多情况下，解放斗争结束以后，发展经济、促进平等、自主地支配国内资源成为人们的强烈愿望，阶级利益并没有强大到取而代之的地步。

正是在国内外社会激进主义非常活跃的这个相对动荡的时期，非洲、亚洲和拉丁美洲国家开展的不结盟运动提出了重建全球经济(呼吁建立国际经济新秩序)和建设民主化的、共同参与的信息环境(国际信息新秩序)的要求。

联合国教科文组织自1946年成立以来一直被美国操纵。但是在一段很短的时间内，它还是成为其新的、富有战斗精神的第三世界成员国表达观点的论坛。^[1] 20世纪70年代，联合国教科文组织召开多次会议，并制定决议支持改变全球经济和文化环境以更多地保护在殖民地时期被长期剥削的拉丁美洲国家的利益。与此同时，不结盟运动在联合国教科文组织以外的论坛上提出了更加激烈的观点，以提升这些议题在国际议程中的重要地位。

第三世界国家重建全球信息环境的努力最终引起联合国教科文组织专门研究传播问题的麦克布赖德委员会(Mcbride Commission)的重视。该委员会的报告《多种声音，一个世界》(Many Voices, One World,

[1] William Preston, Jr., Edward Herman, and Herbert I. Schiller, *Hope and Folly: The U.S. and UNESCO, 1945—1985* (Minneapolis, University of Minnesota Press, 1989). See also Herbert Schiller, *Communication and Cultural Domination* (Armonk N. Y.: M. E. Sharpe, 1976).

1980)概括了20世纪60年代末以来的各种讨论所涉及的一些主题：跨国传媒集团的权力；媒介产品和信息从纽约、洛杉矶、华盛顿、伦敦以及巴黎向世界上其他地方的单向流动；信息流动过于商业化；面对西方文化的大量涌入，保护民族国家文化自主权的必要性。

同时，麦克布赖德委员会(以其主席的名字命名，肖恩·麦克布赖德——拥护爱尔兰独立的传奇战士)开始从法律上认可不结盟国家遭受的信息和媒介的不平等的事实，着手把这些议题提升到比较高的层面以引起国际社会的关注，并希望采取相应的行动。

回顾过去不难发现，这个委员会正是在第三世界国家反对不均衡的全球信息环境的斗争达到顶峰的时候建立的，尽管当时它似乎甚至反对西方国家，但它只不过是西方国家领导者再熟悉不过的策略而已，而且，设立研究问题的机构一直是为了拖延采取措施而采取的一个经得起时间考验的方法。

虽然美国只是勉强地参加了麦克布赖德委员会的工作，并且尖锐地批评其工作及其研究结论，但是美国却从该委员会的一些冗长的听证会上获得了好处。这个委员会为西方国家提供了几年时间的喘息机会，在此期间，西方国家为从多方面围攻联合国教科文组织、特别是那些激进的反对国做好了准备。在随后的几年中，美国及其少数几个强大的盟友使用武力征服、政治操纵、西方的舆论影响以及拒绝提供急需的紧急援助等方式来反对第三世界国家改变自身经济和文化现状的努力，尽管这种努力本质上是不解决实际问题的。

美国与西方国家对国际信息新秩序及其支持者的攻击

试图建立不同社会秩序的国家没有一个不受到军队的干涉。无论进行何种有限的社会实验，武装力量的威胁都为其创造了难以应对的境况。这种威胁会具体化为军事行动，在那些最初反对西方市场体制的

国家的内部，其反对力量获得了与美国最高政治阶层保持联系的秘密集团的资金支持和武力支持。正因如此，安哥拉、莫桑比克被获得美国支持的军队变为废墟；越南和柬埔寨遭到美国军队的侵略。经历了几年的战火洗礼，这些国家给人们留下的只是精神创伤和断壁残垣。在美国支持下，一批流亡者在猪湾登陆入侵古巴。在古巴击退了这次猛烈的攻击之后，这个国家被美国实施贸易禁运和封锁长达30年之久。在尼加拉瓜，欢呼雀跃的桑地诺的支持者们很快就发现他们必须与反对派的军队进行斗争，这支军队是由处于里根政府核心的一个非法的内部右翼派系组织和支持的。发生在其他国家的行动同样具有破坏性，并有效地减少了建立与跨国公司不一致的社会制度的可能性。

如何把这种全球性的反革命攻击呈现给美国公众和世界人民，并证明其合法性的方式，详尽地说明了：半个世纪以来，美国的信息机器已经发挥了明确的信息控制作用。

利用经济杠杆来对付那些不充分重视资本的第三世界国家这一手段虽然是看不见的，但同样给这些国家造成了损失。与前苏联从1917年的布尔什维克革命时期开始所遭受的待遇一样，那些竭力使自身脱离世界市场体制的亚非拉国家被剥夺了获得迫切需要的贷款和资金援助的权利，因为这些贷款和资金只能由主要的西方金融中心提供。

例如，在1971年，智利的民主社会主义政府——萨尔瓦多·阿连德政府——向国际金融机构申请少量贷款以帮助其发展经济。但这个请求被拒绝了。两年后，在一场政变中阿连德遭刺杀身亡，智利政府被颠覆，而这次政变即使没有获得美国政府的积极支持，也是在其许可下进行的。

对于那些寻求援助的国家来说，**不带有附加条件地获得资助是不可能的。**显而易见，西方国家的领导者坚定地希望那些被他们视为反抗者的国家陷入更加悲惨的境地，希望他们作为经济禁运和军事打击的牺牲品而一贫如洗。

在媒介—信息领域，美国反对第三世界的活动同样强硬和残酷。

在这里，努力的方向主要是西方国家的公共舆论。西方国家公共舆论的目标就是用西方人的观点与联合国教科文组织——一个公开讨论传播与文化问题的国际论坛——相对抗。

一场声势浩大的运动在居支配地位的西方媒体，主要是在报刊上开展起来，这是因为传播与文化问题很难以电视节目的形式加以表达。开展这场运动的目标就是要说服公众舆论相信，不结盟国家对信息平等以及保护其民族文化自主权免受西方商业媒介产品影响的要求与极权主义的纲领很难区分。国家捍卫民族电影、电视、出版业的种种努力被描述为审查行为。根据西方国家的解释，国家支持不成熟的、遭遇发展困境的文化和信息活动是对自由的限制。

实际上，这些主张是国内解除对信息机构管制的观点的延伸。由于认为这种监管否定或者限制了自由，政府对广播电视业和电信业的监管遭到致命的抨击。

西方媒体在强调这些主题时表现出的态度惊人地一致。具有讽刺意味的是，这一点恰恰证明了对西方信息体系的谴责。西方信息体系是成功实施信息控制的典范，因为，它使美国人民相信世界上的大多数国家都希望对媒介采取这样或那样形式的审查。为此，人们惟一可能得出的结论就是：我们作为美国人，并拥有我们这样的传媒体系是多么幸运的事。千万不要忘记的是美国人幸运地享有“自由的”新闻业。非常明确，自由的新闻业的一个要素就是媒体私有。按照这种说法，如果没有私人拥有的报纸、广播电台或电视台以及其他媒体，就没有新闻业的自由。

这种观点曾经是美国所谓的拥有自由新闻业的自由社会的最重要的特征。它也被用于贬低和诋毁不给媒介私人所有权提供优先的其他规定。媒体所有人和经理们毫不怀疑这种观点的绝对可靠性，并且毫不犹豫地在其私人所有的电台上传播这种观点，不考虑任何利益冲突。

美国政府不仅要使用这种观点教育美国人民，还要使其他国家的人民也接受这种观点。然而，事实上，这正是以美国为首的西方国家攻击

联合国教科文组织的目标，这种攻击从20世纪70年代末开始，在20世纪80年代里根政府上台以后已经发展成为一场讨伐运动。

联合国教科文组织作为公认的探讨传播与文化问题的论坛，成为那些决心维持信息与媒介领域现状并且支持它们的机构安排的国家攻击的理想靶子。联合国教科文组织是联合国的相关机构中最薄弱的，因此，它容易屈从于最大的资金支持者的压力。

在经历了几年的缓和期后——在这期间，西方媒体从未放弃对联合国教科文组织工作中一些所谓的不当做法的关注（其中最惊人的就是该组织提出的颁发新闻记者许可证这个错误的主张），西方公共舆论已经准备好对该组织实施致命一击，它随着美国决定退出联合国教科文组织而降临。美国于1983年底宣布退出联合国教科文组织，并于1984年正式施行。

随着美国退出联合国教科文组织，该组织失去了重要的一部分资金支持，其活动受到严重的限制。同时，以联合国教科文组织作为例子向其他国际组织、国家集团以及个别国家提出了警告——要么听话、合作，要么准备遭受经济制裁，甚至可能的军事报复。自始至终，西方媒体实施的这种单方面的压制行为被其看作是捍卫自由言论的原则。^[1]

对联合国教科文组织的攻击可以广义地理解为相当于个别第三世界国家因实施的政策没有征得美国政府的同意而招来的侵略。从短期来看，至少到目前为止，美国的努力没有白费。遭受威吓、并被削弱的联合国教科文组织已经完全顺从了西方传媒集团的利益。该组织的前任总干事阿马杜·姆博(Amadou M'Bow)是塞内加尔人，由于被指责过于从第三世界的立场出发而被一个保守的西欧人所取代。此外，该组织还将所有关于国际信息新秩序的内容从其计划和报告中删除。当时

[1] William Preston, Jr., Edward Herman, and Herbert I. Schiller, *Hope and Folly: The U. S. and UNESCO, 1945—1985* (Minneapolis, University of Minnesota Press, 1989). See also Herbert Schiller, *Communication and Cultural Domination* (Armonk, N. Y.: M. E. Sharpe, 1976).

的主要传播问题也不再出现在其议事日程中。“信息自由流动”原则作为西方传媒集团的产品和服务在全球无限制流动的规范表述，再一次被庄严载入联合国教科文组织的文件中，并成为其指导方针。

美国的那些曾经大声叫喊着要求惩办联合国教科文组织(因为该组织公开地违规,即政治化——允许第三世界成员国表达其政治主张)的组织和个人现在得到了抚慰。事实上,其中的一些人强烈要求美国重返联合国教科文组织。美国之所以还没有重返该组织是因为美国的右翼势力仍然对联合国教科文组织心存顾虑。布什政府认为这是让其大部分政治支持者保持安静需要付出的小代价。因此,美国继续拒绝向联合国支付大笔资金,并仍然不参加联合国教科文组织。美国拖欠联合国的会费在1991年11月已经达到近5亿美元。^[1]具有讽刺意味的是,美国政府对其政策发挥的效力感到满意。美国虽然没有支付应有的费用,却在该组织中为所欲为。在回答美国是否打算重返联合国教科文组织这个提问时,美国国务院的一位官员指出:“加入该组织的会费是每年5000万美元,这在今天是一笔大数目……我们还没有发现不参加联合国教科文组织会有多大坏处。”^[2]

作为里根时代的基本特征,美国的单边主义和敌视国际组织的态度决不会消失。然而,一些国际机构,特别是联合国已经向美国的国家政策(特别是美国在海湾战争中实施的政策)提供了必要的外交和公共舆论便利。布什政府用贿赂和施压的手段迅速组织起来的波斯湾“联盟”给这场侵略战争披上了国际主义的外衣,否则,这场战争不可能发动起来。^[3]

第三世界在信息与经济领域向美国以及西方国家的支配地位发起的挑

[1] Paul Lewis, "U.N. Asks Billion for Peacekeeper Fund", *New York Times*, November 25, 1991, p. A-3.

[2] Roger Cohen, "UNESCO Comes Knocking, Seeking U. S. Help", *New York Times*, March 1, 1992.

[3] Richard Falk, "Twisting the UN Charter to United States' Ends", in *Triumph of the Image*, Mowlana, Gerbner, and Schiller, eds.

战被暂时击退。实际上,令人震惊的是,除了少数几个国家外,大部分亚非拉国家已经向全球市场经济投降,所受的束缚令人震惊。《纽约时报》的一篇报道狂热地描述了这一变化。该文指出,“那些曾经以经济国家主义为骄傲的国家现在正努力与其他国家建立更加密切的联系。”

为什么发生这样的事情?对此该文解释说:“许多发展中国家出现了一种新的现实主义,其中大部分观点源于对这些国家过去几十年来所经受的苦难的反思。”^[1]在这些文字里丝毫没有提及这些苦难是什么和这些苦难是谁强加给他们的。武装干涉和金融钳制是两个强有力的操纵因素。

另一篇关于第三世界国家发展的报道同样狂热。《商业周刊》的一篇题为《全球的私有化浪潮》的文章指出,“从火地岛到格兰德河,从东德到(前)苏联,本世纪的销售业务忽然迅速开展,私有化将成为出席在曼谷举行的世界银行和国际货币基金组织年会(1991年10月15—17日)的各国银行家们讨论的主要话题。”^[2]

第三世界国家的传播业的基础已经私有化,或者变成跨国公司,或者变成与跨国资本合作的国内公司。曾经对抗西方资本主义(现在也包括日本的跨国公司)的前苏联一极的消亡使得亚非拉国家几乎没有力量来对抗全球掠夺者的要求和掠夺以保卫自身。萨米尔·阿明认为这些地区迟早会发生革命性的巨变^[3],因为用于维护近期全球秩序的金融与信息力量的联合体(不能忽视军队)将不会被轻易地征服。

在不结盟运动的影响力达到顶峰时,不结盟国家的会议很少被西方媒体报道。即使在西方的报纸上被提及,不管有多少重要的第三世界国家的政治文化领导人出席,关于这个集会的报道最多也就几行字而

[1] Sylvia Nasar, “Third World Embracing Reforms to Encourage Economic Growth”, *New York Times*, July 8, 1991, p. A-1.

[2] “The Global Rush to Privatize”, *Business Week*, October 21, 1991, pp. 49—56.

[3] Samir Amin, “The Future of Socialism”, *Monthly Review* 42, no. 3 (1990): 10—29.

已。与此形成鲜明的对比，西方媒体对少数几个西方国家政治人物的日常聚会通常也会给予完整的报道。

在1992年，随着不结盟运动走入低谷，《洛杉矶时报》报道了这场运动所遇到的难题，并以一种满意的语气指出，“美国及其盟国的优势已经提出了一些艰难的选择。”该文引用了阿尔及利亚外交部长的充满懊悔的评论：“肉眼都能看得见，他们（以美国为首的西方国家）的优越性是一个事实。”^[1]

展望未来

在1992年1月底，乔治·布什总统向美国国会提交了他的年度国情报告。除了其他要点，他还以平淡的口气宣布：“上帝保佑，美国赢得了冷战。”^[2]

虽然这个胜利的断言也许是准确的，但是关于21世纪美国权力的预言却不令人乐观。虽然仍然拥有相当大的军事力量——在1991年底，“美国有375个驻海外军事基地，在世界各地的驻军超过50万”^[3]，但是如果仅仅依靠军事力量，很难确保美国仍然保持其不久以前在世界范围内所处的毋庸置疑的支配地位。

俄罗斯现在可能成为美国公司的主要竞争目标，这片辽阔的疆域在早期曾经是前苏联最重要的地区。但是，美国国内的危机阻止了美国公司攫取这个地区富饶资源的行动。这并不是说美国公司，特别是那些石油巨头完全忽视了这个通过迅速果断的行动就可以获得的经济馈赠。但是，对俄罗斯的接管范围仍然是相当有限的。

[1] Nick B. Williams, Jr., “Nonaligned Alliance Runs oil Empty”, *Los Angeles Times*, February 11, 1992, p. H-2.

[2] *New York Times*, January 29, 1992, p. A-14.

[3] Joel Brinkley, “U. S. Looking for New Path as Superpower Conflict Ends”, *New York Times*, February 2, 1992, p. 1A.

基于自身的原因，美国前总统理查德·M·尼克松斥责布什政府在这件事上的立场，他认为，美国政府失去了一个历史机遇。用尼克松的话说，美国政府没有对俄罗斯民主提供足够的支持。^[1]

布什总统以少有的坦率态度承认了这一点，并解释了困难的原因：“我们生活在一个资源紧张的时代，缺少足够的资金。一直以来我们的支出过多。虽然我本人的确愿意做那件事，但是我不能全权处理这件事。”^[2]

美国经济力量的衰退对此负有责任吗？布什所作的承认也许是美国政府为数不多的几次讲真话（虽然不情愿）的场合之一。当然我们有必要记住，美国经济机器仍拥有强大的引擎，尽管这个引擎有些不稳定。虽然美国的经济正在衰退，但接近6万亿美元的经济不能不说是世界经济中的一股巨大力量。

与这种状态相关的两个要素严重依赖于信息和解释。第一个要素仍然是令人吃惊的制度力量的因素，即美国企业的所有人与经理人不合理地坚持主张无条件地享有不受约束的自由决策权。这个要素优先于所有其他方面的要素，无论是国家的、社会的还是个人的。不容否认，这种坚决主张有时可以积极促进经济的增长。在19世纪末美国的实力处于上升的时期以及在二战结束以后美国成为国际舞台上真正的独一无二的强国的时期，这个主张虽然具有相当大的社会成本，但肯定是一种成功的模式。当越来越强大的其他工业竞争对手强烈要求扩大其在全球市场上的份额时，这种主张无论是在理论上，还是在实践上都不再奏效。然而，它继续在美国的政治话语中居支配地位。

第二个要素与第一个要素密切相关，它就是作为个体行为的主要动力的利己原则。由于这两个原则深深地植根于美国的民族意识中，美

[1] Thomas L. Friedman, "Nixon Scoffs at Level of Support for Russian Democracy by Bush", *New York Times*, March 10, 1992, p. 1.

[2] Thomas L. Friedman, "Bush Cites Limits on Aid to Russia", *New York Times*, March 12, 1992, p. A-1.

国资本主义已经实现了对其全体国民的长期的意识形态控制，并在全球获得了主导地位。但是，目前这些强大的行为组织者有可能导致系统性的机能不良，因为他们阻碍了基本的制度重建，许多研究美国问题的有思想的观察家们认为这种重建非常必要。^[1]换句话说，如果社会和经济结构的分拆终止，更不用说倒退，那么，这种重建势在必行。

此外，进行社会革新的要求从一开始就遭到一个经济部门——媒介——文化部门的阻挠。这个部门并没有衰落，相反，它比以前更加兴盛。也许是人们夸大了这个部门的活力，因为今天的媒介企业，特别是报业和电视业正面临着太多的困难。虽然其中一些难题将会找到解决办法，但是，总体上，美国的文化工业并不能与底特律的汽车工业相提并论。

电影、电视节目、音乐唱片的制作人正坚持不懈地提高吸引和操纵观众和听众的能力，尽管他们的这种能力已经令人震惊。一个全新的分支行业——特技效果行业——已经形成。特技效果创造了新的声音、新的影像、新的情感和心灵的震撼。特技效果行业已经成为文化工业的一个必要的组成部分，因为它充当了如今这种结构下的整个经济的一个关键的推进剂。

特技效果应用的大幅度增加说明市场需求无法得到满足。由于所有媒介都主要被用来吸引和控制受众对销售信息的注意，生产新的、与众不同的、难以抗拒的感官刺激的疯狂渴望由此产生。那些特技效果行业卓越地完成了其商业使命。其高品质的作品在很大程度上有助于居支配地位的意识形态的维持和渗透。以其独有的方式——分散受众注意力、为受众提供消遣、减少受众的理性思考等，特技效果行业有助于预先干预迫切需要的有关经济和社会发展方向的全国性对话。但是有必要指出，所有这些方式都是在无意中运用的。市场营销发明和使用这些技巧来卖商品。如果从根本上仔细思考，这些伴生的效果可

[1] See, for example, Jacques Attali, *Millenium* (New York: Random House, 1991).

以看作是后现代的特征。

这种状况并不限于国内。美国电影、电视节目、音乐以及其他文化产品在世界范围的传播已经在能够收听或观看到它们的地方成功地提高了刺激水平，与此同时，在当地的的文化生产中创造出对类似品质产品的渴望与需求。这样，美国的流行文化已经为其产品注入了新的成分——各种特技效果的刺激，虽然它当初为了拓展海外市场曾经以低于成本的价格“倾销”产品。

然而，特技效果的生产成本高昂，与其他国家的产品价格相比，美国制作的电影和电视节目的价格可谓天价。因此，在国外市场，美国的媒介产品不再像以前那样发横财了。在20世纪90年代，为了支付昂贵的生产成本，国外市场已经变得必不可少。

这样，美国的媒介—文化部门的产品虽然不再是国际市场的唯一来源，但仍然是主要来源，它对世界各地受众的行为和价值观都产生了相应的影响。由于这类产品的首要目标就是宣扬、推进和销售消费主义，因此，它成为跨国商业组织扩张的理想工具。这类原产地为美国的产品说明了其风格和产品的价值标准。然而其使用不再仅限于美国的跨国公司。目前它已经成为所有跨国公司的通用的原材料。索尼、西门子、飞利浦、雀巢(日本、德国、荷兰和瑞士的公司)等等都需要用电视将其销售讯息传播给世界各地的观众。

目前有一种奇怪的现象。除了单一的美国工业企业因国外竞争而遭到淘汰外，美国人拥有的媒介企业也正在被外国企业竞争对手所收购。例如，荷兰的跨国巨头飞利浦公司购买了时代—华纳公司的子公司惠特尔特传媒的股权，时代—华纳的另一个大型子公司也被日本大型电器公司——东芝和伊藤所兼并。美国主要的电影制作公司、图书出版公司以及广告代理公司也被以类似的方式收购。

在大多数情况下，这种被收购的公司并不是因为效益欠佳。它们是有活力的、成功的跨国企业。出卖所有权反映了美国整体的经济状况正在衰退，但并非其媒介—文化工业部门正在衰退。老实说，这个

部门一直比其他部门做得好。其产品具有广泛的全球需求，其管理和创作人才同样是成功的。

当日本的电子集团公司松下电器在1990年买下好莱坞的“巨头”之一——MCA环球电影公司时，它特别重视保留美国的创作和管理人才。索尼公司在收购美国媒介公司的早期也采取类似的做法。日本、德国和其他购买美国文化工业公司的国家意识到人才和能力的重要性。它们也愿意为此付出代价。

因此，过去在世界范围内无人可与之竞争的、居支配地位的美国文化公司目前在其所有权上已经越来越跨国化。然而，新的领导者们仍然保持着美国文化产品的特点和形式，因为美国的文化产品已经证明了自身具有卓越的能力来完成任务——煽情以及获取受众注意。

好莱坞充分地记录了这种能力。《洛杉矶时报》的一个记者这样评价美国的出口媒介产品：

“虽然美国的政治力量也许正在减弱，却没有任何迹象表明美国在欧洲的文化影响力正在减弱。‘一般意义上讲，美国在法国的(文化)影响力从来没有像今天这么强大过，’莫伊西博士(位于巴黎的法国国际关系学院副院长)指出，‘汉堡王已经作为我们文化的一部分而被人们所接受。’类似的景象也出现在世界各地。德国的邮购公司为五花八门的美国商品做广告——从洛杉矶湖人拉拉队的帽子到孩子们用的布满星星的午饭盒子。德国电视二台(ZDF)节目购买人曼弗雷德·许茨说，他们购买的美国电视节目的数量正在下降，但是美国电影的数量却仍然维持在较高水平，占到其购买量的75%。德国惟一具有全球影响力的摇滚乐团蝎子乐团用英语演出，并且完全是美国硬摇滚和重金属摇滚乐的风格。”^[1]

[1] Tyler Marshall, "Bye-Bye American Pie- and Troops and Power", *Los Angeles Times*, February 4, 1992, p. H-2.

然而，美国文化—信息产品在全球所享有的地位并非仅仅由于其产品所具有的出色技巧。美国文化—信息产品还得到其使用的语言的大力支持，因为英语在今天已经成为国际对话的通用语言。一位学者这样指出，“英语似乎进入了一个自我发展为全球通用语言的时期，将所有超民族的语言和许多民族语言连接在一个交流互依（communicative interdependence）的网络中，这一网络构成了正在浮现的世界语言体系。”^[1]

虽然很多因素已经说明了这种现象，但是它对英美的信息和影像出口所产生的影响却是无法估量的。例如，一项对非美国的数学杂志的大型抽样研究表明，在1970、1975、1980和1985年期间发表的论文是32000篇，用英语撰写的论文数量占优势，所占比重从1970年52%上升到1985年的65%。与此同时，用法语撰写的论文比重从17%下降到10%，用德语撰写的论文比重从13%下降到7%，用俄语撰写的论文比重从13%上升至16%（这种上升发生在改革重组之前，很难想象在那之后这一比重不会下降。）

就法国这个国家而言，更令人吃惊的是，法国巴黎的巴斯德学院1989年出版的三本杂志决定将其杂志名字由法语改为英语，正如一位作家所评价的，这种行为是“语言的丧失”。^[2]

科技信息研究所所长尤金·加菲尔德提供的证据进一步揭示了类似的趋势。他在1983年指出，在122个第三世界国家公开发表的科技论文中，用英语撰写的比重大得惊人。这个比重从1973年的85%增至1981年的92%。^[3]

英语成为世界科技语言，但这种优势并不是人们普遍认可该语言具

[1] Abram de Swaan, "Notes on the Emerging Global Language System: Regional, National and Supranational", *Media, Culture and Society* 13 (1991), pp. 309—323.

[2] Virgil Diodato, "The Use of English Language in Non-U.S. Science Journals: A Case Study of Mathematics Publications, 1970—1985", *Library and Information Science Research* 12 (October-December 1990), New York.

[3] Eugene Garfield, "Mapping Science in the Third World", *Science and Public Policy* 10, no. 3 (June 1983).

有优越性或中立性的结果，而主要是美国军方在二战以后的巨额开支所造成的后果，即通过投资设立科研机构来扩大美国在军事、科技和金融领域的势力。（英语的这种优势地位也受益于20世纪初英帝国在全球的统治，英语由此得以被输送到亚洲、非洲以及中东地区。）

几乎毫不奇怪，近几十年来的大部分科技文献是以英语的形式出版的。在1945年到1990年之间，美国军方提供资金支持的科研机构取得的大量成果正是美国科技数据库的来源，这些数据库目前在全球范围被广泛使用。一位作者这样总结说：“从某种角度看，冷战对科学研究来说是一件最好不过的事情……自从1955年开始，美国政府用于核武器以及其他武器研发上的资金已经超过了1万亿美元。”^[1]

与此同时，美国媒介产品在这个时期席卷了整个世界，并且继续大量涌入世界各地，这进一步推动了英语在世界范围的使用。

为了紧跟科技、管理、军事以及文化的发展，**并能够参与对话（即在其中扮演从属的角色）**，提高使用英语的熟练程度已经成为世界各国专业人员、政府官员、科技工作者以及商业人士不容推卸的责任。

然而，英语的这种发展绝不代表着向参与的、共享的、公正无私的世界共同语言的发展。倘若目前民族国家内部以及国家之间存在的政治经济不平等保持不变，那么，英语就会变成一种渠道，通过这一渠道将霸权主义国家的模式、观点以及价值观不知不觉地传递给接受它的国家、群体和个人。^[2]

进一步扩大英语这一优势语言赋予世界商业、教育和文化事业的基本好处的是，过去二十多年间计算机应用的迅速发展。建立汇集各类专业领域和学科——包括医学、生物学、化学、人文科学以及社会科学——大量数据资料的电子数据库，只有靠计算化才有可能实现。

[1] William J. Broad, "Swords Have Been Sheathed But Plowshares Lack Design", *New York Times*, February 5, 1992, p. A-1.

[2] Herbert I. Schiller, "La Langue de la Science et la science de la domination", *Enjeux*, edition AFNOR, No. 40 (October 1983), Paris, pp. 39-41.

除了付费才可以大量地、即时地使用的丰富数据以外，大部分数据还有一些不易发现的、但非常重要的特征。这些就是被用来组织、分类和描述数据的选择者。这些选择者不可避免地要受到那些花费大量精力收集数据的人的居统治地位的社会实践与信仰的制约——不管有没有意识到这一点。这些数据选择者和组织者的重要假设、他们认为哪些重要、哪些不重要的观点、他们的选择在识别、组织和分类材料过程中总是有所体现，但很少是完全直截了当的。

这并不是说数据库通常是不可信的或者是被人有意处理过的。这只是为了说明数据库的建立及其特征或多或少受到潜在的结构力量的影响，而这种影响往往在不知不觉中发挥作用。

在评价电子时代的信息控制问题时，要对一个难以捉摸的要素给予充分的重视显然是件复杂的事情。但如果认为它不重要可以置之不理，那就是有勇无谋了。无论如何，在1990年，美国建立的数据库占世界数据库总量的70%（美国建立了3982个数据库，世界其他国家总共建立了1707个数据库）。^[1]

这些数据库的美国所有者向国外出售信息服务的收入在1990年就已经达到90亿美元。到1995年以后，这些收入有望以每年20%的速度增长^[2]——这再一次表明，美国工业正在衰退或者它的全球影响力正在下降的迹象几乎全然不见。

有趣的是，尽管日本在近几十年间发展成为经济强国，但是“在1991年，在海外可以使用的日本数据库仅有226个——考虑到国际社会对日本的关注，这个数量出奇地少……造成这种不平衡的主要原因就是语言。尽管大多数日本人在一定程度上阅读英语，但在日本境外的人没有几个阅读日语。因此，必须把数据库翻译成别国语言以便买卖，

[1] Martha E. Williams, "The State of Databases Today: 1991", *Computer-Readable Data Bases: A Directory and Data Sourcebook*, 7th ed. (New York: Gale Research, 1991), p. ix.

[2] *Information and Interactive Services Report*, 1991 (Washington, D. C.: BRP Publications, October 11, 1991), p. 2.

但没有几个日本数据库生产商愿意冒险投资”。^[1]

关于数据库所有权及其产品的各种统计数据每年都会有较大变动。这一点对于相对崭新的、发展迅猛的电子信息生产和传播部门来说尤其如此。美国的信息公司目前在国际数据控制与管理领域的地位稳固，它们现在从中获得了丰厚的回报。在接下来的几年内它的收入不大可能减少。目前我们有充分的理由相信，英语的广泛使用会进一步提高美国信息服务业的优势。

如果有意或无意地按照与目前盛行的美国资本主义(或跨国资本主义?)相类似的方式来影响信息和数据的形成，那么在提供这些信息与数据过程中产生的**社会影响**是难以估算的，它也许具有更加巨大、更加持久的意义。因为在20世纪90年代，超过三分之二(占数据库总量的68%)的美国数据库是面向市场大批量生产的，这些数据库可能包含着跨国企业和美国企业的宗旨和观点。

美国在世界媒介和信息领域的稳固地位使得约瑟夫·奈(Joseph Nye, Jr.)在1990年写道：“美国(在21世纪)可能比其他国家拥有更加广泛的权力资源——军事的、经济的、科学的、文化的和意识形态的。”^[2]奈特别强调了他所谓的“软权力”，即依赖“信息、组织和制度技巧以及对互相依赖的操纵等工具”的力量。在奈看来，软权力“出现在一个国家左右其他国家**意愿**的时刻……这种影响其他国家意愿的能力往往与文化、意识形态和制度等无形的权力资源相关……美国比其他国家拥有更多的可供选择的权力”。奈认为，“美国在流行信息上的优势”以及对世界大部分信息来源的控制构成了20世纪90年代以来的权力要素。

在这里，这位美国国务院前高级官员、哈佛大学国际事务中心主任

[1] Glenn Hoetger, "An Overview of the Japanese Information Industry", *Information Today* 9, issue 1 (January 1992), p. 25 (italics added).

[2] Joseph S. Nye, Jr., "Soft power", *Foreign Policy*, no. 80, Fall 1990. Italics ill the original. See also Joseph S. Nye, Jr., *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power* (New York: Basic Books, 1990).

公开确认了1969年出版的《大众传播与美利坚帝国》一书所叙述的内容。两种分析的不同在于：奈建议使用文化帝国主义、“软实力”这些工具来继续维持美国在全球的统治地位，然而，《大众传播与美利坚帝国》试图支持那些反对美国全球统治的力量。

然而，在奈的观点发表后的几年间，世界的力量对比发生了迅速变化。德国已经根据自己的主张实现了统一，目前已经成为欧洲——跨越东欧和西欧——最重要的力量；前苏联作为一个政治实体已经消失，新的取代者还处于不稳定的状态，在接下来的相当长时期内会成为一个被严重削弱的世界强国；日本继续保持经济增长，其贸易收支比以往任何时期都要大，日本的影响力也快速地跨越了太平洋地区；美国与其他大多数工业国家一样正经历着痛苦的经济衰退（没有人有勇气提起“萧条”这个词）。此外，在为了地缘政治和经济利益而发动的短暂而激烈的海湾战争中，美国再一次显现了其强大的军事力量。但是令人尴尬的是，美国军队明显缺少足够的经济力量的支持。为了支付军事开支，美国总统与国务卿被迫走上了寻找全球资金支持的道路——这一次他们成功地完成了任务。

所有的这一切是什么原因造成的？美国仍然是一个（惟一的）军事超级大国；它的经济虽然在下滑（相对于其主要对手），但其经济实力仍然十分强大。美国的经济尽管发展不均衡，但它支配着近6万亿元的经济，美国包围世界的电子装置现在并将继续对全球实施监视和窃听。美国的软实力是令人恐惧的，虽然其主要竞争对手也在逐渐运用这种权力。怎样把这些与一个未来特征尚不清晰的年代相联系？世界是否会被分割为几大地区集团，即围绕着欧洲、日本、北美以及中国这几个势力中心形成的国家群？日本是否会继续为脆弱的美日联盟提供资金？

目前美国维持其全球地位的主要支柱就是军队和文化。如果美国经济发展持续不稳，那么这两个支柱还能坚持多长时间？由于重大的社会需求越来越不能引起重视，要求裁减军事开支的呼声出现了。五角大楼和帝国的民间管理者们商议建立一支精简的、能够迅速对出现威

胁美国特权的社会变革的地区进行干预的武装力量。这种不太具有野心的战略能够得到贯彻吗？面对公众的压力，能否有效地削减军事开支？如果说二战前美国经济出现过危机，这场危机以过去 50 年的惊人的军事预算才得以征服，那么今天使美国经济不再后退到持久的停滞或危机中的刺激因素是否依然存在？

实际上五角大楼及其军工企业的朋友们仍然保留着更具野心的、即使是不切实际的打算。在《纽约时报》1992 年 3 月公开的一份政策陈述中，五角大楼勾画了美国军方的希望：“我们的第一个目标就是阻止……威胁美国全球领导地位的新对手的重现。”简言之，“对于那些威胁我们的利益、我们的盟国与朋友的利益以及严重扰乱国际关系的错误行为，我们(美国)将担负着有选择地处理这些错误的首要责任。”^[1] 在一场强烈的公众抗议爆发以后，这个陈述被否决。但是，考虑到其支持者，问题还远远没有解决。

另一个重要的问题也加大了这种不确定性。目前，几乎世界各国的领导者们都兴高采烈地认可“自由市场”理论。这是否意味着“旧的”市场力量的延伸？它曾经造成的后果被人们彻底遗忘了吗？许多西欧工业家的“新思想”听上去非常耳熟。例如，德国大众汽车公司董事长卡尔·H·哈恩向工人们说过这样的话：“西欧的劳动者正在根据本世纪上半叶的状况思考问题……我们必须摆脱西方现存的某种社会主义的羁绊，尽管社会主义在东方已经跨掉。”^[2]

这段话是否可以解释为呼吁复辟 19 世纪资本主义及其对劳动力的无情剥削？显然，这种观点目前在那些曾经实行国家管制的东方社会中盛行。这种不受任何强大对手威胁的市场力量哲学实际上随着国家社会主义的消亡而得到了加强。它对于生命环境、全球资源基础以及

[1] “Prevent the Re-Emergence of a New Rival”, *New York Times*, March 8, 1982, p. 4.

[2] Quoted in Roger Cohen, “The New East Meets the Old West, Dollars Apart”, *New York Times*, February 5, 1992, p. C-4.

这个星球的未来意味着什么？

1991年秋，一批世界著名的知识分子聚首墨西哥，并发表了一份声明。在这份声明中，他们指出并谴责了对地球资源的掠夺和浪费，呼吁人们重视地球资源分配中存在的荒诞的畸形现象。即“全球人口的20%消费了80%的地球资源，并对所造成的污染要负75%的责任”。

这个会议的焦点集中在造成这种令人吃惊的现象的原因上。“我们强烈谴责文化污染和毁灭传统的行为，它不仅使全球失去根基，而且通过强大的规模销售使人们容易屈服于经济、政治上的极权主义，并养成高消费和浪费的习惯，这会使地球陷入危险之中。”^[1]

然而，除了其他力量以外，目前已经完全跨国化的美国资本主义已经促成了这种状态的形成。在美国资本主义拓展国内外市场的过程中，它不断改进和使用说服手段和大规模销售的技巧来达到这一目的。美国在推销商品、吸引受众和刺激消费方面的专门知识已经在制造全球消费社会风气的过程中发挥了示范作用。在美国以及国外大公司强烈要求完全使用新传播技术——解除管制——的压力下，这些专门知识已经使美国的影像产品和信息产品自二战结束以后涌向世界各地，这在最初可以看作是美国的文化帝国主义。但近来，它已经发展成为跨国公司文化的支配。

今天的世界市场经济是从最初的美国模式演化而来，保留了其核心特征。目前，它是一个全球性的体系，许多国家的跨国公司使用起源于美国、并在美国继续盛行的传播与文化的技巧和方法。《商业周刊》这样描述这种发展：

“世界公司代表了美国跨国企业自20世纪60年代以来时而恐

[1] 《走近2000年》——莫雷利亚会议声明作为广告在1991年11月1日的《纽约时报》的第A—18版上再次刊登。显然，这份声明并没有被看作是具有新闻价值的报道，因为会议的组织者不得不花钱把这份声明刊登在美国最重要的报纸上。

惧、时而渴求的戏剧性进展的产物……由于跨国贸易和投资达到新的顶点，大型全球公司卓有成效地做出了忽视国界的决定。虽然没有几家公司可以完全不受本国的约束，但是向“无国籍的”公司发展的趋势是毋庸置疑的。欧洲、美国和日本的企业巨头纷纷朝着这个方向挺进，并学习如何对付多样的特性以及不同的忠诚度。”^[1]

在新信息技术的帮助下，世界公司能够“几乎每天做出关于把生产转向何处的决定。”^[2]这种能力使它摆脱对其工厂所在地国家的劳动力的依赖。在这种决定中也不再考虑劳动者的福利以及社区的福祉。

然而，“无国籍”也有其局限性。德国与日本的公司无论如何在国际市场上拓展业务，它们都把自身看作是隶属于国家的。更能说明美国日益衰弱的国际经济地位的是，美国商标至少对一些美国公司来说似乎是一种负担。出席在西班牙塞维利亚举行的1992年世博会的美国专员报告指出，像时代—华纳、美国有线新闻网以及杜邦公司等公司“认为它们是全球的跨国公司，并不愿意贴上美国公司的标签”。它们如此不安的原因就是“如果它们被看作是美国的公司，它们卖的产品就不会被人们看作是高质量的产品”。^[3]

全球性企业的未来特征尚不确定，《商业周刊》对此提出了一个重要的问题，“是否所有的工业国都成为非常和谐的全世界经济（在那里，国籍不再重要）的一部分？或者它们仅仅是进入一个激烈竞争的新阶段？”^[4]

几乎不可能出现一个由各国组成的全球“幸福家庭”。即将提上

[1] William J. Holstein, "The Stateless Corporation", *Business Week*, May 14, 1990, p. 98.

[2] *Ibid.*, p. 101.

[3] "World-Class Flop ill Seville", editorial, *New York Times*, February 4, 1992, p. A-14.

[4] Holstein, "File Stateless Corporation", p. 104.

议事日程的是大规模的营销与更频繁地使用媒介，它注定要跨越世界大部分地区，达到更高水平。同时，保护全球公众免受这些影像、信息干扰的必要性几乎没有引起人们的注意。随着每一个超国家集团内部的全球公司不断地拓展市场、创造消费者，当一两个核心国家在全球竞争中落后，遭到排斥的世界大部分国家强烈抗议，并开始活动时，信息极有可能引发沙文主义。

美国的信息自由流动政策与实践在二战结束以后已经取得巨大成功。尽管它从20世纪60年代末到70年代遭到短暂的质疑，但这一原则还是取得了胜利。世界到处充斥着美国制造的影像与信息。美国的流行文化已经迷住了世界各国的青年人。这种文化所固有的、所提倡的产品与服务不是被世界各地的人们所接受，就是被人们所期盼。“购买的社会风气”征服了世界。

目前，这些生产世界标准的文化工业公司正在被对立的经济集团中的巨型公司收购或买进。这将使昔日的美国媒介帝国置身何处？它仍然强大——远非被取消。事实上，每日传输大量数据的全球电子网络适时出现，这已经增强了美国媒介帝国的力量。影响美国全球势力以及影响力的危机并非源于媒介信息部门，虽然它肯定得到这些部门的支持。这场危机来源于美国不愿意采取任何措施来重建决定美国人生活中的社会和经济优先权的统治制度。总之，为私人所有的、由私人控制的经济相对集中在少数人手中，它把利润作为惟一合法的目标，它已经能够使自身免受监督和指责。对信息机构的支配迄今已成为其取得成功的关键要素。

如果考虑到影像和信息机构所保持的、实际上不断增长的实力以及政治经济机构的坚决反对，人们可以期望什么呢？显然，这个国家的总体经济状况无论衰退，还是停滞，信息系统将有望被更大规模地用于社会控制与安抚，尽管这一现象已经很明显了。

媒介的社会用途根据不同时间的需要包括不同的层次。其中包括把媒介技术作为一种娱乐工具来使用，通过没完没了的体育赛事，越来

越多的音乐电视以及不断增加的主题公园项目来实现娱乐的用途。信息系统也可以用来监督公民，媒介技术已经是一种十分先进、便捷的技术，通过社会保障号码、信用卡、电话号码以及多样的、并且种类日益增多的获取个人信息的方法来实现监督的目标。^[1]信息系统还可以把新闻与分析类的节目转换为由严格管理的信息源提供的开心的谈话节目和零碎的短节目。波斯湾战争报道恰好体现了后者。音乐电视“新闻”的出现预示着3秒钟新闻报道节目的出现。^[2]

这些变化能够大行其道而不会遭到质疑吗？当然不会！这个国家还存在许多独立的、不同的地方媒介和少量的全国性媒介。在大型商业媒介公司内部也有相当多的未受影响的专业人士。然而，要使这种批判达到有影响的抵抗的层面，还必须获得美国工人阶级的理解和支持。

媒介曾经一致宣称美国惟一的工人是蓝领工人，并且由于重工业的消失，蓝领工人被大量裁减了。在政治运动中，所有的候选人都提到“中产阶级”。然而，这个分类完全包括了从事各种工作（不一定是工业）的男男女女的劳动者。中产阶级这个称呼或者来源于某些薪水较高的工作，或者更有可能源于一个事实，即为了过上舒服的日子，一个家庭中必须有两个甚至两个以上挣钱的人。无论哪种情况，无论如何虚假地定义或表达这个概念，美国都拥有大规模的工人阶级。

美国的工人阶级在近几十年来已经变得非常顺从，完全不像它本来样子。这里不需要赘述其原因。在历史上，美国工人阶级具有不屈不挠的战斗精神。所以，我们有理由相信，当生活环境恶化，或者充其量也不过是停滞不前时，美国工人阶级会重振其战斗精神。

[1] Oscar H. Gandy, Jr., *The Panoptic Sort* (Boulder: Westview Press, forthcoming).

[2] Karen De Witt, "MTV Puts the Campaign on Fast Forward", *New York Times*, February 8, 1992. De Witt 指出，“(新闻)报道大约三四分钟长，开始是对几个年轻人的采访，镜头切换很快。几句话。然后转换为：一个记者、一个候选人和一个问题。每个三秒钟。”(黑体为后加)

总之，以后的几年一定是充满风暴的日子。《大众传播与美利坚帝国》一书不再能够完整地描述全球环境。跨国文化联合企业广泛地使用美国的营销技巧，它正在将世界转变为一个供拥有充足可支配收入的人们使用的购物商业区，而其他的大部分人仍然处于贫穷的包围之中。这种组织世界的方式将会引起、并且正在引起的社会动乱和愤怒令人难以想象。同时，美国在过去 50 多年用于世界其他地区的媒介力量已经更加集中地指向国内。但是，美国人比其他人更加熟悉企业与政治领导者们的信息与形象。这种经验在未来的几年中将发挥很好的作用，有助于把优势从赞助商那里转移到“中产阶级”（亦称工人阶级）那里。我们有把握得出这样的结论：未来的阶级冲突将聚焦在媒介和文化机构上，因为它对不公正的、丧失机能的社会秩序的维持负有重大的责任，虽然不是根本的责任。

目录

中译本序 / 1

第一版序言 / 1

二十五年来回顾 / 1

变化中的美国公司经济 / 3

新信息技术的主要使用者 / 6

公司观点的国际化 / 11

销售信息的新领域：前苏联的势力范围 / 14

后冷战时期的低工业化国家 / 18

美国与西方国家对国际信息新秩序及其支持者的攻击 / 20

展望未来 / 26

第一章 为美国世纪服务的电子学和经济学 / 1

第二章 商业广播媒介的崛起 / 16

广播与经济发展 / 17

无线电广播在美国的发展 / 18

教育广播 / 21

美国电视的早期经历 / 22

美国的教育电视 / 23

第三章 国内的传播联合体——第一部分：政府部门的军事化 / 27

美国政府通信机构的演变 / 29

军方接管部门间无线电顾问委员会 / 32

国家通信系统的形成 / 35

- 国家通信系统的军事化 / 40
- 第四章 国内的传播联合体——第二部分：军事—工业团队 / 46**
研发工作的影响 / 55
- 第五章 传播用于危机管理：电子技术在反革命中的应用 / 58**
传播与反叛乱 / 62
反叛乱与空间通信 / 65
空间的军事—工业联合体 / 67
传播在反叛乱中的近期应用 / 67
军事通信使用的资源 / 69
国防部的国内传播机构 / 70
- 第六章 美国的全球电子入侵 / 73**
节目出口 / 79
电影工业中的类似趋势 / 86
- 第七章 广播的国际商业化 / 88**
传播体系的全球商业化 / 89
- 第八章 处于电子包围中的发展中国家 / 104**
消除文化差异的技巧 / 105
民族自卫的努力 / 110
经济援助与民族独立的必要性 / 114
传播业的保护计划能否实现？ / 117
- 第九章 美国通信卫星公司与国际通信卫星组织：国际传播的控制机构 / 121**
1963年的日内瓦无线电会议 / 125

国际空间通信系统(国际通信卫星组织)的形成 / 127

工业化国家与国际通信 / 130

美国通信卫星公司与发展中国家 / 134

结论 / 140

第十章 走向大众传播的民主重建：技术的社会利用 / 142

译后记 / 159

第一章

为美国世纪服务的电子学和经济学

亨利·卢斯在《生活》杂志的一篇社论中鼓动美国人“全心全意地承担起我们作为世界上最强大和最重要的国家的职责，把握机遇，以我们认为适当的方式对整个世界发挥我们全部的影响力，实现我们认为适当的目标”。这段话的提出至今已经过了四分之一世纪。另外，卢斯当时还提出：“现在是我们成为动力室的时代，从这里向全世界传播美国的观念……。”^[1]由美国最大的传播公司之一的管理者来宣布“美国世纪”的到来是非常合适的。作为这家公司的董事，卢斯比其他人更早地认识到：经济力量与信息控制（或者说形象宣传、公共舆论制造，或者其他什么）的结合会成为新的国内权力和国际权力的典范。

卢斯公司的另一份出版物——《财富》杂志在1944年战争年代的一篇题为《世界通信》的文章中直截了当地把传播的国际重要性摆在读者面前。文章指出：“未来美国是否能够像过去的英帝国那样成为世界思想和贸易的中心，取决于美国国际通信的效率。英国的例子强有力地说明了通信体系对于一个屹立于地球的伟大国家来说有多么重要……。”^[2]

“拥有”一个世纪就是拥有一个帝国。然而，这在一个刚刚摆脱殖民主义的国家来说不是一件简单的事情，在这个国家，仍然在世的前隶属国国民对于过去的模式仍然记忆犹新。民族独立国家的新的篡权

[1] “The American Century”, Henry R. Luce, Farrar & Rinehart, Inc., New York, 1941, p. 23.

[2] *Fortune*, “World Communications”, May, 1944, pp. 129 and 178.

者要像传统的征服者那样行事，这个任务是何等的艰难？而对于一个公开宣称要对刚刚解放的民族强行施加第二次帝国监护的国家来说，其成功的希望又是多么的渺小？帝国领地对于大多数美国人来说也是一个棘手的、令人头疼的概念，因为他们早已有理由把自己当作开展大规模反殖民主义的先锋的后代。

同样地，对于初出茅庐的美帝国来说，尽管处境艰难，但也有一些补偿。二战结束后，美国已经获得了独特的手段，以支持其决策中非常明显的牟取世界领导权的意图，现代大众传播为如今的管理者提供了双重的支持，这是早期的扩张主义者无法企及的。在国内，大众传播通过一定程度的分散注意力的方式来克服民众对帝国的全球角色缺乏热情的状况。在国外，对重新出现的、但或许不太明显的殖民奴役的敌意（迄今）已经被源于美国的、源源不断流向各地并通过当地的信息媒介不断播放的图像和信息成功地转移和混淆。因此，美帝国这块硬币的两面——国内方面和国际方面既有区别又有联系。

在国内，有产的企业管理团队充满自信地统治着大众传播王国，指挥着根据收入和种族不同而分层的消费社会。大众媒介为这个富足社会提供了主要的意识形态内容，还有幸福生活的观念。

美国资本积累时期所强调的审慎、克制、节俭已经废弃已久。这个发达的、物质供大于求的国家找到了新的美德来美化 and 解释大众在高生产力的市场经济中的行为。大众媒介或者公开地在广告中，或者审慎地在普通的“娱乐”专题节目中按照某种社会模式教育和告知受众，而这种社会模式对于减轻市场导向的企业无法忍受的压力是必不可少的。其结果是极大地助长了喜欢冲动和直观的个体经济反应。这就大大刺激了消费的支出和资产的获得，这两者在维持工厂运转方面发挥的作用至少超过 25 年，其中稍有停顿。

大众媒介把通常接近于精神混乱和物质消化不良的整个社会运转过程作为一个合理的、非被操控的系统呈现在广大公民面前。不仅如此，它的受益者们向公众和他们自己再三保证：明显缺少指导、组成国

家供求图的数以万计的个人决策(通常是无意义的决策)正是这个国家自由的证明。举个例子,商业电视几乎是以周密确定的比率——按每笔广告费有多少个受众的比率——将其受众卖给了商品生产商,为此它警告那些干预免费电视的人。

国内模式对国外的影响同样的深远,虽然还需花一定时间才会产生显著的影响。美国的国际产业由高度集团化的商业巨头们所控制,每年公开投向海外市场的私人资本达 550 亿美元(未透露的投资额无法确定),每年的对外贸易额也达到 550 亿美元。美国的势力范围延伸到各大洲,其影响力年复一年地增强。强大的传播机构要保护的不是勉强的服从,而是通过把美国的形象就代表自由——贸易自由、言论自由和经营自由——的方式在它所渗透的领域获得心悦诚服的忠诚。简言之,新兴的美国经济和金融帝国网络利用传播媒介来保卫和巩固其已经占据的领域,并向其希望发挥作用的地区不断扩张。

美国的传播媒介提供的内容展示了一种生活方式。那种情景就像是一大堆的由个体供应、购买和消费的物质产品。对节目播放和广告强调成为美国媒介考虑的首要 and 根本的要素,而生产的私有特征通常被忽视,虽然不是总被忽视。所有的观众和听众都被包裹在美国式的电子冲动之中,而且其覆盖的范围也在不断扩大。同时,在美国行为科学所提供的专门知识的推动下,学术研究的兴趣也转向了与传播媒介有关的问题。^[1]

后殖民地国家的本质是什么? 这些国家如此迅速地使自身适应美国的影响和渗透。一些强大的历史潮流促使美国权力浪潮汹涌奔流。

过去的 25 年中出现的国际社会与二战前的国际社会迥然不同。新时代的特点是全球力量的分布发生了重大变化。随着曾经有过国际影

[1] 《广播》杂志最近的一篇文章报道了位于底特律的韦恩州立大学所做的一项研究。该文提出了这样的问题:有创意的节目和广告中取得的一些主要进步将出自这个国家的大学实验室,然后才出现在广播台或广告代理公司? 该文提到了韦恩州立大学将要进行的一些研究:“电视广告的潜意识技巧……(和)压缩的、扩展的言论与音乐。目前能够使用精制的、价格相当昂贵的新设备来制作精确地适合规定时间的可长可短的广告节目……”。(Broadcasting Magazine, June 5, 1967, p. 56)

响的欧洲权威的衰落，美国的工业势力达到了顶峰。不仅如此，这种权力转移还带来了两个重大发展：一是国家指导的部分从最初的孤立状态——遭到封锁的前苏联基地——发展到包围了半个欧洲和大部分亚洲。另一个发展与此相抵消，即近几年来，这些实行社会主义计划原则的辽阔的、相互毗邻的地区在很大程度上大量减少，众所周知，其内部在发展政策问题上存在严重分歧。

当然还有一种变化就是世界其他地区的相当一部分国家从一种完全从属的殖民地状态转变为政治独立的主权民族国家。随着25年前西方欧洲殖民体系的崩溃，许多新的国家诞生了。自1945年成立以来，联合国成员国的数目翻了一番，反映了这种变化。然而，尽管实现了独立，这些新兴国家的边界问题、人力和物质资源问题、社会制度等等仍然反映了其作为殖民地的经历和过去所遭受的奴役。

衰退的欧洲势力、在地域和物质上扩大但处于防御阶段的社会主义基地，还有新独立的经济薄弱的“第三”世界国家，这为当代美国权力的扩张提供了国际环境。年轻的美帝国之所以如此成熟是因为其背后有经济学和电子学的联合支撑，两者部分地(虽然不是全部)取代了早期那些较为原始的征服者所使用的“铁血”政策。

人们渐渐认识到经济实力和传播方面的知识技术相辅相成，可以有效地促进美国世纪的实现。人们首先把美国的经济实力看作是实现其国际影响力的工具，后来很晚才认识到传播能力的重要性。1944年，还在二战期间，J·B·康德利夫在题为《作为国家政策工具的经济实力》的文章中呼吁这个国家参加年会的经济学家们关注那些眼前正在发生的、被他们视而不见的事情。他指出，“几十年来这是第一次——的确是自从幼稚的共和国初期以来的第一次——军人和政治学家，而不是经济学家正在关注美国在现代世界中的权力地位。”^[1]

[1] J. B. Condliffe, "Economic Power as all Instrument of National Policy", Papers & Proceedings of the 56th Annual Meeting of the American Economic Association, Washington, D. C., January 1944, p. 307.

事实上，在美国理论经济学家们看来不太清楚的事情在伦敦和华盛顿已不是什么秘密。英国领导人早已认识到强大的美国经济实力及其迅猛发展的势头，这在关于美国经济援助的战时谈判中早有体现。战后的评论不止一次地提到了美国企业和政府代表的强硬目标，即渴望将英国这个虚弱的竞争对手逼到金融危机的境地。^[1]

经过一段时间，在战争谈判时期零零碎碎所呈现出来的国家扩张主义者的经济政策被阐述为包罗万象的理论体系。而到了1947年，这种模式已经非常严格和可靠，并且可以全面地加以诠释。1947年3月，在得克萨斯的贝勒大学，面对有鉴赏力的听众，杜鲁门总统以权威的、毋庸置疑的腔调公开宣布了美国在世界上要担任的新角色。他的开场白是：“我们是世界经济领域的巨人。无论我们希望与否，我们将支配未来的经济关系模式。世界在注视着我们，我们拥有选择权”，总统的这段话需要详加引用，因为这里面所包含的信息20多年来一直是美国制定政策的基础，而且仍在继续启发和引导美国的国家决策。杜鲁门毫不含糊地宣布：“美国人认为有一件事要比和平更重要，那就是自由——信仰自由、言论自由、经营自由。”同时他清楚地表明，他此时此刻最为重视的就是最后一种自由——经营自由，而这种自由恰巧在最近四届总统任期中对美国经济关系起到了决定性作用。而言论自由则被解释为美国的大众媒介可以在世界各地不受限制地传播讯息，这种自由自从杜鲁门演讲以后已经发展成为美帝国主义大厦的重要支柱。

杜鲁门提倡一种能够“最有益于经营自由……在自由竞争的环境下，在防范垄断和垄断集团的措施的适当保护下，由买卖双方而非政府做出主要决定”的国际贸易模式。他强调：“在这样的模式中，买者购买，卖者销售，无论何时何地何种数量，都取决于市场提供的价格。为了把握经济机遇，商品从一个国家转移到另一个国家。政府可以征

[1] 例如，英国的两个观点迥异的学者J·M·凯恩斯和L·S·埃默里一致认为，英国在与美国的交易中面临着困难。

税，但不规定贸易的数量，进口来源，或者出口目的地。个体之间的交易是一种私人选择。这就是经营自由的本质。”杜鲁门断言，美国人对这种自由的重视程度要超过对和平的重视程度——这可以说是核时代的一种奇怪的选择。他还附带指出，其他的任何价值观“都不是美国式的，都不是通向和平的道路”。^[1]

这位总统并没有详细说明为达到这些目标传播媒介应该提供什么样的辅助。同样回过头来考虑，其声明中还包括了后来可能公开的观点。就这方面而言，如果把杜鲁门在贝勒大学的演讲中的“贸易”用“信息”或者“传播”来代替，我们可能会得到当代美国扩张主义机制的线索。如果这样安排，我们就是在探索一种能够最有益于经营自由以及其他自由的**国际传播**方式。我们有理由相信这种代替有其可靠的保证，最近，美国无线电公司(RCA)总裁罗伯特·萨尔诺夫预言在不远的将来，“信息将成为世界经济中和能源同等重要的基本商品”，而且“它将成为世界贸易中的一种流通方式，可以在任何地方进行商品或服务交易”。^[2]

不受其他国家因素或文化因素的阻碍、在“经济机遇”和“竞争”的基础上开展的国家间的信息流动为美国传播媒介提供的有利条件，如同美国商业目前从“自由”世界贸易模式(民族国家对其控制程度最低的模式)中所得到的。因此，美国商业和传播媒介的物质利益在战后早期总统关于言论自由和经营自由的演讲中得到了体现。随着时间的消逝，一旦对传播自由(或者言论自由)的支持最常产生的间接好处——美国商业及其价值体系的全球扩张——显而易见时，美国商业和大众传播媒介的共同利益就都得到了提升。但这种提升以后更加明显。

杜鲁门精心准备的国际经济秩序的构想虽然刚刚在1947年被宣布

[1] Harry S. Truman, Address, March 1947, Baylor University.

[2] Address by Robert Sarnoff, president, R. C. A., May 1, 1967, to the International Communications Association.

为美国的官方法则，但我们仍然可以在另一个无所不包的系统中找到其早期的对应物。两位英国经济史学家在描述 19 世纪后期的英国国家政策的著作中曾经使用了“自由贸易帝国主义”^[1]这一恰当的概念。他们指出，帝国这个概念并不能仅仅根据形式上的帝国简单地断定。“放弃侵占并不代表不愿意控制。”这些作家认为在英国的经验中，非正式的帝国体系是“与弱国签订或强加给弱国的自由贸易和友好协定”。^[2]他们将其描述为“条件可能时进行非正式控制的贸易，必要时按规则开展贸易”的方针。英国在拉丁美洲有过一个绝好的机会来实践自由贸易体制，那就是在该地区于 19 世纪初刚刚脱离西班牙的统治之后。1824 年，英国首相坎宁用相当现代的措辞表达了这种观点，他说，“西班牙人的美洲自由了，如果我们没有令人痛心地质失良机，它将是英国的。”^[3]

一个半世纪后，美国的领导人虽然不够坦诚地，但却以同样狂热的姿态看待英国、法国、荷兰、葡萄牙这些帝国的解体。不仅如此，年轻的美国权力联合体无法抵御在新独立国家实施非正式控制来获取最高利益这一机会的诱惑。也许有人可以接受兰德斯(D. Landes)对美国的行为所做的无关痛痒的解释，即这种行为“……是对于一个共同机会的一种不同反应，只是由于权力差异所造成的”，“因此，无论何时何地，只要这种差异存在，不同民族或者群体都有权利用它。”^[4]更加明确的莫过于巴兰和斯威齐所作的分析：“资本主义一直以来都是一种国际体系、一种等级体系——在它的最上层是一些主要的首府，最下层是那些未独立的殖民地，而中间是不同等级的国家。”^[5]无论是哪种解释，美国始终在权力金字塔的最上方，而那些刚刚独立的国家只能是在最底层。

[1] J. Gallagher and R. Robinson, "The Imperialism of Free Trade", *The Economic History Review*, Second Series, Vol. VI, No. 1, August 1953.

[2] *Ibid.*, p. 11.

[3] *Ibid.*, p. 8.

[4] David S. Landes, "Some Thoughts on the Nature of Economic Imperialism", *The Journal of Economic History*, December 1961, Vol. XXI, No. 4, p. 510.

[5] P. A. Baran and P. M. Sweezy, "Monopoly Capitalism", *Monthly Review Press*, 1966, New York, p. 178.

如果有人相信把经济实力薄弱的国家同技术实力强大的美国经济联合起来的商业与信息对双方都有益处，那么，这些人比伏尔泰作品中的潘格洛斯(Pangloss)博士还乐观。如果自由贸易是一种经济强国用来渗透和支配经济弱国的手段，那么“信息自由流动”原则——顺便提一下，它被指定为联合国教科文组织的目标——就是一种将生活方式和价值观强加于弱小国家的渠道。如果说人们已经充分地认识到自由贸易对于发展中国家的危害，那么，信息流动作为国际控制的要素的重要性却几乎没有引起人们的重视，甚至在美国也是如此。要理解信息输出国通过向弱小的信息接收国传播无形的讯息或消息而得到的物质利益或许特别复杂。对于一直以来信奉重商主义的人来说，耐用商品的出口至少应该与耐用商品的进口相对应匹配，而信息出口的利润是无法确定的。但是尽管认识得迟了一些，传播已成为互相联结着的美国权力联合体决策制定过程中的重要因素。自40年前无线电广播出现开始，企业已经认识到并且充分利用了大众传媒，而如今行政及军事官僚结构已经狂热地抓住了信息控制所提供的各种机会。

一位名叫杰克·古尔德的电视台编辑在《纽约时报》上撰文说：“约翰逊总统认为未来日子里政府优先考虑的事情是国防、外交事务和传播业。”^[1]国会的一个小组委员会1967年在其听证会上考虑了“现代传播和外交政策”的有关议题，并意味深长地将其命名为《赢得冷战：美国的意识形态攻势》。^[2]该委员会的声明以平淡的语气宣布：“美国所做的一切将会极大地影响正在出现的国际传播体系……其他国家很大程度上将会模仿我们的经验并且附属于我们所创立的机构和体系。鉴于我们掌握的信息技术和信息资源，美国显然会成为世界传播体系的中心。”^[3]

[1] *The New York Times*, July 3, 1966.

[2] *Modern Communications and Foreign Policy*, Report No. 5, Subcommittee on International Organizations and Movements of the Committee on Foreign Affairs, 90th Congress, 1st Session, Washington, 1967, House of Representatives.

[3] *Ibid.*, p. 53.

该委员会的另一位见证者——自由欧洲广播公司总裁约翰·理查森声称“(现代传播和外交政策)这个主题目前是摆在美国政府面前的最重要的问题,并且也是可能吸引美国私有部门和公共部门的领导阶层注意力的重要事项之一”。^[1]

出于非常实际的目的,如何更加有效地控制传播也成为军事机构主要关注的对象。美国扩张主义者给外国展示的口头鼓励和物质诱惑背后还隐藏着国际控制的传统管制者——军事力量。美国海外的150个军事基地证明了美国为确保其全球扩张的安全所保持的警戒性。强大的美国驻军的触角已经穿越太平洋,伸展到亚洲、西欧、拉丁美洲,甚至中东地区。

在以南北贫困线和东西意识形态分界线划分的世界中,期望通过开展地区性或局部的暴力活动来打破无法容忍的现状的愿望十分高涨。也许是出于他的职业兴趣,前美国国防部长麦克纳马拉惊奇地发现了贫困与社会暴力之间的高度相关性。他说“暴乱的发生和该国的经济状况有着直接的、稳定的联系”。^[2]

暴乱的实施者和防御者从这种联系中能够得出什么样的结论呢?毫无奇怪,美国军事力量执行非军事的策略来控制贫困国家实施的变革的进度和性质,而现代传播技术也在战争游戏专家中找到了它们最令人尊敬的使用者。战争战略家们早已享受了及时联络上那些位于最难以到达的地区的士兵的好处。通信及人造卫星曾经一度为现在我们委婉地称作“反暴乱”的活动提供了具有战略价值的情报。总统行政办公室的电信管理主任,前上将奥康内尔在1966年出席了国会的一个委员会的会议,会上他将目前美国所谓的“非帝国”的国际通信需求同英国早期的、其中部分一直延续至今的需求进行了比较。他把美国的国际

[1] Modern Communications and Foreign Policy, Report No. 5. Subcommittee on International Organizations and Movements of the Committee on Foreign Affairs, 90th Congress, 1st Session, Washington, 1967, House of Representatives, p.53.

[2] *The New York Times*, May 19th, 1963.

通信需求称为是具有同情心的、非侵略性的。“美国不想成为羽翼遍及世界的帝国或是联邦国家，但是在这方面，在美国历史上，我们同世界上许多自由独立的国家有着共同的利益，这些国家的自主权、生活水平、政府力量、稳定性以及对抗外部颠覆势力的能力同样关系到我国的利益。”正因如此，“我国国际电信系统的快速发展对于加强双方的利益和理解具有最重要的意义。就此而论，值得一提的是，与美国相比，英联邦仍然拥有更强大的国际通信组织。”^[1]作为一个国家的发言人，如此热衷于否认其帝国的地位，这位上将的言辞是值得注意的。这不仅由于其言辞对英国的世界角色的推崇，还因为他面临的艰巨任务——使美国所宣称的无私的通信需求与英国对于同样或者类似的资源的殖民主义的利用相协调。

具有讽刺意义的是，强大的传播能力带来的结果就是：美国的政策制定者们已经逐渐接受了早年前苏联的领导阶层高度评价的一种观点的合法性。由国家的政府官僚机构直接影响人民曾经是俄国共产主义者惯用的革命手段。从1917年革命一开始，列宁就强调了争取其他国家“民众”的耳朵和包围资产阶级国家的无聊的、冷淡无情的传播渠道的重要性。半个世纪以后，经济的持续繁荣和传播体系的完善使美国的统治群体形成了类似的观点。关于“赢得冷战”和“意识形态作用和外交政策”的国会报告详细阐述了一种新的方式：

“许多年来，军事和经济权力或者独立地，或者联合地为外交服务，成为外交的支柱。如今它们仍然发挥着作用，但最近大众对政府影响力的增加，再加上20世纪同时发生的革命使部分领导者对人民的强烈愿望有了更多的认识，这又给外交政策的实施创造了一个新的维度。有些外交政策的目标是通过直接影响他国的人

[1] *Government Use of Satellite Communications, Hearings before a subcommittee of the Committee on Government Operations, House of Representatives, 89th Congress, 2nd Session, August and September, 1966, p. 284.*

民，而不是影响他们的政府来实现的。通过使用现代传播手段和技术，如今能够影响一个国家的大部分民众或有影响力的民众——告知他们信息、影响他们的态度、甚至有时可以动员他们采取特定的行动。这些群体反过来可以给他们的政府施加重要的、决定性的压力。”^[1]

影响全世界受众的机会正在不断增加。美国新闻署署长伦纳德·马克斯 1967 年初在全国记者俱乐部提醒他的听众：已经有 104 个国家拥有了电视，世界上电视机的总数已达到 1 亿 8200 万台，并且这个数字还在大幅度的攀升。收音机的数量也超过了 5 亿，国际广播时间正在稳步增长，目前每星期的播放时间已经达到 24000 小时。^[2]

难怪自从第二次世界大战结束以来，美国的技术优势，特别是其在传播领域的领导地位在国内企业、军事和政府权力机构中得到越来越广泛的重视。传播机构为这些利益集团承担的额外职责也就容易理解了。一个关于国际通信的政府部门间的委员会(包括了联邦通信委员会、电信管理办公室、国务院、司法部和国防部的代表)于 1966 年 4 月报告指出：“电信业不仅是我们国际行动的必不可少的支撑，还发展成为外交政策的手段。”^[3](黑体后加)

作为政府和私人利益的代表，传播业必须发挥与其角色一致的更加积极的作用，这促使人们试图通过广泛地定义文化的作用来创造一种哲学基础，以便把当代美国的行为同其他国家平素实现帝国霸权的种种行为区分开来。为了达到这一目的，哥伦比亚大学哲学教授、负责教育

[1] Committee on Foreign Affairs, Report No. 2 on “Winning the Cold War. The U. S. Ideological Offensive”, 88th Congress, House Report No. 1352, April 27, 1964, pp. 6—7.

[2] Leonard H. Marks, “International Communications a National Imperative”, National Press Club, Washington, D. C., February 23, 1967.

[3] Report and Recommendations to Senate and House Commerce Committee. Submitted by the Intra-Governmental Committee on the International Telecommunications April 29, 1966, Executive Office of the President, April 1966, p. 1.

和文化事务的前助理国务卿查尔斯·弗兰克尔最近表达了自己的看法。弗兰克尔相信“我们正在进入一个教育和文化关系的时代”，它“向我们提供了外交手段，其潜力巨大，但刚刚开始被认识到”。弗兰克尔把国家或民族之间的文化交流的历史分为三个不同阶段。最初，在第一个也是最长的阶段，“文化交流只是不同群体间相互联系的偶然产物。它通常不是人们努力追求的，相反常常受到排斥”。第二阶段于19世纪达到顶峰，根据弗兰克尔的观点，它包括了“一种文化击败了另一种文化。这不是偶然的，而是有意追求和提倡的。它是战争、商业、帝国联盟和帝国对抗的动机和结果。这就是疯狂的探险和殖民的时期”。对于弗兰克尔来说，这一时期已经成为过去。据他说，我们现在正处于第三个时期，根据他的计算，这个时期仅仅始于20年前，正巧与卢斯先生所说的美国世纪同期。

“新时代”（不要与狂热分子用来描述20世纪20年代——大萧条前的时期的类似定义相混淆）具有哪些特征呢？弗兰克尔列举了一些特征来识别近期的文化环境，在他看来这些特征使其与以前的时代具有本质上的不同。主要有：文化交流数量众多而且紧张剧烈；比以往的文化流动更具规模且渗透更深；有更多的有组织的社会机构——教会、大学、基金会、志愿者协会和政府加入到了信息流动中。最后弗兰克尔提出，在富国与穷国之间、强国与弱国之间首次出现双向的信息流动。不仅如此，引人注目的科学和传播革命也不断地推动社会交往向更高的层次发展。^[1]

事实正像弗兰克尔所描述的那样。但其解释则另当别论。他所说的“富国向穷国采取行动的文化帝国主义时期的顶峰”在19世纪就结束了。而那些不太以官方为取向的观察家对此则有不同看法，认为一个具有侵略性的、强大的工业和电子联合体在空间和意识形态两方面扩

[1] Charles Frankel, "The Era of Educational and Cultural Relations", Department of State Bulletin, June 6, 1966.

大了美国社会经济制度的影响力。弗兰克尔所要求关注的大量的信息仅仅强调了现代传播能力的增强，依靠这种传播能力美国得以发号施令。参与文化交流的不计其数的社会机构无论如何都无法削弱美国社会经济制度的主要信息。教会、大学、基金会、政府都无一例外地、毫无怨言地传播官方的、工业和政府联合体的观点。例如，中央情报局轻而易举地获得一些自称“独立”的传播渠道的自愿支持，这意味着帝国主义思想在美国这个“多元化”社会几乎取得了彻底的胜利。在大多数情况下，这些不同的机构团体是被说服而不是被强制遵循官方路线的。

弗兰克尔用来区别于以往时代的强国与弱国之间的“信息、注意力与麻烦”的双向流动比现实更加明显，并且肯定是不均衡的。谁会认为美国赋予拉丁美洲国家的“信息、注意力与麻烦”是互换的？弗兰克尔把“麻烦”看作是这个新时代的要素之一是恰当的。而美国掌权者的“麻烦”绝不可能是不发达国家及其人民的麻烦。通常情况下，这些不善辞令的群体试图表达自己观点的行为构成了对已经形成的、特权群体的“麻烦”。

对美国国际文化攻势的满意和支持与目前对这个国家经济扩张和全球渗透的态度是一致的。然而自我欺骗从来就不是一个国家的专利。我们的英国朋友不久以前把世界地图描绘成他们特有的色彩，用来表明他们具有深远影响的最高权威——始终惊呼他们稳步扩张的帝国甚至出乎他们自身的意料。就像19世纪末期的一位英国编年史学家所说：“我们好像在不经意间就征服和占领了半个世界。”^[1]

毋庸争辩，自那个无知的年代以后，我们在很多领域都取代和赶超了英国。美国对于近几十年来在国际舞台上所发生的事情的解释发生了变化，不再把无意识，而是把关注和文化交流作为这个国

[1] J. A. Seeley, "The Expression of England, 1883", quoted in A. P. Thornton, "The Doctrines of Imperialism", John Wiley & Sons, Inc., New York, 1965, p. 23.

家的海外行为的动因。例如，杜鲁门总统在1949年的就职演说中，以一段很长的自我辩解开头：“旧式的牟取外国利润的帝国主义剥削已经不再列入我们的计划内容。我们设想的是一项建立在民主的公平交易概念基础上的发展规划”^[1]，这提前20年预言了弗兰克尔的评价。

同样，学术界也使我们确信我们的行为是善行，并且有别于本世纪早期的那些掠夺者。有人写道：“要用同一个词——‘帝国主义’来形容打算无情地蹂躏亚洲或非洲国家的欧洲政治家和在以色列建立汽车装配厂的美国公司，这显然是一种误导。”^[2]还有人断言：“半个世纪前被看作是剥削的帝国主义的行为如今几乎在到处都被认为是帮助急需开发资金的经济落后国家的善举。霍布森的帝国主义已经灭亡，当然不能像一些学者所说的那样以为它从来就不存在。”^[3]

然而，一旦考虑到权力联合体本身的行为及其公开表达的观点，那么，学术界和官方关于经济和文化帝国主义灭亡的一致看法就似乎有些早熟。例如，让我们看一看负责经济事务的前副国务卿（现任驻联合国的美国代表）乔治·W·鲍尔于1967年5月在纽约商会上的发言。他指出：“只是在近20年跨国公司才真正形成。如今，许多公司的国内和海外生意之间的界限也不那么明显了。”鲍尔预见“美国企业逐渐不再根据国界来确定其公司的经营范围，对于美国的未来，没有什么事情比这更令人鼓舞了”。鲍尔以现实的、坦率的态度把世界上的非社会主义国家详细地分为美国和工业化的资本主义共同市场国家。“事实上，这意味着美国意识到了欧洲在非洲的优先利益——以及欧洲对非洲人民在经济援助、教育、健康和国防等方面负有的优先责任。换句话

[1] Harry S. Truman, President, in Department of State, General Foreign Policy Series, No. 18, p. 8.

[2] Daniel H. Kruger, "Hobson, Lenin and Schumpeter on Imperialism", *Journal of the History of Ideas*, Vol. XVI, No. 2, April 1995, p. 252.

[3] B. Semmel, "On the Economics of Imperlism", in *Economics and the Idea of Mankind*, Bert F. Hoselitz, editor, Columbia University Press, New York, 1965, p. 193.

说，美国认识到了欧洲在非洲事务中的特殊地位，正如今天欧洲各国认识到我们在拉丁美洲的特殊地位一样。”^[1]

这显然不是查尔斯·弗兰克尔所谓的新时代文化交流的标志——“信息、注意力和麻烦”的双向交流模式。鲍尔先生赞美的跨国公司成为推动美国扩张主义的发动机。那些为工业巨头所控制的传播机构成为一种手段，没有这些手段，紧跟在许多前殖民地国家的政治解放之后的新帝国主义浪潮就会不起作用。

因此，美国传播媒介联合体的性质具有重要的意义，它不仅在影响国内人民生活和日常行为中有着极其重要的作用。在国内并不明显而在国外日益显著的意义就是其与国际社会的联系。国内传播机构的结构、性质和管理不再完全是国内关注的事情，尽管它们曾经是。这种强大的机构现在已经直接冲击着世界各地的人们生活。因此，至少应该熟悉美国传播媒介体制及其发展过程、动力和发展方向。以上这些都是我们之后要进一步讨论的话题。

[1] Address by George W. Ball, before the New York Chamber of Commerce, New York, May 5, 1967.

第二章

商业广播媒介的崛起

美国广播媒介的发展也许提供了最新的、最具有破坏性的证据，它们证明了令人兴奋的新的启蒙与满意的希望，怎样被倒退的社会制度网转化为愚笨的精神沼泽。无线电广播在美国出现 40 多年以后，为寻求对公共电视的支持，福特基金会的主席麦克乔治·邦迪在文章中提醒人们：“我们的国家必须能在这个领域找到一种全新的行为方式——它为我们所有的人提供全部的启蒙和知识，这种特别的媒介所固有的直接性和自由经验——如商业媒介坦率承认的，正是它们无法独自生产的。”^[1]

40 多年来无线电频率这一巨大的国家资源的滥用使得邦迪的言论听起来既可怜，又像是对前两代人所表达的类似的迫切希望的回忆。1961 年，丹·莱西在其著作《自由与传播》中写道：“我们所需要的传播体系应该能够向个体消费者提供最大量的资源以满足其信息需求和充实自身的需要，并增强其个人发展和自主判断的能力。这个体系其固有的‘倾向’是扩大信息范围、增加不同来源的观点、增加不同的文化经验，并使每一位用户都能够同时地、便捷地使用它们。”^[2]

这就是我们所需要的。事实上，邦迪和莱西是正确的。但是我们有这样的传播体系吗？我们为什么要拥有这种传播体系呢？莱西对此也

[1] McGeorge Bundy, letter to the Federal Communications Commission, August 1, 1966, In the Matter of the Establishment of domestic non-common carrier communications satellite facilities by non-governmental entities. Docket No. 16495.

[2] Dan Lacy, *Freedom and Communications*, University of Illinois Press, Urbana, 1961, pp. 78—79.

有自己的看法。他指出，我们“要把主要的传播资源作为人与人之间交流的纽带来使用，而不把它作为一种市场工具来使用；不是使市场需求，而是使作者的创造性冲动或者听众的需求成为内容的决定性因素”。^[1]

当然，已经发生的一切已不是秘密。传播学的教科书坦率地说：“广告是广播的生命源泉。”^[2]因此，将广播用于商业，或者把美国广播电视节目变成如今这样毁灭灵魂的废墟，这并不是突发的行动。无线电广播（以及后来的电视）的发明来自于善于创造的头脑，而这些媒介的发展却在各个方面被包围着它们的市场体制所主导。广播媒介被企业资产负债表、对利润的追逐和对人类认知的漠不关心所包围。

广播与经济发展

面对几十年前做出的选择，美国目前提出的观点有助于解释该国广播模式的发展。美国的广播与电视的经验对于当时刚刚发展广播电视的国家之所以有用，不是因为它为这些国家提供能够模仿的东西，而是因为这些国家通过认识美国可以避免发生错误。

市场经济为美国广播赢得其早期的特征以及较为持久的风格创造了制度氛围。在一个财产私人所有、政府经济实力有限的环境下，市场马上从其自身获得了动力。市场所造就的模式与那些中央组织的经济管理机构模式同样强大和持久，虽然很难寻找并发现决定事件进程的微妙力量。经常给人们造成的印象是市场逐渐形成的环境是自然的、不可避免的。在美国广播业早期的历史上，关键的市场力量是具有双

[1] Dan Lacy, *Freedom and Communications*. University of Illinois Press, Urbana, 1961, p. 76.

[2] Robert E. Summers and Harrison B. Summers, *Broadcasting and the Public*, Wadsworth Publishing Company, Inc., Belmont, California, 1966, p. 100.

重角色(既是生产者又是广播者)的制造公司、购买收音机的消费者以及所有国内工业企业面临的不断上升的追求销售量的压力。这些因素的相互作用在很大程度上解释了我们如今熟知的广播模式。只要市场力量独自发生作用,它既不会被引导,也不会被推向预定的方向,这就是一种自然的、不可避免的模式。

一些历史因素已经使广播对于经济发展的影响变得不太明显。无线电成为西欧和美国成功地实现工业化的附属物之一。它在北大西洋地区的使用和普及是在国家经济获得初步的发展之后,而并非与之并驾齐驱。当时无线电并没有被应用于满足发展的需要。广播只是降临到大部分受过教育的人口以及取得良好发展的国家的头上。其他的自然资源的保护几乎没有引起重视。在1920年,美国无视有关人士的频繁警告,固执地认为北美洲是富饶的、取之不尽的大陆。西欧仍然随意地攫取亚洲和非洲殖民地的矿藏资源。在这种情况下,欧洲国家和美国就不太可能相信无线电频率会成为一种有益于发展的资源,或者成为保护并实现其他资源的最大化的有用工具。相反,在美国,无线电迅速成为大众生产生活方式的助手,使自身非常容易地适应其开发者和赞助者的需求和优先权。

无线电广播在美国的发展

1920年的制度结构仅仅把这种新型的自然资源看作是另外一种完全由市场因素决定其价值的商品。因此,在这种市场判断中,无线电广播的商品价值首先就可以根据售出设备的数量来衡量。作为更具吸引力的收入来源,零售广播时间很快成为可能。这使得私人拥有无线电频道成为有产者的首选目标。评价这种新型媒体的这些标准不可避免地导致无线电频率的物理特性被极大地忽视、无线电的社会重要性不被人们所重视、无线电对国家目标的普遍适用性遭到严重曲解。从一

开始，在这个社会中就没有任何力量能够或者具有足够影响力来保护国家和民众在这种新型资源中的利益。相反，各种企业联合体为取得对广播媒介的垄断控制权而你争我夺，而公众则首先被看作是设备的消费者，接着被看作是可以销售的受众。

最初政府对于广播并没有什么兴趣，这使广播的初期发展获得了不负任何责任、随意发展的机会。除了需经美国商务部的草草批准，没有任何许可证的控制。到1924年，也就是在正规的广播出现3年以后，“已发放了1000多个广播许可证”^[1]，广播公司“遍布美国各地，泛滥成灾，几乎不考虑公众的需求及其引发的大量冲突”。^[2]由于广播公司只对聚集的听众感兴趣，大多数广播电台只服务于城市地区。

竞争造成了巨大的浪费。在最初的3年内建立的广播电台有一半以上退出了。^[3]到1927年，使用频率的重叠造成频谱极其混乱，以至于收听广播成为一种折磨。私人广播公司被迫在分配频率方面寻求政府管理当局帮助。

开办广播公司显而易见的自由和广播电台的庞大数量轻易地掩盖了牢固掌握的公司控制权这一潜在结构。生产无线电设备和无线电信号传输的专利权由两家有影响力的商业集团所控制，它们相互争夺这一处在发展中的产业的完全控制权。其一是“无线电集团”，其成员包括两大电器设备制造商——通用电气、西屋电气公司以及两者的合资公司、代表小派系的美国无线电公司。另一派是美国电话电报公司，那时也是一个强大的企业集团。美国电话电报公司的一个秘而不宣的野心就是要独家控制广播，同时保护其在电话通信中的大量投资和领先地位。^[4]

[1] William Peck Banning, *Commercial Broadcasting Pioneer, the WEAJ Experiment, 1922—1926*, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts, 1946, pp. 232—233.

[2] Hiram L. Jome, *Economics of the Radio Industry*, A. W. Shaw Company, Chicago, 1925, p. 70.

[3] *Ibid.*, p. 71.

[4] N. R. Danielian, A. T. & T. *The Story of Industrial Conquest*, The Vanguard Press, New York, 1939, p. 121.

虽然控制广播是两大集团的最终目标，但是公众对广播的兴趣使它们将重点暂时放到了无线电设备的生产上。小型无线电设备生产商的涌入使得这个市场产生了一种动态的竞争。但是美国无线电公司和无线电集团掌握的专利权使他们拥有了生产优势，并且能够收取其他生产商应该缴纳的专利费。尽管与垄断力量早期占据的牢固地位有关，但更重要的是这种新型媒介早期疯狂强调设备制造所带来的后果。

由于广播本质上是一种传播工具，只是偶然成为一种制造业的活动。但美国工业的发展完全颠倒了合理的主次顺序，使得传播的目标（无论被当作什么）服从于接收设备的生产和销售。就像一篇报道所说：“美国无线电公司的创立者们更加关注的是谁销售这种接收设备，而不是这种神奇的接收设备会产生什么。”^[1] 222家无线电和电器设备制造商只是部分地说明了早期广播业被制造业集团所控制的程度，这些制造商在1923年也发展成为广播公司。所有权归属制造商的电台也成为最具影响力的传播者。

制造商们认为如果扩大广播，就会刺激产品的销售，这种观点可谓有根有据。不管广播电台信号的减弱还是相互干扰，民众对广播的热情惊人地高涨。从1922年到1925年，拥有收音机的家庭从占总人口的2%上升到10.1%。生产的收音机价值也从1922年的500万美元上升到1926年的1亿美元，此后甚至上升得更快。大量的无线电设备涌入市场既满足了公众对于及时分享新的、奇妙的广播的需求，也给制造商们带来了无穷的利润。如果说美国广播业的未来也由亿万次个人购买交易所决定，无论多么不经意地决定，这种决定都不是非常明显的。一旦拥有收音机的人数达到上百万，就会引发一连串的后果，而这种新的媒介也就在美国家庭中扮演起一个当前人们非常熟悉的传统角色——推销员。

大量的广播听众为美国已经成长的大规模工业企业提供了一个可靠

[1] L. White, *The American Radio*, University of Chicago Press, Chicago, 1947, p. 12.

的、非常配合的市场。制造商希望出售其商品的需求迅速与收音机拥有者希望通过他们新买的设备收听节目的期望联系起来。商业广播成为这两种截然不同的利益的产物。一位记录早期无线电的编年史家写道：“……公众通常并没有认识到广播必须要找到一些自立的手段，否则就会灭亡。在广播从繁荣走向衰落之前，无线电设备制造商可能会有开办广播电台的动机。但一旦广播成本高到损害其利润获取，他们也一定会关闭他们的无线电台。”^[1]在1927年，新建立的联邦无线电委员会(FRC)在其第一份正式的意向书中表明其完全向市场力量让步，它说：“目前我们必须接受广告是广播唯一的支持手段，必须采取管制来防止滥用或过度使用特权。”^[2]

销售广播时段为赚取可观的利润创造了条件，带来了希望。无线电台的所有权也提供了极具吸引力的投资良机。虽然无线电频率一直是人们共有的一种自然资源，但是一直都没有废除的颁发电台许可证的做法，还有允许销售电台的行为“事实上把广播频率当成了一种私有财产”。^[3]

市场经济把广播媒介先是推向了设备制造商的手中，接着又将它推向商业广播公司的怀抱。不管其他的利益群体有什么优势，他们都无能为力。无线电广播成为加速的生产与消费循环中的一个有效的参与者。在电视出现之前，广播一直是美国最具有说服力的、报酬最高的推销员。

教育广播

曾经有人试图将广播用于教育目的，但发现其面临着一个并不十分

[1] G. L. Archer, *History of Radio to 1926*, The American Historical Society, New York, 1938, p. 286.

[2] Federal Communications Commission, *Public Service Responsibility of Broadcast Licensees*, March 7, 1946, Washington, D. C., p. 41.

[3] Erik Barnow, "A History of Broadcasting", Volume 1 to 1933, Oxford University Press, 1966, p. 178.

友好的市场环境。收音机的大批量生产在5年内创造了全国的听众。由于节目制作昂贵，甚至非常糟糕的节目，其制作也是如此，因此，广播节目只有吸引最广泛的听众才能获得其商业支持。

无论感到多么羞怯，人才还是朝着薪金丰厚的商业广播媒介方向转移。与这种全国性的广播模式相反、小本经营的教育广播举步维艰。它既不能满足自身的需要，也不能与其商业对手的通俗性相竞争。在1921年到1936年之间拿到许可证的202家教育电台中，有164家被允许终止经营或者转让给商业利益集团，而且大部分都是1930年前。^[1]因此，在关键性的成型阶段——广播应用的前20年间，无线电广播显示其在提高人力资源方面的能力的机会极为有限。

尽管广播已成为这个国家盛行的资源利用模式的一部分，它还成为进一步促进并推广那种模式的极其有效的工具。当广播对于提高人类素质的潜在作用被更加广泛地认识到，并且在更加完善的基础上建立起众多的教育电台时，它的成人听众已经被新兴的、更具吸引力的电视媒体吸引走了。由于被划分到缺乏吸引力的正规的教育频道中，后来的非商业性质的无线电台的作用也就很有限了。这样，公众服务广播被早已习惯于商业节目的广大听众孤立了。

美国电视的早期经历

无论广播20多年来多么令人失望，并且没有履行其承诺，电视实际上重复了广播的发展模式。在早期，私有决策者寻求短期利润，利用公众对于这种新媒介的兴趣迫切追求狭隘的利益。到1945年，联邦通信委员会接受了电子工业中一些较为有影响力的成员的观点，批准了电视的战前技术标准。这个工业的领导者们认为，没有时间来开发在

[1] L. White, *op. cit.*, p. 101.

当时几乎没有人使用的频段——电磁频谱中的超高频(UHF)。虽然很多人警告不要把电视信号的传输放到已经拥挤的甚高频(VHF)频段,但这正是美国无线电公司和其他有实力的无线电公司在战前投资进行研发的领域,他们期望很快由此获益。公众为这种新型的媒介产品着迷,迫切地购买电视机。设备的生产再一次优先于——实际上是消除了——对媒介内容的关注。电视机厂家的零售产值从1946年到1967年底总计达到233亿美元。

要引诱消费者决定花钱购买电视机,电视台必须提供稳定的节目播放时间表。电视从一开始就完全依赖于广告收入来维持运行,广播早年所具有的不确定性特征并没有出现在电视身上。商业电视努力寻求大量的观众来吸引广告赞助商的广告,并吸引更多的新主顾。电视的成功可以用一条上升的广告时段销售曲线来说明:广告时段销售额从1948年的不到900万美元攀升到1966年的18亿3500万美元,1966年的电视广告时段的销售总额是广播电台的两倍(广播的广告时段销售额是9亿1200万美元)。^[1]

我们不难想到,就像早期的广播一样,人们同样没有重视加强电视频道的利用能力。如果说两者有什么区别的话,那可能就是后者的资源浪费更加严重、危害更大。视频和音频刺激相结合产生了无法抗拒的观念和影像创造力。商业电视已经播出的节目所具有的情感和教育含义值得注意,就像薄弱的、或者不成功的、或者不存在的教育电视尚不能提供的内容一样重要。

美国的教育电视

教育电视(ETV)早期的经历类似于使非商业广播衰弱的经历。由

[1] *Television Fact Book*, 1968—69, pp. 51a and 55a.

于无法获得慷慨的资助，教育电视根本无法和在全国范围发送信号的私有的电视网竞争。不仅如此，除了其薄弱的竞争地位，教育电视在技术上也处于劣势。

联邦通信委员会最初决定把电视广播放在甚高频频段，这一决策是一个严重的管理错误。由于电视信号传输需要更多空间，只能利用更高的频带，即所谓的“超高频”。到1952年，联邦通信委员会在超高频频带上开放了70个频道，并把很多频道都预留给教育台。不幸的是，设备制造商却没能生产出能够同时兼容甚高频和超高频的接收器。由于造价更加昂贵，制造商不愿意把定价较高的设备大量投入市场，以免冲击其整体的销售。

这种混乱的商业利益造成的最终结果就是教育电视几乎无法运转，因为大多数教育电视台已经被分配在频谱的超高频频段播放。据联邦通信委员会估计，1962年，“在全国5200万台电视机中，仅有870万（不到17%）台电视机可以接收到在超高频频段播送的电视信号”。^[1]在整个20世纪50年代，超高频范围内近80%的指定频道没有得到利用。^[2]直到1962年，国会最终通过立法强制电视机制造商们在1964年4月30日以后生产能接收到所有频道（包括12个甚高频和70个超高频）信号的电视机。

最近这些年非商业广播和教育电视的些许发展仍然无法弥补最初的退步。虽然联邦通信委员会主席不断对“教育电视要永远为生存而斗争”^[3]的这种状况表示痛惜，但资金筹集仍然是一个迫切需要解决的难题。作为商业广播体制的副产品，另一个难点就是节目被分成教育类

[1] N. Minow, Chairman, Federal Communications Commission before the Subcommittee on Communications, Committee on Commerce, U. S. Senate, February 20, 1962, Hearings on All-Channel Television Receivers, 87th Congress, 2nd Session, on S. 2109.

[2] 提到这一点，奥伦·哈里斯议员——州际与外国商业立法委员会主席断言：“……我们在这个世界上拥有的最有价值的资源就是频谱……但目前部分频谱的使用也许是资源浪费方面最突出的例子之一。”来源：Hearing on H. R. 8031, 87th Congress, 2nd Session, March 5, 1962, p. 29.

[3] *New York Times*, October 3, 1964.

(非商业类)和娱乐类(商业类)。这种区分完全破坏了教育产品,并将其有益的影响力降到最低。

论及未能将电视的提高人力资源的潜力最大化,前全国教育广播业者协会主席宣称:“关于教育在电磁频谱上的权利,联邦通信委员会、国会、商业报刊、或者工业企业过去的记录都没有给我留下什么深刻的印象。”^[1]坚持对资源利用方面的糟糕表现采取单一的解释会产生误导,然而美国广播电视的经历似乎不可避免地得出一个结论:事实证明,市场经济没有能力提供现代相互依存的社会中合理的资源利用所需要的综合配置。

对于某些资源来说,尤其对于无线电频谱来说,一定的计划是其物理利用不可或缺的先决条件。例如,忽视频率分配很容易造成频谱的无序状态,就像20世纪20年代出现的情况那样,造成所有人都无法使用频谱。此外,电磁波的特性使得它最适用于某些特殊用途。必须预先考虑如何把资源的终极使用和资源的物理特性相匹配,这样,如果电视属于超高频频率,就不能将其放在甚高频频带。一旦技术决策已经做出,要改变就要付出很大的代价,并且很不方便;例如,那些接收甚高频信号的设备不追加资金就很难变成超高频设备。没有计划的资源利用造成的社会后果一直以来困扰了我们几代人。

1937年,联邦通信委员会回顾了无线电广播的发展进程,得出结论:“……现有的广播机构是新技术的产物,就像其他新兴工业一样,在人们尚未完全理解其社会重要性之前发展起来。”^[2]此后,广播在技术上取得长足的进步,随着电视的出现,一种全新的、更具影响力的频谱利用出现了。如果说以前曾经不被理解,那么如今这些强大的传播媒介的社会重要性已经不再不被人理解了。事实上,这个私有经济社

[1] H. J. Skornia, "A Pandora's Box of Dissent and Challenge", *Audio-visual Instruction*, April 1964, p. 224.

[2] Federal Communications Commission, *Report on Social and Economic Data Pursuant to the Information Hearing on Broadcasting*, Docket 4063, Beginning October 5, 1936, G. P. O., 1938, p. 11.

会中最具影响的力量已经充分理解其重要性。使用人民的财产——空中电波的广播媒介被专门用于满足私人富裕的目的。更加危险的是，广播与电视的广大观众经常被其提供的内容所说服，而这些内容描述了文化、政治以及经济现状的理想状态。戴维·波特把商业广播的影响描述为：“使个体喜欢他收到的内容——强化已有的态度、缩小选择的范围和减少选择的种类、提升物质消费价值观。”^[1]

传播媒介本应成为社会变革的有力机制，相反却成为国家重组的主要障碍。传播媒介被市场经济的主导势力所掌握，被用来宣传狭隘的国内和国际目标，同时使得不同的道路看起来似乎不受欢迎，并防止人们知道这些道路的存在。

[1] David Potter, *People of Plenty*, The University of Chicago Press, Chicago, 1954, p. 188.

第三章

国内的传播联合体

第一部分：政府部门的军事化

“一个自由社会的支柱之一就是传播自由。这个社会的商业、教育、政治、精神风貌以及安全都依赖于信息与思想的无阻碍的、非辅助性的交流。”

——引自《远程通信——发展计划》，总统的通信政策委员会报告，华盛顿，1951年3月

本世纪美国实力的增长与战争密不可分——为战争做准备以及发动战争。20世纪30年代的经济大萧条通过第二次世界大战的爆发才得以结束。人们会记得，在1939年战争爆发前夜，即10年的经济停滞之后，数以千万的美国工人失业。不仅如此，自广岛事件之后，美国几乎投入了1万亿美元用于生产武器装备，并为军事介入提供资金，其中包括两场相当大的战争（朝鲜战争和越南战争），以及无数次小规模的对战（希腊、黎巴嫩、刚果、古巴和多米尼加共和国）。由此创造了一种分裂的国内环境，这个环境为大量人口找到不断增加的物质福利，同时在很大程度上依赖普遍存在的令人麻木的恐怖。

一些人所谓的“战时经济”^[1]的基础正是美国的企业界，它们几乎本能地把国内外的社会变革解释为一种威胁——对其不停地赚钱的机会

[1] Terence McCarthy, *The Garrison Economy*, Columbia Forum, Fall, 1966.

的威胁。由于世界大部分地区都陷于一种结局和后果未知的社会动乱中，冲突的可能性难以置信地大而且持久。在美国的领导层看来，重要的是在当前众多的“威胁”中识别出最危险的威胁。

在这样一种氛围中，也就无怪乎总统艾森豪威尔在他 1961 年的告别演说中指出，“军事—工业联合体”的出现影响了国内生活各个层面的决策。更加不祥的是，6 年后，即两届政府以后，前总统肯尼迪和约翰逊的科学顾问杰罗姆·威斯纳写道：“冷战已经结束，但军备竞赛却轰轰烈烈地展开了。”^[1]他把这一悖论归因于军事—工业—技术的联合，这一联合体在国会和传媒领域找到了强有力的支持者。

艾森豪威尔提醒人民和政府的代表们警惕连年不断的突发事件带来的威胁：

“在政府的各类会议上，我们必须预防军事—工业联合体获取任何未经许可的影响力，无论它是否试图探寻这种影响力。错位的势力导致灾难的可能性存在并将持续下去。我们一定不能让这种联合势力威胁我们的自由或者民主进程。我们不要认为凡事都理所当然。只有具有警惕性的、有见识的公民才能促使强大的工业和军事防御机器同我们的和平策略和目标有效地配合，惟有如此，安全与自由才能共同繁荣。”^[2]

丰富的知识是民主国家中的公民所必备的。如果人民见多识广，他们就可能对自由的潜在威胁有所警惕。然而，如果这种军事—工业联合势力在信息机构内部成长为最强大的势力，那么会怎么样呢？也就是说，如果警报系统被它明确反对的那些势力所分离，又会出现什么样的情况呢？

[1] Jerome Wiesner, "The Cold War is Dead But the Arms Race Rumbles On", *Bulletin of the Atomic Scientists*, June, 1967.

[2] *The New York Times*, January 18, 1961.

需要不断地强调传播在一个复杂的大众社会中的影响力和重要性。信息的专门使用权被认为是通向权力的通道。对于传播媒介的控制通常是取得政治权力的首要一步。位于现代组织机构中心的信息机构传播信息的方式远不是随意的。同时，目前的电子系统传播信息的数量、形式和速度已经在人际关系和群体关系中产生了一种性质上全新的要素。电信在今天成为最强劲的力量，不仅影响意识形态而且影响社会物质基础。

最近几十年，公众的注意力集中于半动员状态的经济的明显标志上。国防部的合同、征兵、海外军事基地、局部战争、政府的物价—工资“方针”以及类似的现象，无论在战争期间还是在和平期间都不是容易识别的国家特征。一些人不太熟悉的是社会自身的结构性变革，因为这种变革使其日常机能适应了长时期的紧急状态。

国内传播机构处于不断变革的社会制度的核心，它在自身经历着深刻的重构的同时，也依靠其强有力的信息权威促进整个社会的变革。

自二战以来，美国传播机构出现了三项明显的变革。其一是军事力量对美国政府通信机构的影响不断增强。其二是“民用”军事—工业传播集团的不断扩大。其三是美国军事传播在维护国际社会现状中发挥特殊的作用。本章着重回顾美国政府内部的通信活动的演变。

美国政府通信机构的演变

实际上，自无线电广播在美国出现以后，无线电频谱的使用就在私人部门和政府部门之间实行了分割。除了因自由放任导致的短暂的混乱时期，私人传播公司一直由联邦政府权威部门所管制。在1927年到1934年间，行使管制职责的是联邦无线电委员会，后来是联邦通信委员会(FCC)。

政府的无线电广播在美国总统的直接领导下开展活动。所以无线

电频率的分配和政府广播的特点也就直接成为总统关注的事情。满足政府用户对频率的需求需要总统的批准。

尽管总统全权负责所有政府广播，但自1922年开始，该项工作由一个政府部门间的委员会来辅助总统实施，该委员会把频率分配给一些申请人。部门间无线电顾问委员会(IRAC)最初是一个志愿组织，它在联邦政府机构内持续存在了45年。因此，部门间无线电顾问委员会在政府机构中的地位 and 影响也就决定了政府的通信政策的方向，有时也决定了影响但超越通信利益集团的一些事情。

个别政府机构的特点通常也许能说明大部分社会进程的特点。在这个技术进步的社会，我们可以通过研究部门间无线电顾问委员会不断变化的组成、关注历史上部门间无线电顾问委员会在整个政府机构中所占的位置来理解政府通信的发展。

25年的战争和国际紧张局势都可以在部门间无线电顾问委员会内部决策的分配以及它在美国政府整个行政机构中的位置上有所体现。的确，政府在国家经济中不断扩大的功能、先进的通信工具在所有政府活动领域中的应用都增加了部门间无线电顾问委员会的工作量，也使其频率分配决策对于组成它的政府部门越来越重要。除此之外，对频谱空间的总的需求越来越大，这给无线电频率的军用需求造成压力。

据最近的一项评估，政府的那部分频谱被军队占用了约五分之三。^[1]那么全部频谱中有多少被军方所掌握就无从得知了。技术及安全因素阻止将这种严格划分的那部分频谱归公众所有。一位作家写道：“目前，根据一项从未正式规定的原则，将频谱总量的一半都交付给政府和军事机构使用，超出联邦通信委员会的管辖范围。没人知道这种分配是不是正确。”^[2]

[1] Paul T. Miles, Office of Telecommunications Management, Reported in *Telecommunications Reports*, Vol. 32, No. 28, June 20, 1966, p. 24.

[2] “Breaking TV Out of Its Box”, by Lawrence Lessing, *Fortune*, September 1964, p. 178.

几年前的另一项评估指出，无线电频谱只有 30% 可以被非政府用户所使用，而剩余的 70% 为美国政府机构所控制，其中 40% 为美国政府专用，完全脱离民用。^[1]

无论是哪一种评估都证明相当大的一部分无线电频率都预留给政府所用，而其中的绝大部分都为军事机构所控制。这个铁铮铮的事实决定了给政府用户分配频率的机构的发展。在部门间无线电顾问委员会内部，同其他电信用户相比，军队的地位越来越高。

在 1922 年，部门间无线电顾问委员会由联邦政府内对无线电传播感兴趣的部门和机构自发建立，当时出于记账和会计的需要，它归属于以商业为中心的美国商务部。这个部门同商务部部长合作，在最初的 11 年中，部门间无线电顾问委员会主席是美国商务部的代表。在此期间，总统是在商务部部长的协助下来给政府用户分配无线电频率的，而部门间无线电顾问委员会则向该部长提供建议。

随着 1934 年联邦通信委员会的建立，总统要求其主席协助他管理通信事务，同时还保留部门间无线电顾问委员会在频率分配方面的顾问职务。部门间无线电顾问委员会的主席一直由联邦通信委员会的代表担任，直到 1941 年后才重新由商务部代表担任了 2 年。

在二战之前，部门间无线电顾问委员会是一个由无线电频谱的许多政府用户组成的部门间的机构，但它牢牢地依靠民间人士的领导和行政权威。

在 1941 至 1945 年战争期间，美国总统签署的一系列行政命令，首先创立了国防通信委员会 (Defense Communications Board)，接着成立了一个战时通信委员会 (Board of War Communications)，而部门间无线电顾问委员会是这两个部门的顾问委员会。部门间无线电顾问委员会

[1] Testimony of Donald C. Beelar in. *Space Communications and Allocation of Radio Spectrum*, Hearings before the Communications Subcommittee of the Committee on Commerce, U.S. Senate, 87th Congress, 1st Session on Space Communications and S. J. Res. 32, August 1, 23, 24, 1961, Washington, D. C., p. 168.

自1938年以来就一直接受单独拨款，在从二战结束到朝鲜战争爆发这个简短的间隔内，部门间无线电顾问委员会的专项基金仍然依靠联邦通信委员会财政拨款。在此期间，其主席先后来自：美国陆军部(1946年)、商务部(1947年)，内政部(1948年)，海军和国务院(1949年)、财政部和商务部(1950年)、商务部(1951年)。

军方接管部门间无线电顾问委员会

二战结束后仅5年时间，美国回到一种局部的动员状态。就通信而言，“朝鲜冲突和世界紧张局势使国防对于频率的需求显著增长”。^[1]

1950年到1953年朝鲜战争升温，似乎与之相一致，部门间无线电顾问委员会从本质上是一个民间的部门间机构永久地转变成军事计划和动员的附属品。战争对于部门间无线电顾问委员会的影响是直接可见的。那个时代的标志——1950年新成立的中央情报局(CIA)在1951年和1952年短暂地“露出水面”，在部门间无线电顾问委员会内安插了代表，此后又重回到与之相宜的隐蔽状态。

1951年10月，杜鲁门总统颁布行政命令(10297号行政命令)设立了总统电信顾问一职。命令规定部门间无线电顾问委员会要向电信顾问报告并协助其工作。同年，由于活动增加造成其有限的财力出现紧张，部门间无线电顾问委员会面临预算危机。直到新任命的电信顾问“说服国防部拨款29270美元增加其1952财政年度剩余的资金”^[2]，问题才得以“解决”。

[1] “The Interdepartment Radio Advisory Committee”, Executive Office of the President, Office of Emergency Planning, Office of the Director of Telecommunications, August 2, 1965, p. 2.

[2] Ibid., p. 15.

从此，部门间无线电顾问委员会的管理和资金都开始依赖军事机构。仍然由联邦通信委员会赞助的部门间无线电顾问委员会在1953财政年度未能筹到足够的预算维持其活动，电信顾问在总统的授意下“召开部门间无线电顾问委员会成员会议，建议实施一个以每个机构向部门间无线电顾问委员会申请的无线电频率的使用数量以及对每个机构在全国电信业务中的利益评估为基础的赞助方案”。^[1]该建议方案付诸实施，部门间无线电顾问委员会从其成员机构按比例支付的赞助款中得到了1953和1954财政年度的资金。根据这种投资方式，作为当时最大的用户和最经常的频率申请者，国防部成为部门间无线电顾问委员会预算的主要来源。

1953年6月艾森豪威尔总统签署的另一道行政命令(10460号行政命令)把电信顾问的职能转移给国防动员局局长。在这道命令下，部门间无线电顾问委员会的行政管理部门就由以前的民用部门——联邦通信委员会——转移到高度关注国防和军事问题的一系列管理机构。

部门间无线电顾问委员会的拨款请求也相应地转移到国防动员局(ODM)的预算中，并且至今仍然在其后继机构——民防与国防动员局(OCDM)及应急准备局(OEP)的预算中。稍早些，即1953年10月，联邦通信委员会在部门间无线电顾问委员会的成员资格中止；但在部门间无线电顾问委员会—联邦通信委员会联合会议的开幕式上，一个联络员代表联邦通信委员会发言。正如一位观察家所指出的，这很难发展为一种平等的关系。^[2]

正如预言所指出的，部门间无线电顾问委员会越来越依赖于政府军事部门的资金和管理，这反映在其内部组织和行动的方向上。一位前

[1] “The Interdepartment Radio Advisory Committee”, Executive Office of the President, Office of Emergency Planning, Office of the Director of Telecommunications, August 2, 1965, p. 16.

[2] Victor G. Rosenblum, “Low Visibility Decision-Making by Administrative Agencies: The Problem of Spectrum Allocation”, *Administrative Law Review*, Vol. 18, Fall, 1965, pp. 19—54.

陆军代表在 1952 年担任部门间无线电顾问委员会的主席职务，并于 1953 年被任命为总统的电信顾问。接着从 1954 年到 1965 年，这个部门间委员会的主席是 W·E·普卢默。他曾经是在 1951 年进驻部门间无线电顾问委员会的中央情报局代表，后来先后被任命为国防动员局、民防与国防动员局的代表，并最终成为应急准备局的代表（这些机构是自 20 世纪 50 年初起一个接替一个的动员机构）。

部门间无线电顾问委员会是国防部的通信计划转变为国家政策的渠道。例如，在 1960 年，部门间无线电顾问委员会的军事代表向该委员会提交了国防部草拟的提案，期望于 1963 年在日内瓦召开的国际无线电大会上提交。

“……部门间无线电顾问委员会的国防部代表在 1960 年间作了全面的调查研究，形成了供即将召开的第四届国际电信联盟（ITU）大会讨论的美国的频率分配建议草案。结果是早在 1961 年 1 月，这些草案就被作为正式提案交给了部门间无线电顾问委员会。而这些正式提案随后经部门间无线电顾问委员会修正，并融入了包括国家航空航天局（NASA）在内的其他机构的意见和需求，同时还与联邦通信委员会的联络代表进行了非正式的协调……”^[1]

1963 年秋天，美国谈判代表在日内瓦就五角大楼起草的草案与其他国家达成协议。50 兆周的无线频谱预留给了空间通信专用，美国专家普遍认为这种分配只对军事目的有用。国防部的军事目标是在反击现有的和预期的叛乱活动的过程中把这些空间通信专用频率用于便携式发射机。^[2]

[1] *Space Communication and Allocation of Radio Spectrum*, op. cit., pp. 185—186.

[2] *Satellite Communications—1964, Part I, Hearings before a Subcommittee of the Committee on Government Operations, House of Representatives, 88th Congress, Second Session, August 6, 10, and 11, 1964.* pp. 193, 109—110.

在部门间无线电顾问委员会的工作、资金筹集、组成及其在官僚机构中的位置都逐渐向军事组织靠拢的同时，同样的通信状况也发生在政府的最高层面。

国家通信系统的形成

关于电信在持续的全球紧张局势中对美国国内及国际权力地位的重要性的清醒认识在国会内外引发了激烈的争论，争论的焦点集中在“国家”电信政策的必要性上。当时在国防部负责调查研究的哈罗德·布朗博士论证指出：

“认识到这一点很重要，即我国国内及国际电信系统对于我们的军事态势、冷战斗争、甚至整个冲突过程都是非常重要的因素。现今我们不能单纯认为我们的通信系统只是受管制的民用行为，而应认识到它是我们在生存斗争中的国家政策的基本工具，我们要建立与我们所处的形势相一致的政策和组织……”^[1]

在联邦通信委员会的参与下，由部门间无线电顾问委员会做出非正式的决策——相对随意地分配无线电频谱在很多人看来似乎既不合适，也已过时。私人用户及政府用户对频谱空间迅速增加的需求使得从前用来缓解冲突需求的频谱丰富的良好氛围消失了。当作为部门间无线电顾问委员会成员的用户为了各自的特殊利益而向它施压时，部门间无线电顾问委员会如何能够做出客观的分配决策就不得而知了。

同样令人迷惑的是这种分裂的职权：联邦通信委员会行使私人的以

[1] “Space Communications and Allocation of Radio Spectrum”, op. cit., p. 184.

及非政府部门的频谱分配职能；部门间无线电顾问委员会处理政府机构对频谱空间的需求。这些部门的要求如何能在公平、有效和重要性的基础上得到协调？一位国务院发言人解释了这种困境：

“我们处于一种特殊的境地。大家知道，国外的大多数国家都有邮政、电报和电话部门，有时是在一位部长的统一领导下。而我们这里则是分离的。一方面，我们有政府，另一方面我们又有私人企业。当然，私人公司服从联邦通信委员会的管理，而政府在部门间无线电顾问委员会的代表是民防与国防动员局。但无论是政府部门的还是私人企业的传播机构，没有任何一个高级机构为其制定整体的规划。”^[1]

无论他们的动机如何，这些担忧是有理由的。尽管无线电频谱被分成两个部分——政府部门和私人企业，无线电频谱仍然是一种自然资源，要想有效地利用这种资源，就必须将其看作整体来综合使用。这种划分违反了这一资源的整体性，不可避免地造成了争执和低效。两个部门的需求都稳步增长，虽然由于技术进步频率供应有所扩大，但仍然有限。频谱内的用户越来越多，频率分配不再是一件容易的事情。同样棘手的是，快速发展的技术经常使设备过时。有时技术会为过去做出的频率分配建议新的更好的用途。当频谱被人为地分成政府频带和私人企业频带，由于双方都会顽强地防守已经取得的优势，因此，用途上的修正和改变也就更难确保了。

这样一来，20世纪50年代迅速发展的通信研究开始寻求频率分配的统一，但美国频谱利用的分散性却无法克服。1950年成立的杜

[1] Ibid., p. 195, Statement of Francis Colt de Wolf, Chief, Telecommunications Division, Department of State.

鲁门总统的通信政策委员会(Communications Policy Board)建议设置电信顾问一职,总统接受了这一建议。然而,1953年电信顾问辞职后,他的职责先是分给了国防动员局局长,接着在1958年的机构重组中分配给了民防与国防动员局。通信管理的职责仍然处于分离状态,无法解决。^[1]

有限的统一最终在军事力量的保护下得以实现。如果说1950年爆发的朝鲜战争有助于在部门间无线电顾问委员会的组成和管理机构内形成一种军事联合体,那么10多年后发生在1961年和1962年的古巴与美国的遭遇战,就成为美国政府通信机构第二次更为普遍的军事化的根源。

按时间顺序来描述很重要。1962年2月16日,肯尼迪总统颁布行政命令(10995号行政命令),在1961年成立的应急准备局(继民防与国防动员局之后的一个动员机构)内设立了一个电信管理主任的职位。电信管理主任又有了第二项职责:应急准备局的副局长。部门间无线电顾问委员会以电信管理主任的新职位——应急准备局副局长顾问的身份被置于应急准备局的管辖范围内。

“然而电信对于国家安宁和幸福,以及外交事务的处理至关重要……”,^[2]以这段话开头的行政命令起因于古巴与美国不断发生的突发事件所造成的危机气氛。在猪湾入侵期间集中了美国军事和外交努力的通信问题暴露了这个国家通信网络的许多弱点。肯尼迪的行政命令试图克服这些不足,这是自10多年前杜鲁门总统试图在政府行政部门建立统一的通信决策中心失败之后第一次认真的努力。

为什么一个动员机构管理着政府的所有电信系统?这个疑问出现

[1] See, Special Advisory Committee on Telecommunications, (Cooley Committee) Report, December 29, 1958, reprinted in *Spectrum Allocation*, Hearings before a Subcommittee of the Committee on Interstate and Foreign Commerce, House of Representatives, 86th Congress, First Session, June 8 and 9th, 1959, pp. 40—46.

[2] Executive Order, No. 10995, February 16, 1962. Federal Register, February 20, 1962(1519)(27F. R.)

在国会听证会上。针对“为什么和平时期频率分配的职能归属应急准备局？”这个问题，电信管理主任回答道：“我可能无法给出一个好的理由。这经历了一系列的变化，可以追溯到1951年，当时它属于民防与国防动员局的职责，后来当该组织演变为应急准备局时，频率分配就成为应急准备局的一项职能了。”^[1]

将电信管理主任任命为应急准备局副局长，这无疑是为了集中控制政府的通信。这在多大程度上使政府通信军事化只有到后来才引起人们的重视。相关的措施也迅速跟进。美国政府似乎感觉到目前正在升温的全球社会主义革命都集中到了古巴。时任五角大楼的国防通信总署(Defense Communications Agency)署长，管理所有的国防通信的陆军中将斯塔伯德证实：

“古巴危机出现后，就有必要把所有通信机构迅速集中到一个特殊地位。

弗勒德代表：在猪湾事件期间还是后来逐步形成的？

中将斯塔伯德：逐步形成的(有删节)、拉丁美洲是一个通信不太发达的地区……”^[2]

美国政府非常关注与遥远的“麻烦”地区的即时通信，这成为其国家安全议程中高度优先的事情。在另外一次国会委员会上，国务院也确认：

“部门间通信委员会，即所谓的奥里克委员会是在古巴危机期

[1] *Satellite Communications—1964 (Part 2)*, op. cit., Hearings before a Subcommittee of the Committee on Government Operations, House of Representatives, 88th Congress, Second Session, August 6, 10 and 11, 1964. Statement of Lt. General James D. O'Connell, Special Assistant to the President for Telecommunications, p. 752.

[2] Hearing before the Subcommittee on Department of Defense Appropriations of the House Committee on Appropriations, 88th Congress, Second Session, *Department of Defense Appropriations for 1965*, p. 699.

间依照白宫签署的国家安全决议建立的。正当国务院在通信方面有困难的时候，当时任国务卿行政助理的奥里克先生被任命为主席。”^[1]

这一特别委员会的总结报告建议建立国家通信网络，1963年8月21日，肯尼迪总统在当时提供给政府部门和机构头目的机密备忘录中确定建立国家通信系统。国家通信系统的出现标志着国防部正式承担了对所有政府通信(至少是长线通信)的管理职能。

总统的备忘录是用军事紧急状态的话语来表达的，虽然在整个联邦通信网络中，相当大的一部分都没有任何军事意义。^[2]

政策陈述指出：“国家通信系统的目标是在任何可能的情况下(从正常状态到国家非常时期，再到国际危机，包括核攻击等等)为联邦政府提供必要的通信服务。国家通信系统发展初期的重点是满足国家安全计划，尤其是海外地区的安全计划的通信需求。正如国家通信系统所保证的，该系统将会迅速分析和满足政府的其他需求，如同迅速满足危机需求一样。”^[3]

电信管理主任是根据1962年2月的行政命令设立的一个职位，主要负责制定国家通信系统的“发展和运营方面的政策指导”。同电信管理主任共享权力的是国家通信系统的行政主管，其任务是设计系统，执行长期计划，研究和开发，并处理其他用户机构的需求和优先权问题。

[1] *Satellite Communications*—1964(Part 1), op. cit., p. 353.

[2] 国家通信系统目前仍在发挥作用，年度运营成本超过9亿美元，不包括每年用于研究、开发、试验和鉴定的2亿多美元开支。在这笔开支中，1.43亿美元用于国防部以外的、与国家通信系统有关的政府机构的远程、点对点通信网络建设。在政府的年度通信开支中，大约85%被国防部占用。资料来源：Appropriation Hearings, DOD, 1965, op. cit., p. 706.

[3] Memorandum to the Heads of Executive Departments and Agencies, entitled “Establishment of the National Communications System”, August 21, 1963, The White House, reprinted in *Satellite Communications*, op. cit., pp. 592—594.

国家通信系统的军事化

当肯尼迪总统任命国防部长为国家通信系统的行政主管时，也就决定了这个新机构的命运。自从国家通信系统建立的 3000 万英里的通信线路中有 2400 万英里被国防部拥有或租赁时，军事组织就有望在这个新系统发挥主导作用。^[1]令人吃惊的是：电信管理部门愿意把整个政府通信机构移交给军事机构。虽然电信管理主任负责国家通信系统的政策方向和指导，而该系统的日常工作和直接决策完全由当时的国防部长麦克纳马拉掌控。麦克纳马拉部长首先任命斯塔伯德中将为国家通信系统的主管。而这位中将同时又是五角大楼国防通信总署的总管。麦克纳马拉先生授权斯塔伯德中将任用国防通信总署的军事人员为新的国家通信系统的职员，而国防通信总署为此也增加了人手。^[2]此后不久，斯塔伯德中将这样描述了他的任务：“……我被要求为国家通信系统这一民间机构履行的职责同我作为国防部国防通信总署署长的职责几乎相同。”^[3]

国防部的行政和执行机构如此彻底地接管国家通信系统令众议院拨款小组委员会的一位议员提出质问：

“为什么不是国防通信总署接管所有的职责？你们有强大的通信能力。为什么一定要额外设立一个办公室，增添新的

[1] *Satellite Communications*, Report prepared by Military Operations Subcommittee, Committee on Government Operations, 88th Congress, Second Session, House of Representatives, Washington, 1964, p. 82.

[2] Testimony of Lt. General Starbird, Hearings before Subcommittee on Department of Defense Appropriations, 88th Congress, Second Session, February 5, 1964, p. 688.

[3] National Communication Satellite Programs, Hearings before the Committee on Aeronautical and Space Sciences, United States Senate, 89th Congress, Second Session, January 25, 1966, p. 12.

人员？”

对此，国防通信总署的代理局长回答道：“依我所见……对于非军事机构来说，分别处理它们的通信需求会更合其心意。简言之，这些机构担心它们的需求在军事需求面前会逐渐消失。”^[1]

即使在今天我们都很难估计随着1963年国防部长担任国家通信系统的行政主管，政府权力内部发生了多大程度的质的变化。很多年来，国防部对大部分无线电频谱的优先占用涉及到许多其他的频率纠纷。甚至在国家通信系统成立以前，前电信管理主任欧文·斯图尔特就对军事部门对其自身的频谱需求的评估（更不用说它完全不顾其他政府用户需求的行为）提出质疑。斯图尔特问道：“……我们应该毫不怀疑地接受军方对其通信需求的评估以及满足需求的最佳方式吗？”^[2]作为国家通信系统的行政主管，国防部长可以单方面地判定所有其他政府用户的频率需求以及通信规划的适用性。甚至连国防部的最狂热的支持者们都感到这种权力似乎太大了。如最近的众议院军事行动小组委员会报告相当小心翼翼地提到：

“委员会在早些时期的报告中指出，作为电信资源的主要需求者，国防部不适合确定和评估其他政府用户的通信需求，或者制定政策来施加影响。我们建议由电信管理主任来承担这一职责。”^[3]

国防部长进一步被提升为国家通信系统的行政主管说明这样一个事实，即在新的通信系统运营的第一年，应急准备局内部的电信管理职位

[1] Hearings before a subcommittee of the House Committee on *Appropriations for 1966 the Department of Defense*, 89th Congress, First Session, February 26, 1965, p. 658.

[2] Irvin Stewart, "Telecommunications Management: The Strategy of Organizational Location", *Public Administration Review*, September 1963, p. 153.

[3] *Government Use of Satellite Communications*, Forty-Third Report by the Committee on Government Operations, 89th Congress, Second Session, House Report No. 2318, October 19, 1966, Washington, p. 10.

空缺。实际上，在国家通信系统第一年运营期间，除了国防部长担任的行政职位之外，这个惟一的电信管理办公室一直是空的。例如，在1963年和1964年间，就某些类型的通信卫星设备的可行性问题，新成立的通信卫星公司(Comsat)、美国政府和其他有利害关系的政府机构召开了微妙的三方谈判，国防部长麦克纳马拉作为美国政府的代表参加谈判，而他同时又是国家通信系统的行政主管。这种授权成为国会顾问罗巴克和后来被任命为电信管理主任的詹姆斯·奥康内尔之间交流的主题。

罗巴克顾问问道：“麦克纳马拉部长能够签署协议吗？签署协议是否应该是政府承担的任务？或者在某种意义上是否需要您或总统或者其他人批准呢？”

奥康内尔将军：“不。我的理解是他能够签署协议，因为他已被授权这么做。”^[1]

电信管理主任兼总统的电信特别顾问的职位最终有了人选，约翰逊总统于1964年4月18日任命美国陆军退役中将詹姆斯·D·奥康内尔担任了该职位。奥康内尔中将从1951年到1959年他退役之前这段时间曾经是美国陆军的通信主任。当参议院委员会讨论其任命时，新罕布什尔州的参议员科顿问道：

“……从西点军校到陆军中将，再到负责陆军通信工作的首席军官，作为一名职业军人，你有着长期卓越的业绩。你被任命到这个新的职位，需要评判或者调解军方、联邦政府机构和民间机构在卫星系统的使用方面可能发生、甚至非常可能发生的利益冲突或争端。你认为以你的背景，你的军方背景，你在处理三方之间可能发生的利益冲突或者意见分歧时能够从完全客观的立场出发

[1] *Satellite Communications—1964*(Part 2), op. cit., p. 758.

吗？”奥康内尔将军回答道：“科顿参议员，我仔细考虑过这个问题，我认为我能够做到客观。我想在这个职位上做到完全客观是非常重要的。”^[1]

众议院议员霍利菲尔德对委任一个退役的将军来监督国防部长在政府通信方面的行为表达了同样的不安。他问道：

“这不会阻止你建议总统采纳你个人关于通信系统的判断吗？即使这种判断对国防部长不利。”奥康内尔中将再一次回答道：“是的，不会。我会毫不犹豫地这么做。”^[2]

两年以后，仍然如此。当被问及是否认为国家通信系统的行政主管的职责应该由国防部长转移给他的部门——电信管理办公室时，奥康内尔中将断然拒绝了这一扩大其职权的提议——这对于一个官僚政客来说是一种异常行为。奥康内尔对于国防部长麦克纳马拉拥有主要决定权的劳动分工似乎非常满意。^[3]

军方和民间机构对政府通信的使用权在多大程度上由奥康内尔中将（以及国防部长麦克纳马拉）控制可以在下面这段对话中得到最简明的体现：

政府顾问罗巴克：“总统是总司令，因此他承担着国防的职责，根据1934年的通信法案，他有权分配政府频率，对吗？”

[1] Hearings before the Committee on Commerce, U. S. Senate, 88th Congress, Second Session on Nomination of James D. O'Connell, Director of Telecommunications, Office of Emergency Planning, May 5, 1964. Serial 61, U. S. Government Printing Office, p. 30.

[2] *Satellite Communications*—1964 (Part 1), op. cit., p. 498—499.

[3] *Government Use of Satellite Communications*, Hearings before a subcommittee of the Committee on Government Operations, House of Representatives, 89th Congress, 2nd Session, August and September, 1966, Washington, pp. 348—349.

对此，奥康内尔中将回答道：“这些已经委托给我了。”^[1]

也有不同的说法，在最近几届政府的管理下，政府通信机构已经非常机构化，以至于对频谱的政府用户的控制权集中到了国防部长办公室和电信管理主任办公室。电信管理主任办公室本身也设在一个动员机构——应急准备局内，其局长由军方的一名前任高级军官担任。

上述事件与政府通信机构被军方控制的管理机构所包围有关。在这些变化发生的前几年，总有抱怨说越来越多的频谱不受联邦通信委员会的控制和支配。1961年，一位观察家不满地指出：“多年来，随着无线电的政府机构用户的增加，联邦通信委员会的独立性逐渐变弱；而联邦通信委员会剩余的独立管理的无线电频率的数量也变得越来越少。”^[2]

联邦通信委员会自身早就已经表示，它完全愿意接受政府用户的要求，尤其是国防部门的要求，毫不在意这种行为会对非政府用户造成怎样的影响。1959年，联邦通信委员会主席约翰·C·德费尔先生宣称：

“我认为引起误解的观念是：行政部门、军事部门和国防部有着专门的职能，在不同程度上与整个国家的职能不同。要我说，在下一场战争中，不管是热战，抑或继续是冷战，这个国家的每一个公民不一定是军人的时代已经一去不复返了。

我们所有人都应该认识到这一点。我们应该把国防放在首位。这是联邦通信委员会首先考虑的问题。任何其他的事情都退居相对次要的位置。”^[3]

[1] *Satellite Communications—1964(Part 1)*, op. cit., p. 500.

[2] “Space Communications and Allocation of Radio Spectrum”, op. cit., p. 168.

[3] “Spectrum Allocation”, op. cit., p. 65.

虽然这只是个人的观点，但却代表了联邦通信委员会早已准备好放弃其职责——保护在无线电频谱的民用方面的公共利益。^[1] 联邦通信委员会委员尼古拉斯·约翰逊在为数不多的反对 1966 年 12 月美国国际电话电报公司与美国广播公司合并的意见中这样说道：“……联邦通信委员会应当有这样一个声誉，它决不只是一个彻底的警戒机构……”^[2]

全国教育广播业者协会的首任会长哈里·斯科尼亚教授最近用同样的口气写道：“管理美国 [私人] 广播的管制机构如果不能保护公众的利益，那么它就会成为笑柄。”^[3] 20 世纪 40 年代晚期的一项关于政府通信管理机构的研究也表达了其忧虑，指出，“在这一狭小但重要的公共政策领域……民用权力优先于军事机构的原则遭到破坏。”^[4] 1963 年国家通信系统的建立巩固并加强了美国军方势力对通信系统早已深入的渗透。

不仅如此，一直无权参加国家通信系统的集中决策的民用部门自身也被强大的工业—军事外壳所束缚，而其护卫者——联邦通信委员会——决不是一个强有力的保护者。

[1] “联邦通信委员会从属于 IRAC 的决定”的其他例子可参见维克托·G·罗森布拉姆的论文“Low Visibility Decision-Making by Administrative Agencies: The Problem of Radio Spectrum Allocation”，*Administrative Law Review*, Volume 18, Fall 1965, pp. 19—54.

[2] The ITT-ABC Merger Case, Docket No. 16828, Dissenting Opinion of Commissioner Nicholas Johnson, December 21, 1966.

[3] Harry J. Skornia, “Television and Society”, McGraw-Hill Book Company, New York, 1965, pp. 69 and 81.

[4] Murray Edelman, “*The Licensing of Radio Services in the United States, 1927 to 1947*”, The University of Illinois Press, Urbana, 1950, p. 218.

第四章

国内的传播联合体

第二部分：军事—工业团队

军方自己认为，它对政府通信传播的包围可以减小到最低程度，也许是一种持续的国际突发事件造成的暂时性后果。然而，所发生的一切却说明这不是一种暂时的情况、一种最终在不太久的、比较确定的时刻会消失的阶段事物。在美国社会造就了军事—工业联合体的势力已经说明了一个强大的分支机构的崛起，它决非传播领域的微型联合体。

电子工业的发展十分显著。为实现预期的军事优势，政府的巨额研发开支主要集中在通信领域。正如1967年《商业周刊》的一篇报道指出的，“本年度盈利企业从事的研发多半将集中在两大产业：宇宙航天、电子设备与通信。而这两大产业也正是国家航空航天局和国防部投入巨额研发资金的产业。”^[1]

除了政府用于技术进步的巨额投资加快了大型私有企业的发展，军方对硬件和系统的持续购买也为这些公司提供了巨大的市场保证。1967年，在前50个军工承包商中有18家电子通信公司。如果把实际上也是生产电子产品的交通、飞机和导弹制造公司都算进来的话，将会有更多的电子通信公司。

最后，产业增长的动态性造成了电子产业的集中，无论在硬件，还

[1] *Business Week*, May 13, 1967.

是在传播方面，这种集中产生了一种难以评定但却不可低估的经济杠杆作用。随着其重大的生产业务的开展，这些电子设备制造商已经广泛参与到信息传播领域。例如，美国无线电公司就是20世纪20年代早期西屋电气、通用电气和美国电话电报公司的产物。自那以后，该公司已经逐渐成长为拥有20亿美元盈余的电子产品制造商，并拥有全国广播公司(NBC)的所有权。反过来，全国广播公司是一家大型无线电广播电视公司，拥有许多在国内主要城市最具影响力的电视台和广播电台。这家公司经营着国内的第二大电视网，通过这个网络，它的节目实际上可以送达千家万户。

1965年，另一家资产达20亿美元的通信设备制造商——国际电话电报公司(ITT)宣称打算和国内第三大广播电视公司——美国广播公司(ABC)合并。虽然合并没有达成，但这一行为却提醒人们注意正在发生的、具有深远影响的对信息控制的连续投机。这不仅仅是大型经济势力集团在关键的敏感领域排除竞争者的做法。例如，国内三大广播公司——哥伦比亚广播公司(CBS)、全国广播公司和美国广播公司实行了“经济和文化的全面集中控制——换句话说，就是电视节目的生产和采购的‘垄断’或者‘三方垄断’”。^[1]

尽管确实相关，但更具重要意义的是垄断信息机构的出现，这和工业生产商的利益息息相关，而工业生产商与军事部门密不可分。在这种强大的利益连环中，整个传播机器的产品的客观性和可靠性也就越来越令人怀疑了。似乎没有人知道军事—工业的“配对”会在多大程度上影响公众对信息的使用以及信息的质量。争论已久的美国国际电话电报公司与美国广播公司合并的主要问题之一就是几乎被忽视的电子新闻的控制及其客观性问题。参议院垄断小组委员会主席、参议员盖洛德·纳尔逊的一个相关的提问触及到这一重大问题。纳尔逊问

[1] Second Interim Report of the Office of network Study, *Television Network Procurement Part II*, Federal Communications Commission, Washington, D. C., 1965, p. 13.

道：“美国国际电话电报公司考虑到其在许多国家的巨额海外投资，它是否会修改其新闻评论和报道以便使自身与当地政府之间的任何冲突最小化呢？”^[1]

参议员韦恩·莫尔斯看到了问题的另一方面：“美国国际电话电报公司保证说，其海外利益绝不会干涉到美国广播公司的新闻报道，一旦人们知道电视产业面对广告商的经济压力会即刻采取反应，这种说法就很难令任何尊重现实的个体所接受了。”^[2]

联邦通信委员会委员尼古拉斯·约翰逊在其反对合并的不同主张中，没有分析法律细节，而是专注于分析根本性的问题。他写道：“……美国国际电话电报公司的经济利益几乎没有一天不被国内外的一些重大新闻事件所影响……只有一家获得许可的公司的案例——该公司的商业利益和广播权所呈现的情形无论如何可与我们通过这次合并所创造的情形相比较。那就是美国无线电公司拥有全国广播公司所有权的案例。然而这种所有权关系是在联邦通信委员会成立之前出现的，它显然不能被用作类似的公司控制第二家电视网的借口。如果认为既然美国无线电公司拥有全国广播公司的所有权，美国国际电话电报公司就可以收购美国广播公司，那就等于说既然事情已经很糟糕了，也就没有理由再做些事情来阻止它变得更坏了。举例来说，我认为主要从事国防、空间工程和海外业务的公司拥有主要电视网的三分之一而不是三分之二会有很大好处。或许我们应该考虑要求美国无线电公司放弃全国广播公司，但没有什么比大多数人的建议——‘我们没有事先采取行动把全国广播公司从美国无线电公司中分离出来，就禁止美国广播公司和美国国际电话电报公司合并是不公正的’——更荒诞的了。”^[3]

[1] Gaylord Nelson, letter to Rosel H. Hyde, Chairman, Federal Communications Commission, September 22, 1966.

[2] Senator Wayne Morse, *Congressional Record*, Senate, January 19, 1967, p. 572.

[3] *The ITT-ABC Merger Case*, Docket No. 16828, Dissenting Opinion of Commissioner Nicholas Johnson, December 21, 1966. *Italics added.*

与军事—工业传播联合体相关的压力和利益集团要比传统的广告赞助商的商业偏好具有更大的影响力。《综艺》(Variety)杂志在一些记者的评论中也略微谈到了这种危险的根源。该杂志将这个题目的标题加在某期的首页上,该文指出:“批判的广播观察家们一直暗自关注着政府和广播公司之间通过几百万美元的国防合同所建立的强大的利润联盟——观察家们有一个疑问,当广播电台和电视台在大众媒介新闻中成为最具影响的力量,尤其在对政府新闻的辨别性评价至关重要的这样一个关键的历史时刻,怎样才能证明这些特殊的利益关系是正当的?”^[1]几个月后,《综艺》的另一位记者再一次提到这一话题,他写道:“由于母公司的关系,今天的广播业巨头过于陷入签订军火合同和国内国际商务了。”^[2]此外,在一篇题为《军火合同和新闻的客观性》的评论中,这份关于娱乐行业的周刊直截了当地断言:“我们有理由认为,没有任何一个签订军火合同的公司的广播子公司会以令其订约人——国防部不安的方式来履行它所承担的新闻义务。”^[3]

组成传播军事—工业联合体的关系网既是正式的,同时又是非正式的;既是个体性的,同时又是有组织的。例如,国家公民委员会中处理国际合作问题的通信委员会的组成。^[4]这一特别组织由五个成员组成,于1965年由总统任命,主要是为了评估和汇报传播在国际合作中的作用。该组织的三个成员是来自电子行业最具实力的三巨头的代表:哈罗德·吉宁,国际电话电报公司的董事会主席兼总裁;弗雷德里克·R·卡佩尔,美国电话电报公司董事会主席;戴维·萨尔诺夫上将,美国无线电公司董事会主席。这三位都是十分特殊的人物,确实能够对美国未来的国际传播提出建议。

作为国内传播机构中出现的另一个集中的例子,哥伦比亚广播公司

[1] *Variety*, February 23, 1966, p. 1.

[2] *Ibid.*, Dec. 28, 1966, p. 1.

[3] *Ibid.*, June 7, 1967.

[4] National Citizens' Commission, *Report of the Committee on Communications*, November 28-December 1st, 1965, Washington, D. C.

总裁弗兰克·斯坦顿先生的职务对我们具有启示作用。直到最近，斯坦顿先生还同时顶着一些非常引人兴趣的头衔。除了是国内最有实力的、拥有网络和广播电台、电视台的广播公司的总裁外，斯坦顿先生还是美国信息顾问委员会的主席。这个委员会包含一个4人组成的专门小组，根据国会授权和总统的任命，该小组负责评估美国新闻署——美国政府的海外宣传武器——的效率，并为其将来的发展提出建议。^[1]

10年来，直到1967年初，斯坦顿先生还一直担任兰德公司的董事会主席，兰德公司是加利福尼亚的一家非营利性的研究机构，由美国空军全力资助。多年以来，兰德的“智囊团”在众多的深奥问题中专门研究诸如“投放氢弹的最佳方式”、“秘密的反叛乱研究”等问题。^[2]

斯坦顿先生顶着的第四个头衔就是自由欧洲广播电台执行委员会主席。自由欧洲广播电台是一家私人机构，为了鼓动人心，实现“解放”的目的，它通过操纵在西欧的广播机构向东欧和苏联传送节目。1967年，人们发现自由欧洲广播电台充当了美国中央情报局的一个渠道，关于继续为自由欧洲广播电台的插播广告免费提供时间以及捐款请求的问题，在哥伦比亚广播公司的管理高层引发了一场短暂的骚动。

斯坦顿先生作为美国最大的广播公司的总裁、政府宣传机构评估小组的主席、国防部资助的研究机构的主席以及厚颜无耻的反共产主义广播情报机构的主席，他的种种行径意味着什么？没有人说得明白，而且错误的解释经常可能出现。但是一旦一个人同时承担这些利益冲突的职责，并在国内的传播机构中具有如此重要的影响力，那么又有谁会确信美国信息传播的性质和方向呢？在回顾其在哥伦比亚广播公司16年的工作生涯（最后两年他作为哥伦比亚广播公司新闻主管）时，弗雷德·弗兰德利提到斯坦顿常常干预和限制哥伦比亚广播公司的新闻节目和报道。当提到对富布赖特参议员关于越南战争的半小时采访时，弗

[1] See, for example, *Twenty-Second Report of the U. S. Advisory Commission on Information*, 90th Congress, 1st Session, House Document No. 74, Washington, 1967.

[2] *The New York Times*, June 12, 1967.

兰德利引用了斯坦顿的话：“这是对美国总统多么卑鄙的捉弄……直到新闻公开发布我才知道。”关于哥伦比亚广播公司对越战的报道，弗兰德利介绍说，斯坦顿反对这样的广播节目是因为“他害怕太多的‘鸽—鹰’会谈会动摇总统的权威”。^[1]

也许更有说服力的是弗兰德利承认他的工作一直受到约束，并且这种约束已经内化在他自己做出的决策中。当写到他和管理层无休止的干涉作出的反应时，他总结道：“现在回想起来，我认为我受到了一种微妙的影响，使我以一种不引起争议的方式来处理引起争议的问题”，而且“……我必须承认，在我担任哥伦比亚广播公司新闻主管的近两年的时间里，我不止一次地调节我的新闻判断，调整我的良知”。^[2]

斯坦顿的职责无论过去还是现在都是互相冲突的，但这些职责仍然是一个个体的任务，尽管承担责任的人换来换去。因此，无论主题有多么重要，从一本传记中只能推断出高度集中的势力的特点。比较难以缩小的是影响美国传播媒介性质和内容的**结构性组织**的证据。恒定的组织形式有着清晰表达的目标，它的存在让我们认识到有形的压力和影响。

一个特殊的组织——武装部队通信与电子协会(AFCEA)——实现了美国电子工业和军事机构的组织联合，并成为这种组织联合的代表。电子工业巨头之一——美国无线电公司的董事会主席、处理国际通信合作问题的公民委员会成员、武装部队通信与电子协会前会长兼终身理事戴维·萨尔诺夫在该协会的致辞中指出：“工业和军事领导阶层的**经营联盟**在这一组织中得以体现。”他评论说，“近两个世纪的时间以及一些长期的冲突教导我们，和平时期没有这一至关重要的联盟会在战争时期付出高昂的代价。”不仅如此，萨尔诺夫还指出：“武装部队通信与电子协会塑造了一个如此紧密交织的利益共同体，以至于

[1] Fred W. Friendly, *Due to Circumstances Beyond Our Control*, Random House, New York, 1967, pp. 216—217.

[2] Ibid, pp. 135 and 265.

影响其中一个合伙人发展的任何要素都会反映在另一个合伙人的发展中。”^[1]

萨尔诺夫将军并没有夸大事实。武装部队通信与电子协会的机关报《信号》(*Signal*)杂志宣称自己“为工业—军事团队服务”。武装部队通信与电子协会于1946年建立,用它自己的话说,它专心致力于“军事—民用合作计划”。根据该组织最近宣布的目标和组织状况,武装部队通信与电子协会目前在全美国有60多个分会,此外还有一些海外分会。地方分会的主要目标是“促进其军事和工业成员之间更加亲密的个人关系,由此培养一种对他们的共同问题更加深入的理解”。

武装部队通信与电子协会的会员资格向军队的官兵开放,同时也向任何对该组织的目标感兴趣的公民开放。虽然个人会员的年费很少(5美元),该协会的大部分财政支持显然来自具有经费维持会员资格的公司所缴纳的会费(每家1000美金)和具有团体会员资格的公司所缴纳的会费(每家500美金)。目前享有赞助会员资格的公司有:美国电话电报公司(长途电话部),通用动力公司,国际电话电报公司,利通工业公司,纽约电话公司,北美飞利浦公司、美国无线电公司、西部电力公司、西联电报公司。团体会员的数量超过150家,而大部分(决不是全部)都属于电子和通信业。^[2]

可以想见,武装部队通信与电子协会的职员和理事们代表了企业和军方的最高的指挥层,并占据了这个领域内的最重要的政府职位。该协会的理事有:戈登·A·布莱克中将,前国家安全局局长;克洛维斯·E·拜尔斯,通用电话电子公司副总裁;哈罗德·W·格兰特中将,美国空军,国防部电信政策主管;戴维·萨尔诺夫,美国无线电公司董事会主席;詹姆斯·R·麦克尼特,美国国际电话电报公司世界通

[1] Address by David Sarnoff at the Annual Convention Banquet, Armed Forces Communications and Electronics Association, Washington, D. C., May 26, 1965.

[2] *Signal*, August, 1966, pp. 67—68.

信子公司总裁；弗雷德里克·R·拉克，西部电力公司前副总裁；洛威尔·F·温格特，美国电话电报公司副总裁。武装部队通信与电子协会目前的会长是约翰·T·普拉尼亚博士，北美飞利浦公司副总裁。在协会的六位副会长中，R·P·克洛科中将同时是国防通信总署署长和国家通信系统的主管。

武装部队通信与电子协会现任会长、美国空军退役中将戈登·A·布莱克最近的工作经历说明，连环关系构成了该协会与美国通信领域的各阶层、各部门之间的联系的特征。布莱克将军从军队退役前是国家安全局局长。就在他离职之时，他被任命为一项由斯坦福研究院承担的研究项目的主管，该项目主要是评估国际通信的各个方面。斯坦福项目受应急准备局的电信管理办公室的奥康内尔将军委托，主要由国防部提供资金支持。^[1]在这个项目的报告完成之后，布莱克将军被任命为通信卫星公司的顾问，^[2]这家公司一半的股票由美国电话电报公司、美国无线电公司、国际电话电报公司以及其他一些电子公司掌握。

武装部队通信与电子协会在提醒可能的参展商关注其在首都举行的年会——也是一个电子展览会时，指出：“对于参展商来说，这里正是工业部门认识那些拥有决策权的显赫的政府和军队领导人的地方。换句话说，工业部门将其产品摆在了国防部的门口。”

武装部队通信与电子协会内的军事机构和电子工业部门的自愿联合逐渐形成并得以在市场中维持下来。这个国家的电子生产商们在这个市场里为其产品找到了持续增长的销路，这很大程度上是由于军方需求似乎无法得到满足。1967年工业产出(约230亿美元)的60%(122亿美元)以上销售给了政府部门，而绝大部分是给陆海空三军。可以预见的

[1] *Government Use of Satellite Communications*, Hearings before a subcommittee of the Committee on Government Operations, House of Representatives, 89th Congress 2nd Session, August and September 1966, pp. 90, 266.

[2] *Telecommunications Report*, October 3, 1966, p. 14.

是，虽然国防生意占总收入的比例各有不同，但“绝大多数生产电子产品的厂商都在某些方面为军事部门工作”。^[1]一旦政府的销售额可以用来代表军事消费时，^[2]就会发现私有企业对军方的依赖令人震惊。1964年一些重要电子生产厂商在这方面的交易量如表1所示。

表1 1964年主要电子子公司收益及政府销售额所占比例
(以百万美元为单位)

	总收入	政府销售额占总收入的比例
通用电子	4941	19%
国际商用机器公司	3239	10
西屋电气	2271	20 *
美国无线电公司	1797	25
斯佩里·兰德公司 * *	1248	40
邦迪克斯公司 * * *	742	64
霍尼韦尔公司	667	32
汤普森·拉莫·伍尔德里奇公司	553	46
雷神公司	454	85
宝来公司	390	11
凌·特姆科·沃特公司	323	92
米罗华公司	227	21
通用精密仪器公司	219	75
爱默生电子公司 * * * *	219	12
比克曼仪器公司	101	24

* 包括原子能产品的销售额；* * 财政年度截止于1965年3月31日；* * * 财政年度截止于1964年9月30日；* * * * 财政年度截止于1965年6月30日。

资料来源：Standard & Poor's Industry Surveys. Electronics-Electrical October 14, 1965, p. 312.

在20世纪50年代末，当时的动员攻势远不如现在强烈，一位国

[1] Standard & Poor's, Industry Survey, Electronics-Electrical, Basic Analysis Oct. 14, 1965, (Vol. 133, No. 4P, Sec. I), P E-12.

[2] 在1966财政年度，电子工业部门向政府的销售额总计达90.6亿美元。其中，国防部这个买家是73.5亿美元，国家航空航天局的开销是16亿美元，联邦航空工业是1.1亿美元。有必要补充的是，国家航空航天局的业务游离于军用和非军用活动之间的模糊地带。资料来源：Electronic Industries Yearbook, 1965.

防部官员就估计指出：“整个电子产业 50% 以上的产品通常都与军事活动有关，目前国内至少 60% 的电子工程师致力于军事项目中的某些工作。”^[1]

研发工作的影响

人们有时会忽视军事—工业联盟的动力中的一个要素——一种不断扩展自身的权力集中的能力。这是已经处于运动状态的各种势力造成的自然后果。以研发为例。得到大量拨款用于科学研究，^[2]与国防部签订合同的研究人员就有望创造出大量可利用的科技知识。这种模式造成的一个后果就是全新的研究领域及其实际应用都为陆海空三军所独用。人们自然会产生疑问：这就是民主社会可以信任的保卫者吗？军队对发明过程的控制自动授予了它自己拥有专利权。一旦诉诸国家的安全和生存，就可以实施更严密的控制。知识迟早会得到实际应用，并在设备与器材上发挥作用。这时就需要用经济学解释了。作为结果的设备构成了固定成本，它们本身是一种惯性力，排斥进一步的变革。当然，至此为止，这形成了无线电频谱科学研究的特点。首先，发明会带来好处。前联邦航空局局长的声明具有启发意义：

“……当你扩大频谱的使用，也就是说大规模地使用频谱时，你最终无法找到使用一个独立频率的方法，而是开发了使用一组频

[1] Statement of Mr. Paul Goldsborough, Special Assistant to the Assistant Secretary of Defense, in *Spectrum Allocation*, Hearings before a subcommittee on the Committee on Interstate and Foreign Commerce, House of Representatives, 86th Congress, First Session, June 8 and 9, 1959, Washington, 1959, p. 181.

[2] 在总统的 1967 年财政预算中，军事研发预算占所有研发预算的 80% 多。资料来源：Science, January 28, 1966.

率的技术。如果未来还像过去一样，那么政府将会寻找闲置的那部分频谱的方法和手段。这将使那些开发使用闲置的频谱的方法和技术的政府部门会由此取得所有权……”^[1]

准备开发新频谱的“政府机构”十有八九就是国防部。

在另一个场合，联邦通信委员会委员 T·克雷文向国会委员会讲述了新开发的技术的应用将会如何迅速冻结以前的模式，并使替代选择极其困难，或者说是不可想象的：

“二战后的一段时间，统一管理政府和私人传播机构的问题变得十分尖锐，因为在战争期间军方有必要使用当时的二战技术来增强其通信系统，他们发现有几十亿美元的投资无法撤销。我认为，这是频谱管理的主要问题之一，即如何处理已经投进去的资本？”^[2]

简言之，这种机制是直接和自动的。对研发的控制使控制者享有了特权地位，足以首先获得研究拨款。发明的成果进一步加强了现存的权力结构，一旦成果得到实际应用，设备投资就会成为进一步改造和变更的新障碍。

不断变化的世界局势正在否定美国在维持稳定上的种种努力。席卷全球的社会变革的诸种可能性被美国企业解释为影响其生存和扩张的威胁。同时，这些可能性也被作为对美国国家安全的一种威胁展现在美国公众面前。每年的国防拨款已经上升到二战时期全部开支的水平。这一巨额支出为许多国内最有实力的、在技术最先进的产业领域

[1] Testimony of General E. R. Quesada, Administrator, Federal Aviation Agency, in *Spectrum Allocation*, op. cit., p. 198.

[2] Statement of FCC commissioner T. A. M. Graven *Space Communications and Allocation of Radio Spectrum*, 1961 op. cit., p. 82.

生产商品和提供(广播)服务的厂商提供了庞大而安全的市场。由于军事和通信产业势力深入渗透到政府机构的最高层,这额外地加强了军事和通信产业双方的互助。它们特殊的权力地位通过控制 20 世纪最为敏感和有影响力的权力机构得到进一步加强。它们控制了这个国家的信息机构和大众传媒。在几乎是电子万能的背景下,要对抗美国的国内和国际政策的指挥和进逼,就迫切需要寻找新的表达渠道。

第五章

传播用于危机管理：电子技术 在反革命中的应用

1965年秋，中国军队的总司令、地位仅次于毛泽东的林彪在一次公开声明中描述了他所认为的（可能是毛泽东的观点）未来的世界格局。他用了一个比喻，他把北美和西欧描绘为“城市”，被亚洲、非洲和拉丁美洲这些贫穷和反叛的“世界农村地区”包围。根据他对中国革命经验的分析，林彪认为前途是美好的，贫穷的“农村”在不久的将来会包围繁荣而“自私的”北大西洋国家。

西方媒体认为中国领导人的论点是一厢情愿，但这种论点令人惊讶地得到了众多冷静而负责的美国发言人的不经意的支持。例如，世界银行行长乔治·伍兹在最近的一篇文章中描绘了一幅凄惨的人类生存状况的画面，该文列举了富国和穷国之间生活水平的严重差距。^[1]前国防部部长麦克纳马拉的观点同样令人感到痛心。在评论低收入国家的经济状况时，麦克纳马拉宣称：“所有这一切的答案都是直接的、不可避免的：如果经济停滞和暴力频繁之间存在必然联系，那么南半球国家在未来几年将充满暴力。”^[2]最后，参议院外交委员会主席、参议员威廉·富布赖特的反应甚至更加严肃：“如果我们认为新兴国家的变革势力将会在不造成暴力或深层的社会混乱状态下取得成功，就是进一步欺骗自己。”^[3]

[1] *Foreign Affairs*, January, 1966.

[2] *The New York Times*, May 19, 1966.

[3] *St. Louis Post-Dispatch*, September 25, 1965.

如果说历史上真的没有必然性的话，那么很显然，可以这样说，一定的行动或者不行动路线所造成的结果是可以预言的。试想以下记录的含义：

——据估计，75%的世界人口生活在美国描述的赤贫或者更糟的状态下。^[1]

——1965年，美国总的个人收入比1964年增加了350亿美元，也就是每人增加了近180美元。拿这一数字和全球的情况作一比较，每个美国公民人均年增加的收入超过了那些欠富裕的国家的15亿人口的全年收入。

——随着近年来少数工业化国家的收入和财富的增加，发达国家对不发达国家的经济援助不管是比例上还是绝对数量上都减少了。

——富裕的西方国家军费开支现在每年有大约1000亿美元，这个数目至少是该地区向贫穷国家每年提供的经济援助的10倍多。

关于灾难起因的记载还有很多。而低收入国家的高出生率和不断增长的外债成为加剧国际危机的另外两个力量。

从这些压抑的事实中似乎可以得出确定的结论。造成这种不平衡以及由此带来的社会苦难的现状不可能长期存在。其他一些判断似乎也可证明是正确的。美国一直以来并不愿意根据问题的严重性而采取相应的行动。其对外经济援助只是象征性的。美国并没有努力去调整其国内的制度来为贫穷国家的发展排除障碍。同时，如果贫穷国家选择的发展道路被认为是对美国私有利益集团或者这个国家的社会进步观念有害的话，华盛顿也不准备让贫穷国家沿着他们自己选择的道路发展。罗伯特·海尔布龙罗认识到这一行为所造成的两难，他问道：“美国是否在根本上就反对贫穷国家的经济发展？”他的答案是：“有必要大声地宣布，我们的现行政策是宁可没有发展，也不能给共产主义以机会——也就是说，我们宁可存在饥饿、短缺以及目前为反抗饥饿和

[1] Escott Reid, *The Future of the World Bank*, Washington, D. C., 1965.

短缺的原因而发动的少量攻击，也不愿出现任何宣布反对资本主义的政权。”^[1]

国务卿曾宣称美国不是“世界警察”^[2]，但是自从1947年杜鲁门主义出台以后，20年来，华盛顿已经根据其自身的标准单方面地断定何时共产主义发动“侵略”、何时和平受到威胁，何时美国需要进行干涉。

这种行为会置我们于何种境地？如果我们不准备开展非常重要的经济援助，不允许贫穷国家沿着自己选择的路线发展，一旦现状令人无法忍受，那么我们就必须心甘情愿地接受在世界大部分地区发生的没完没了的冲突。如果要击退这些反抗，用现代军事术语来说就是“消灭”，我们就必须发展伦敦《经济学家》杂志所说的“管理危机的艺术”。^[3]而且，当地的起义一旦发动并得到广泛的民众支持，或者至少是宽容，那么对起义的镇压、即使是遏制都极难，因此，就必须依赖发达的技术手段来降低当地起义者的优势。为了达到这种目的，且不说其他，美国掌握的通信技术派上了用场。美国先进的电子技术——联邦政府巨额资助的大规模研发的产物——就被委派了一个任务：监视处于社会苦难中的、经济发展初期的国家，或者一旦这些国家表现出任何反叛的迹象，就制伏它们。

传播媒介当然是中立的。但它被赋予的目的却不是中立的。弗朗茨·法农曾经说明了现代传播能够被赋予革命的任务。他追溯了阿尔及利亚解放战争爆发期间无线电广播在殖民地的职能逆转。法农描述了无线电广播如何从以前作为文化控制和压迫的源泉转变为一种启迪民众、增强信心和促进国家统一的手段。^[4]如果说阿尔及尔的广播电台在

[1] Robert L. Heilbroner, "Counterrevolutionary America", *Commentary*, April, 1967.

[2] *The New York Times*, February 19, 1966.

[3] *The Economist*, June 18, 1966, p. 1307.

[4] F. Fanon, *Studies in a Dying Colonialism*, Monthly Review Press, New York, 1965, p. 72.

殖民时期代表了“法国人和法国人的对话”，那么，一旦国内革命爆发，它就成为不识字的阿尔及利亚大众获取公共信息的工具。随着“自由阿尔及利亚之声”广播电台的成立，收音机的购买迅速飙升。法农写道，在战争中期，“自1956年起，在阿尔及利亚购买收音机的行为就不只是意味着为收听新闻而接受现代技术，而是意味着获取唯一的了解革命消息的手段”。^[1]

这时，法农特别提到先前那种顽固地拒绝全家人聚集在一起收听的现象是多么轻易地消失了，全家人又是怎样急切地聚集在收音机周围想要获得国内抵抗运动的消息。法国管理当局意识到这一情绪变化，马上禁止向当地人销售收音机和电池，并开始干扰“自由阿尔及利亚之声”广播电台，摧毁可以得到的军事突击队的任何无线电设备。“突然间，收音机在人民反对殖民主义的行动中变成了像武器一样重要的东西……从心理学角度看，在1954年前……收音机还是邪恶的，令人忧虑的、可憎的东西。1954年后，它就有了全新的意义。”^[2]

如果说法农把广播比作革命工具的话，美国考虑到其在全球所处的困境，实行了一种不同的传播媒介定位。例如，美国国防部把潜在的无线电频率严格地看作是一种军事资产，正可以用来征服令法农兴奋的形势。20世纪50年代末期一位五角大楼发言人高度评价了现代电子学所带来的一切：

“……军队正在把电子技术和无线电频谱当作武器系统的组成部分来使用……雇佣的研究者们以这种方式去发明使用电子技术的新方法。开发使用电子技术的新方法的一贯目标是满足军事需要，这就解释了为什么军方对频谱空间的需求一直不断地增长而且还要继续增长。这是现代军事准备所必需的。现代战争具有如此迅速

[1] F. Fanon, *Studies in a Dying Colonialism*, Monthly Review Press, New York, 1965, p. 83.

[2] *Ibid.*, p. 85.

而破坏性的后果，以至于没有足够的通信和电子技术的国家将无法担负得起。要保持一种足以抵御针对美国的任何可能威胁的军事准备状态——同时足以支持国际义务——美国军事部门就有必要拥有能够在世界上任何需要的地方使用现代化武器系统的能力。”^[1]

传播与反叛乱

把传播用于反革命（或者如现代术语所说的反叛乱）在很长一段时间已经成为军事思想所关注的事情。最近几年，反叛乱已经被提升到国家政策的地位，传播在反革命中的应用也逐步广泛而多样。

例如，在1962年夏天，在国防部的支持下，国务院在参议院委员会上提交了一项针对1934年通信法的奇怪的修正案。副国务卿乔治·W·鲍尔要求修改的法案授权总统“批准外国政府在其位于华盛顿的大使馆内或周围开设广播电台，只要该国政府已经为美国提供相应的便利，允许美国在其领土范围内开设无线电台”。^[2]

这项立法提案指向的问题并不是外国需要或希望在美国的首都周围增设广播设施。建议修正案的目标是使华盛顿能够更加迅速而有效地与其海外代表通信交流。副国务卿告知委员会：

“我们的问题是要改进与世界上许多较新的军事基地，特别是在非洲、亚洲和拉丁美洲地区的军事基地的通信状况。能够迅速

[1] *Spectrum Allocation*, hearings before the subcommittee of the Committee on Interstate and Foreign Commerce, House of Representatives, 86yh Congress, 1st Session, June 8 and 9, 1959, Washington, 1959. Statement of Paul Goldsborough, Special Assistant to Assistant Secretary of Defense and Formerly Director of Telecommunications in the Department of Defense, p. 181, italics added.

[2] Statement of Hon. George W. Ball, Under Secretary of State, to the subcommittee on Communications, Committee of Commerce, U. S. Senate, 87th Congress, 2nd Session, Hearing on S. 3252, *A Bill to Amend the Communications Act of 1934 as amended*, August 29, 1962, p. 19.

与这些地区通信是我们处理国际关系的关键因素。我们不止一次地发现，由于缺乏现代通信设备，我们在不发达地区有效处理危机的能力总是受到制约。例如，由商业机构发往刚果、老挝首都万象或者阿尔及尔的电报可能会花费 20 小时的时间。然而今天，所有这些地区每小时的发展都高度关系到我们的利益。”^[1]

鲍尔再次向委员会保证说：“我们相信在华盛顿的许多外国大使馆不愿意利用这一机会”，因为华盛顿有足够的商业广播设施，这要比安装新的设备便宜，更中肯的是，“大多数大使馆同海外的美国使馆没有大量通信联系”。^[2]

国务院的提议得到了国防部的支持。国防部长办公室的电信政策主管阿德米拉尔·柯茨评论说：“最近所发生的事情使注意力聚焦在日益增加的国防部和国务院之间密切配合的要求上。有效的配合需要快速、可靠和安全的通信。这一法案的制定在本质上有功于在许多需要的地方提供更优质的通信。”^[3]

确保驻海外的外交代表们信息和通信安全的政策对于政府来说绝不是不合法的职能。但是提醒驻扎海外的美国军队干预挣扎于社会反抗边缘的地区就是另一件事了。不幸的是，正是后者——通信的反革命的角色成为五角大楼的兴趣所在，推动了政府的国际外交，并刺激联邦政府投资通信的研发。

新的人造卫星技术为即时干涉创造了无与伦比的良机。这并没有逃过国防部的注意。由美国军方大力支持的非营利公司——航空宇宙公司的一位官员说道：

[1] Statement of Hon. George W. Ball, Under Secretary of State, to the subcommittee on Communications, Committee of Commerce, U. S. Senate, 87th Congress, 2nd Session, Hearing on S. 3252, *A Bill to Amend the Communications Act of 1934 as amended*, August 29, 1962, p. 19.

[2] *Ibid.*, p. 22.

[3] *Ibid.*, p. 28.

“通信在历史上曾经是军方的软肋。世界上任何地方发生的有限战争、核武器的出现、快速传送手段都加大了这一弱点。人造通信卫星为军方提供了克服这一弱点的绝佳良机，不应该错过。”^[1] 军方也从来没有错过它。

把通信卫星用于商业、教育和经济目的一直都是公众关注的焦点，^[2] 将卫星通信用于军事的可能性得到了美国政府的强有力的支持和外交援助。担任五角大楼国防通信总署署长，同时还担任国家通信系统总管的官员证实了国防部的兴趣所在：

“最令人想要的是掌握在最短的时间内在出现紧张局势的偏远地区建立可靠的通信系统的方法——也就是快速扩展到新地区的灵活性……任何可以向新的、令人忧虑的偏远地区提供快速、即时、可靠通信的系统在将来都将有极大的优势。在所有可能的新的通信工具中，通信卫星似乎为国防通信系统所需要的改进提供了最大的保证。”^[3]

从一个空间物体发出信号，并让它落到地球上任一点上的能力实现了军事机构的梦想。这种技术可以保证同部署在世界任何地方的部队进行通信联系，无需担心线路被切断。可能还会有电子干扰，但不断改进的技术迟早会解决这个问题。这就有了新维度意义上的反叛乱。

可以预言，空间通信的军事可行性在通信卫星的发展中已经被放到

[1] *Satellite Communications-1964* (Part 1), Hearings before a Subcommittee of the Committee on Government Operations, House of Representatives, 88th Congress, 2nd Session, August 1964, p. 190.

[2] Statement of the President of the United States on Communications Satellite Policy, July 24, 1961, reprinted in *Satellite Communications*, op. cit., p. 590.

[3] Hearings before a Subcommittee of the Committee on Government Operations, House of Representatives, 88th Congress, First Session, April 23, 1963-*Military Communication Satellite Program*-Statement of Lt. Gen. Arthur D. Starbird, U.S. Army, director, Defense Communications Agency, p. 8.

了首要的位置。这种军事可行性左右了用于空间通信的频谱空间分配的国际谈判，也影响甚至有时决定了人造卫星系统的设计。同时也决定了不断进行的空间技术研究的方向。

反叛乱与空间通信

1963年，由70个国家组成的国际电信联盟在瑞士召开关于空间无线电通信频带分配的无线电管理特别会议，在这次会议上，美国政府对国际空间通信的军事兴趣暴露无遗。在日内瓦会议之前，美国政府很少会在做事之前详细计划这么多年。美国政府认识到这次会议将会巩固甚至扩大美国在电子技术领域的领先地位，这促使政府各部门进行了精心的准备。日内瓦会议的任务是为空间通信分配频率，在1963年时很少会有国家认识到这种需求，而事实上，这种需求也许只是对美国来说很重要。

美国的会议提议最初是由国防部起草，后来在政府各部门间进行协调，并重新起草。^[1]草案提交给工业部门研究后，经过更充分的讨论和进一步的修改，最后提交给国务院。然而，人们都清楚，提议最初来自国防部。“科学研究在某种程度上都需要使用无线电频率，无论何时，国防部都会尽力预先考虑它们的频率需求，并通过部门间无线电顾问委员会尽快地给它们提供频率。”国防部的电信政策主管如是说。^[2]

日内瓦会议给勤奋的美国人为准备所付出的努力提供了丰厚的回报。在大会接受的提案中有一条就是批准美国关于将窄带频率专门用于空间通信的请求。通信卫星公司总裁、美国谈判小组成员查里克博士描述了这一频率分配的全部意义：

[1] *Space Communication and Allocation of Radio Spectrum*, Hearings before the Communications Subcommittee of the Committee on Commerce, United States Senate, 87th Congress, 1st Session, August 1, 23, 14, 1961, Testimony of Admiral M. E. Curtis, pp. 185—186.

[2] *Ibid.*

“……同意给通信卫星分配 2800 兆周的频率空间。换句话说，2800 兆周的频率空间可用于通信卫星系统，但并非专门……这些频率也可用于各种地面传播网络，尤其是微波转播系统。在这 2800 兆周中，有 50 兆周专门用于通信卫星的地球—卫星的传输方式。”

查里克详细描述了专用频率的重要性：

“目前，国家通信系统要求的关键部分是：政府希望使用移动式电台，这种移动电台可以快速转移到世界任何一个地方，在非常短的时间内建立并提供高质量的通信。由于 50 兆周以外的所有频带都分给了其他部门，这些移动电台就必须在这 50 兆周的频带内运营——否则在移动电台运转之前，就得进行协调以防止移动电台的发射器对其所在地区的其他通信设施造成不良影响。”^[1]

根据查里克和其他专家的陈述，在日内瓦国际会议上获得批准的专用频率只具有军事价值。^[2]大会对美国专用空间频率提案的批准简直就是漠视多年来为拒绝太空军备竞赛所做的各种努力。令国家通信系统如此感兴趣的移动发射器自然会成为反叛乱的通信工具。

就像华盛顿和五角大楼预见的一样，最有可能在世界上的一些欠发达地区使用这种电子预警系统，这些地区生活状况令人无法忍受，人们采取武装斗争来表达其不满。出席国会委员会的一些政府官员无意间提到了移动设备发挥作用的一些地区：黎巴嫩、老挝、越南、桑给巴尔、坦噶尼喀（坦桑尼亚成立之前）、巴拿马和阿尔及利亚。^[3]

[1] *Satellite Communications-1964*, (part 1), op. cit., pp. 109—110.

[2] *Ibid.*, Statement of W. I. Pritchard, Aerospace Corporation, p. 192.

[3] *Ibid.*, pp. 149 and 198.

空间的军事—工业联合体

1963年的日内瓦空间通信大会为美国军方提供了50兆周的空间通信频率，同时还在非专用频带为更广义的空间通信确立了频率分配方案。这个结果最让国内两大利益集团满意。对于工业集团来说，鼓励开发卫星通信，它们会因此获得丰厚利润。对于军方来说，它们的反叛乱技术不再存在任何技术障碍。美国工业界和美国军方对于它们空间通信目标的互补至少目前是很满意的。国务院法律顾问艾布拉姆·蔡斯先生指出了这种明晰的利益区分：“商业机构的主要需求（至少最近几年）在北部地区，而国家通信系统的主要需求在那些现有的电信无法运营或对电信来说没有多少市场的地方。”^[1]

通信卫星公司把空间通信看作是一种商业冒险，因为其市场目前仅限于西欧——“北部地区”。还有一种说法也许更有意思，即认为南部地区，也就是包括了世界上大部分贫困人口的地区，主要是国防部的国家通信系统关心的地方。也就是说，美国的军队负责监督地球上的贫穷地区。“穷困”世界受到美国军方的关注并不足以表明其未来的前景。从世界上工业发达的北部和西部地区谋取利润，对贫穷的南部和东部地区进行巡视和干涉，美国空间通信计划中的这种明显排定的劳动分工很难保证长期的稳定。

传播在反叛乱中的近期应用

1963年日内瓦会议以来的情形已经证实了这些前景。在通信卫星

[1] *Satellite Communications-1964*, (part 1), op. cit., p. 266.

公司的指导和管理下，虽然从事商业业务的空间通信最近几年一直稳步增长，然而第一个运营的、真正的全球通信系统却一直专门服务于军事目的。^[1]不仅如此，该系统的运营主要集中在“南部地区”——世界上贫困地区，而在最初为美国军队建立的8个地面站中，2个在越南。它们要完成反叛乱的任务，美国陆军卫星通信部指挥官宣称“我们在有战斗的地区都设有（地面）站”。^[2]

与此同时，气象卫星把美国轰炸机指引到北越的目标，^[3]而50磅重的无线电背包也被发明出来，它可以通过卫星发射的信号准确地确定士兵的位置，而且可能在越南战争中已经投入使用。有了这种设备，“前方的侦察员可以命令100英里以外的炮兵准确开炮”。^[4]

约翰逊总统对人造卫星的间谍活动非常满意，他公开地宣称，虽然整个空间计划在1967年的预算约400亿美元，但是“10倍于这一数字的开支才合理”。^[5]

在对传统的广播做了一些特别的手脚之后，美军也将它用于越战中。遍布在南越北部海岸的发射机每天向南北越广播几小时。为了“确保对方听到这些消息，美国在南北越的敌方占领区投放了1万多台廉价的小型无线电收音机。这些特别制造的收音机只能收到美国和南越电台使用的频率”。^[6]

军方对空间通信和传统传播工具的利用超出了对处在遥远贫困地区的难以控制的造反者进行的监视和安抚。在这些有麻烦的地区，可以躲避靠不住的盟友（更不用说确定的敌人）的即时情报也具有很高的价值。有人建议美国国防部与北大西洋公约组织（NATO）的盟友共享其军事卫星通信系统，其支持者认为这种共享可以避开法国以及其他

[1] *Telecommunications Reports*, June 20, 1966.

[2] *The New York Times*, January 19, 1967.

[3] *Ibid.*, April 14, 1967.

[4] *Ibid.*, March 22, 1967.

[5] *Ibid.*, March 17, 1967.

[6] *The Wall Street Journal*, March 15, 1966.

“故意阻碍美国的大陆国家”。^[1]

美国军方在全球各地的空中、陆地、海上和水下部署通信设施的情况从来都不为人所知，直到1967年夏天中东地区爆发的六日战争中才被直接曝光。那就是以色列袭击了美国的电信侦察船“自由号”。该船距西奈海岸有15.5海里，很明显它正在同时截取以色列和阿拉伯的信息。美国海军军事法庭调查后声称这种中立的状态决不能成为攻击的理由，该船“有权呆在那个地方”。^[2]另一个有关的例子是在北朝鲜海岸附近被捕获的“普韦布洛号”。根据通常的说法，该船是“美国在海陆空安置的大型电子窃听网络系统的一部分”。^[3]

军事通信使用的资源

国家投入军事通信的资源引人注目。除了出于战术目的而投入的超过15亿美元的设备（船只、飞机等）以外，国防部1965财政年度的通信费用大约超过10亿美元，^[4]军事通信的年度开支以每年10%—

[1] *Telecommunications Reports*, October 3, 1966.

[2] *The New York Times*, January 19, 1967.

[3] *Ibid.*, January 24, 1968.

[4] 以下数字说明了国防部在远程通信、点对点通信以及其他通信上的开支，以及迄今为止被视为国家通信系统的其他政府机构的长距离通信和点对点通信的费用。

	以百万美元为单位	1965 财政年度
国防通信系统：国防部的长距离通信与点对点通信网		\$ 664
国防通信局：国防通信局总部、野外活动以及国家军事指挥系统		95
其他国防通信的开支：		
新型飞机的采购与飞机改良		451
新型船只的采购、船只大修与改装		264
地面设备的采购		870
研究、开发、试验和评估		216
其他政府机构：迄今仍被看作是国家通信系统的一部分的其他政府机构的长距离通信、点对点通信网		148
总计		\$ 2703

Hearing February 5, 1964 before the Subcommittee on Department of Defense Appropriations of House Committee on Appropriation, 88th congress, 2nd Session, Department of Defense Appropriations for 1965, p. 706.

15%的速度增长。^[1]据1967年的一项可靠估计，国防部每年用于电信的支出是20亿美元。^[2]

这种巨大的努力最主要的目的就是使美国军队处于战备状态，使其能够快速进入世界劣势地区中实际的或者可能的所谓“麻烦地点”。早已到位的设备预示着富有国家为贫穷国家准备的解决方案。传播正在发展成为强化全球现状的支持工具。

军队对资源的利用掩盖了传播在发展中国家的启蒙作用，并将这种作用降低到可怜的地步。联合国教科文组织的118个成员国中许多国家都被成年文盲的问题所困扰，该组织把在10年内消灭这些成员国的三分之二的成年文盲的开支定为19亿美元。^[3]虽然对于发展中国家来说每年总计不到2亿美元，但是由于许多国家施压反对，这笔支出仍然难以获得。从另一个角度看，这笔开支仅仅是美国军事通信一年的预算费用的十分之一。

国防部的国内传播机构

目前在军事传播“备战”和贫困国家的教育发展之间的资源分配方式久而久之会弄巧成拙，并由此破坏这个国家的利益。军事传播能力的另一个侧面同样具有威胁。美军方的强大的传播能力可以用来“教导”和“说服”没有注意其获得的消息的本质和来源的美国公众。

1967年春天，美联社在一篇报道中指出“美国政府庞大的公共关系和信息计划每天花费纳税人100多万美元”。在一项调查中，美联

[1] *Satellite Communications—1964* (Part 1). op. cit., p. 297.

[2] J. D. O'Connell, Director of Telecommunications Management, Office of Emergency Planning, Hearings, Independent Offices and Department of Housing and Urban Development Appropriations, House of Representatives, Nineties Congress, First Session, Washington, 1967, p. 78.

[3] *Mass Media and National Development*, Wilbur Schramm, Stanford University Press, Stanford, California, 1964, p. 205.

社披露了其经过“长期搜集”而获得的这些发现，除了少数几家报社，该项调查几乎没有引起其报纸订户的注意或充分报道。

——“调查表明，国内最大的宣传网是由军方支持的，它拥有约3000名员工，每年的预算至少达到3230万美元。”

——国家航空航天局位居第二，有员工300人，年预算1150万美元。

——“由于持有国防和空间合同的公司把大部分税收投资于公关活动，政府个别部门和机构的开支总额一再下降。这些公司可以要求政府支付公关费用，就像它们要求支付其他普通管理成本一样。据估计，纳税人每年直接支付给这种代表私营公司利益的新闻机构的费用至少达2亿美元。”有人提醒说，这些公司都与五角大楼的国防开支有着非常紧密的联系。它们的新闻发布和媒体广告为整个军事计划赋予了合法性和声望。

美联社进一步报道说，国防部——“到处都是嗡嗡作响的计算机和精确成本分析的大本营”——在面对质疑时就变得非常含糊，并“假装几乎全然不知公关机构的活动范围”。

3000员工是美联社调查员推算的估计数。美联社解释说，“在五角大楼内部都甚至没有人能够估计军方在对全世界的宣传上花费了多少钱。”宣传什么、由谁宣传也是一个谜。据美联社报道，国防部指派的一位为某个将军代写发言稿的作家说：“在这一年半的时间里我都待在那儿，我只见过这位将军一次面。我问他的想法是什么，他回答道：‘我真该下地狱。我自己都不知道我的想法是什么。’”^[1]

这种模糊的统计产生的预期后果就是纳税人对信息机构提供巨大的支持，而这个信息机构正是用来说服公众，使其相信他的这笔支出是必要的。在这种颠倒的安排中，为美国军方服务的信息机构承担起说服

[1] *Associated Press*, Washington, D. C., March 19, 1967. See also, *The New York Times*, March 19, 1967.

公众和国会接受国防机构几乎自作主张制定的预算的任务。军方控制的信息网络所引导的公众认可取代了民间管理。

20年前，当时空间通信还没有出现，电子工业尚属于新兴工业，新闻自由委员会(Commission on Freedom of the Press)宣布：

“国际传播近年来在设备和方法上的进步在历史上第一次使跨越国界、与世界上大部分人的直接交流成为可能。这些传播工具的进步同时带来了新的希望和新的威胁。我们不需要在使用还是不使用这些新的传播工具之间做出选择，工具已经存在，无论如何都会得到应用。我们需要做出的选择是充分地、有目的地、负责地利用这些工具来扩大人们之间的相互理解，还是冒着增加国际仇恨和猜疑的危险不充分地、无目标地、不负责任地使用它们。”

自1945年来，美国在传播方面的行为似乎倾向于后者。

第六章

美国的全球电子入侵

美国的节目支配了加拿大的无线电广播和电视，因此许多加拿大人认为他们所听到和看到的大部分广播节目都不能满足加拿大人的需要。这是加拿大政府任命的一个广播委员会得出的结论，该结论是最近以其主席 R·M·福勒的名义发表的一篇报告中公布的。^[1]

在一次生动的标题为《美国电视：你对我们做了些什么？》的讨论会上，另一位加拿大人，亨利·科默提出了同样的看法，并且更加强调这一观点。他写道：

“加拿大同美国有着漫长的、不设防的边界线，通过渗透，美国不仅在摧毁我们的电视节目，还在摧毁我们的价值观和我们的文化……美国的电视节目已经使加拿大几乎不可能发展其文化认同……美国电视自身不健全的发展给加拿大有价值的本土电视的发展带来了负面影响。美国电视节目摧毁了作为一门艺术的电视节目。加拿大人总是被告知他们的潜在敌人是俄罗斯和中国。在我看来，美国是更危险的敌人……我说这话并不是开玩笑。在一定程度上是严肃的。”^[2]

[1] *Report of the Committee on Broadcasting*, Ottawa, Canada, 1965.

[2] H. Comor, "American TV: What Have You Done To Us?" *Television Quarterly*, Vol. VI. 1, Winter, 1967, pp. 50—51.

这些犀利的言语是公正的吗？

加拿大观众大量接触美国的无线电广播和电视文化在一定程度上是由于地域关系。毕竟据推测，加拿大有五分之三的家庭处于美国电台/电视台的覆盖范围之内。当然，3000 英里的边界线也不可能给美国广播电台/电视台发射的电磁脉冲设立任何屏障。但是美国大众媒介对加拿大的渗透（或许说足量供应更确切些）并不能完全只用边界领土问题来解释。加拿大的经历仅代表了一部分，仅仅是美国电子传播媒介令人震惊的全球入侵的一小部分。

关于国际社会究竟多么彻底地被美国生产的或者说美国资助的海外公司生产的广播电视节目所覆盖，从来都没有完整的证明。而且由于美国的广播节目内容被大量采用和美国海外广播机构的持续快速的扩展，任何详细的记载很快就会过时。每一个新的电子技术方面的进展都会扩大美国的影响范围，而军事和商业活动的密不可分更加促进了这种扩张。

例如，国防部拥有一个由 38 家电视台和 200 多家无线电广播电台组成的跨世界的广播网。负责教育和文化事务的前助理国务卿菲利普·库姆斯介绍说：“有人认为，外国听众超过了在海外的美国听众，其比例大约为 20 : 1。”^[1] 不仅如此，还有一家庞大的民用的政府广播机构——美国新闻署（USIA），除了其他事务以外，该机构主要负责向国外受众传输节目。“美国之音”，作为美国新闻署的无线电广播媒介，每周用 38 种语言向无数的海外听众播放 845 小时的节目。美国新闻署同时还向世界各国的地方电台/电视台销售录制节目以及剧本，据估计，这些产品每周要在 5000 多个电台/电视台播放 15000 小时。

美国新闻署除了在国内拥有 43 家具有强大影响力的发射台，还在海外控制了 59 家发射台，包括设在利比亚、罗得岛和英国的广播台。

[1] P. H. Coombs, *The Fourth Dimension of Foreign Policy*, Harper & Row, New York, 1964, p. 65.

美国新闻署在柏林的无线电台——美国占区广播电台 (RIAS) 位于德意志民主共和国的中部 (西德并不知道), 全天广播, 年预算超过 300 万美元。其大半以上的广播时间用于播放政治评论、新闻和文化节目, 每天 24 小时向东德的听众广播。^[1]其他的广播设施建在希腊、泰国和菲律宾。^[2]

虽然“美国新闻署的大部分节目在其播放的 97 个国家中没有获得认可”, 但是它还是为日本、尼日利亚、泰国以及所有拉丁美洲国家准备了普通的电视系列节目。^[3]一些节目由美国公司或当地公司提供商业赞助, 并占用了晚上的黄金时段。例如, 拉丁美洲国家可以接收该地区 114 家电台播放的每周 15 分钟的新闻评论节目《全景美洲》(Panorama Panamericano)。日本在 1966 年使用了 8000 个美国新闻署的节目和新闻片。

若非官方广播所做的努力, 军事和民用广播仅仅是美国国际传播活动的一个有限的侧面。私人广播公司最近几年迅速发展起来。前全国教育广播业者协会会长, 哈里·J·斯科尼亚不久前写道: “也许没有几个美国人意识到美国的电视节目、电影、广告以及其他信息、娱乐产品或活动在多大程度上影响了大半个地球。”^[4]

美国对海外传播的兴趣从直接拥有广播设施 (虽然有限但却在扩张) 扩展到设备销售、经营服务承包以及节目出口。参与的强度可以在主要美国广播公司的国外业务中得到最佳说明, 但绝非全部。

哥伦比亚广播公司在国内传播业中的重要地位众所周知。但其国际传播的成就可能不太为人熟知。根据 1966 年年度报告: “哥伦比亚

[1] Hearings Before a subcommittee of the Committee on Appropriations, House of Representatives, 89th Congress, First Session, Washington, 1964, *U. S. Information Agency*, Appropriations for 1966, p. 146.

[2] Hearings Before a subcommittee of the Committee on Appropriations, House of Representatives, 89th Congress, Second Session, *U. S. Information Agency*, September 13, 1966, Washington, pp. 345, 368, 625.

[3] *The New York Times*, March 24, 1967.

[4] H. J. Skornia, “American Broadcasters Abroad”, *Quarterly Review of Economics and Business*, Vol. 4, No. 3, Autumn, 1964, pp. 13—20.

广播公司已经成为世界范围的传播公司，其服务与产品遍及 100 个国家……其产品由 72 个海外子公司经销……10%的雇员是外国人……其节目分销到 94 个国家，首次包括了印度、希腊、加纳、利比亚、亚丁、加蓬、象牙海岸和刚果。”^[1]哥伦比亚广播公司还为以色列创建的国家管理的电视网提供咨询和建议服务。它在拉丁美洲投资了三家制作公司：阿根廷的阿根廷电视制作公司（Proartel）、委内瑞拉的委内瑞拉电视制作公司（Proventel）以及秘鲁的泛美电视制作公司（Pantel）。^[2]除此之外，哥伦比亚广播公司在特立尼达岛和安提瓜岛拥有电视台，在加拿大的几个社区拥有有线电视台。

美国无线电公司(RCA)是一家身价 20 亿美元的电子产业巨头，是国内另一家主要的广播电视公司——全国广播公司(NBC)的超级保护所。美国无线电公司及其子公司——全国广播公司在全球传播方面的利润已经非常可观并且逐年递增。1965 年，全国广播公司报告说其国际业务包括“在 83 个国家的 300 多家电视台播放的 125 部电视电影和所做的服务……最主要的出口电视节目就是《波纳扎》(Bonanza)，该节目经销到 60 个国家，每周有大约 3.5 亿人观看……NBC 国际公司用西班牙语、日语、葡萄牙语、德语、意大利语、法语和阿拉伯语给节目配音”。^[3]

1966 年，NBC 企业——以国际业务为定位的分公司——在 93 个国家投入运行。全国广播公司的其他投资还包括在香港投资一家新的电视台，承包建立 RCA 通信公司，管理和维护在泰国建立的首个通信卫星地面站。而且，“由于欧洲希望建立常规的彩色电视广播系统，一家新公司——RCA 彩色显像管有限公司在英国成立，该公司联合英国无线电租赁有限公司为英国和欧洲市场生产美国无线电公司的彩色电视显像管”。^[4]

[1] Columbia Broadcasting Company, *Annual Report*, 1966, p. 2 and p. 19.

[2] Columbia Broadcasting Company, *Annual Report*, 1966, p. 2 2.

[3] *NBC Year-End Report*, 1965, p. 28.

[4] Radio Corporation of America(RCA), *Annual Report*, 1966, p. 24.

全国广播公司在澳大利亚的布里斯班和悉尼的两家电视台、委内瑞拉的加拉加斯的一家广播电视台、墨西哥的蒙特雷的一家电视台拥有部分股份（多于 10% 但不能控股），此外还是控制牙买加的一家电视台、巴巴多斯的一家无线电台和香港的一家超高频电台的国际财团成员之一。

目前除了拥有海外股份之外，更重要的是在最近的 10 年里，全国广播公司向发展中国家（以及部分发达国家）提供了技术专家和管理专家。一位评论员写道：“正是在不受国有公司限制的经营业务领域，全国广播公司极大地影响了国外的电视。”自从 1957 年以来，全国广播公司在以下国家和地区开展了这方面的业务：沙特阿拉伯——“美国公司承担的最大的电视项目”、南越、西德、威尔士、墨西哥、黎巴嫩、瑞典、秘鲁、菲律宾、阿根廷、南斯拉夫、巴巴多斯、牙买加、肯尼亚、尼日利亚（除沙特阿拉伯外的最大项目）以及塞拉利昂。^[1]

作为母公司的美国无线电公司也是主要的股东之一。该公司连同美国电话电报公司、通信卫星公司的国际电话电信公司在国际空间通信联盟——国际通信卫星组织（Intelsat）——中具有举足轻重的作用。

美国第三大广播网——美国广播公司（ABC）在国际市场一直最为活跃，这也许是为了弥补其在国内市场的影响力稍显不足的状况（在国内，它排在哥伦比亚广播公司和全国广播公司之后）。ABC 建立了一个国际电视网——国际电视公司（Worldvision），据最新估计，该公司用户“占世界上允许商业赞助的国家（美国除外）的电视家庭（总计 2300 万户电视家庭）的 60%”。^[2]在国际电视公司运营的 26 个国家中，美国广播公司已经在以下这些国家的电视广播领域投入了资金：加拿大、危地马拉、萨尔瓦多、洪都拉斯、哥斯达黎加、巴拿马、哥伦比亚、委内瑞拉、厄瓜多尔、阿根廷、黎巴嫩、日本、琉球群岛、菲律宾、澳大

[1] R. Tyler, "Television Around the World", *Television Magazine*, October, 1966, pp. 32 and 59.

[2] Ibid.

利亚、智利和百慕大。

然而，正如一位作家所指出的，直接的经济利益并不是“国际电视公司的56家电视台(目前有64家)和30家无线电广播台之间合作的粘合剂。维系这种关系的根本在于一个世界范围的协议——为电台/电视台提供三大主要服务：节目购买、销售代表和销售网络”。^[1]美国广播公司在1966年的报告中写道：“节目已经销售到80多个国外市场。”^[2]美国广播公司还在德国、墨西哥和英国的制作公司有股份。

除“三巨头”之外的其他美国广播集团公司也已经涉足国际市场。迄今最有影响的就是时代—生活 (Time-life) 广播公司，该公司与哥伦比亚广播公司、前古巴广播商戈尔·梅斯特雷 (Goar Mestre) 在两个公司有合作。主要有：

“委内瑞拉电视制作公司，为委内瑞拉的8频道广播网提供节目，在加拉加斯设有总部和一家电台，还包括在巴伦西亚、巴基斯坦和马拉开波湾的电台；阿根廷电视制作公司设在布宜诺斯艾利斯，为该市的13频道提供节目。在这两家公司的股份中，时代—生活广播公司和哥伦比亚广播公司各占20%，剩下的股份在梅斯特雷和当地利益集团之间分配……在南美其他地方，时代—生活广播公司正在为巴西的两家电台提供技术和经济援助，这两家电台是位于里约热内卢的环球电视台和位于圣保罗的保利斯塔 (Paulista) 电视台。”^[3]

时代—生活广播公司与巴西的合作引起了该国的关注，因为巴西宪法限制外国对国内传播媒介拥有所有权，而如今已经建立的联系很显然

[1] R. Tyler, "Television Around the World". *Television Magazine*, October, 1966, p. 33.

[2] American Broadcasting Companies, Inc., *Annual Report*, 1966, p. 11.

[3] Tyler, *op. cit.*, p. 33.

违背了这一条款。不仅如此，美元的注入还激励了环球电视台试图收购国内主要大城市的无线电广播台和电视台。^[1]

不管结果如何，传播业的渗透已经十分常见，并且坚持不懈。一些国家开始修改国内法律以适应美国对国际广播业的不断扩大的投资。例如，曾经只有政府控制的广播—电视网的新西兰现正准备修改其法律，以批准成立一家私有商业电视公司。而一家新的集团公司——位于奥克兰的新西兰电视有限公司——意图在全国建立若干私有电视台，在该公司最初的700万美元启动资金中，NBC国际公司和时代—生活广播公司有望赞助380万。^[2]

还有一个特殊的例子就是美国在沙特阿拉伯的影响，沙特阿拉伯只有两家电视台，其中之一由政府控制并提供资金支持（在全国广播公司援助下建立）。另一家阿拉伯美国石油公司电视台（ARAMCO）由阿拉伯美国石油公司管理和提供资金，这家公司是美国石油集团的海外控股公司。该集团由纽约美孚石油公司、加利福尼亚美孚石油公司、新泽西美孚石油公司和得克萨斯石油公司组成。阿拉伯美国石油公司电视台本是为这一地区的美国石油集团的员工服务的，但是当地的电视机可以接受到它的信号。

节目出口

虽然在设备方面的股权投资给美国的广播公司直接提供了市场，但它们的主要收入来源以及美国海外投资的重要的政治文化影响仍然来自于美国的节目出口。商业电视节目已经成为美国重要的、畅销的出口商品。一位前美国新闻署官员威尔逊·P·迪扎德是这么评价这种交

[1] E. Blum, "Brazil's Yankee Network", *The Nation*, May 29, 1967, pp. 678—681. See also, *Variety*, June 14, 1967, p. 45.

[2] Tyler, *op. cit.*, p. 58.

易的：

“不论好坏，美国电视产品为全世界的电视节目确立了风格，就像40年前好莱坞确立了世界电影的风格一样。作为节目输出国，美国的出口量是所有其他国家出口总和的两倍……海外销售额直到前不久仍然是美国公司的国内利润收入可有可无的补充，但现在海外销售额占到所有美国电视影片辛迪加业务的60%，并代表了整个产业利润和亏损之间的差额。”^[1]

美国的广播公司开始抱怨摆在其商业电视节目出口道路上的阻碍。这些公司列举的障碍例子有：英国规定至少86%的广播时间要播放本国制作的节目，加拿大规定55%的广播时间必须用于播放本地制作的节目，而澳大利亚规定的比例是50%。美国的广播公司已经注意到在日本、阿根廷、意大利、墨西哥、巴西以及许多其他国家也出现了类似的趋势。^[2]但是对美国节目的限制通常似乎要比实际更苛刻。对允许进口的节目种类的宽松的解释和美国公司赞助制作的本地节目成为两个漏洞，这两个漏洞曾经被用于电影产品，并成功地避开了表面强硬的国家限额。类似的安排也许有望在电视电影上发生。

无论如何，美国在国外的电视业务增强了。美国新闻署官员迪扎德在1967年对一个国会委员会说：

“电视商业节目的出口额如今已经达到每年1亿美元，这使得电视屏幕成为越来越多的成千上万的海外观众了解‘美国形象’的一个主要来源。”他还指出：“据说，在这方面，电视会取代好莱

[1] W. P. Dizard, "American Television's Foreign Markets", *Television Quarterly*, Vol. III, No. 3, Summer 1964, p. 58.

[2] "The Global Market: Tough Nut", *Television Magazine*, August, 1966, pp. 90—92.

坞电影。然而，电视不像好莱坞电影，它不仅有虚构的娱乐节目，还会报道时事进展。这为电视增加了好莱坞电影产品不曾提供的一个维度，也使电视在我国与其他国家的交流模式中具有了特别的意义。由于美国国内电视体制基本上是商业性的，美国电视出口的数量和质量主要都取决于私营广播公司。”^[1]

1964年，迪扎德发现“一家典型的澳大利亚电视台的日常节目表，尤其是黄金时段的节目表和衣阿华州或者新泽西州的电视台的节目表没有实质性的差别”。^[2] 1967年，《电视时代》（*Television Age*）报道说：“目前澳大利亚播出的大部分电视剧仍然是从美国进口的。”^[3]

中国—前苏联圈子以外的所有国家都有类似情况，只不过存在一些地区差异。即使共产主义地区也没有完全避免美国影像的影响。想一想这些分布在不同地区国家每周播放的电视节目就清楚了。在阿根廷，“美国进口的影视节目仍然受到普遍欢迎。在高收入受众群体中最受欢迎、排名第一位的电影是《U. N. C. L. E. 来客》（*Man From U. N. C. L. E.*），排在它后面的依次是《联邦特工》（*The F. B. I.*），《蝙蝠侠》（*Batman*），《冷暖人间》（*Peyton Place*），《豪门新人类》（*Beverly Hillbillies*）等等。”在比利时，“如今美国的影视剧占据了比利时的前十位，主要有：《杰特逊一家》（*The Jetsons*），《亡命天涯》（*The Fugitive*），《基尔代尔医生》（*Dr. Kildare*），《屋顶上的爱情》（*Love On A Rooftop*）和《航向深海》（*Voyage To The Bottom of the Sea*）。”在加拿大，“如果加拿大的节目能进入尼尔森的前十位就会成为新闻了。”在芬兰，商业频道45%的节目是现场直播，另外55%是影片。“进口的美国半小时连续剧占了电视剧的85%。”在

[1] W. P. Dizard. Office of Policy and research, U. S. I. A., Before the Subcommittee on International Organizations and Movements. "Modern Communications and Foreign Policy", 90th Congress, 1st Session, Washington, May 4, 1967, p. 59.

[2] Dizard, *Television Quarterly*, op. cit., p. 63.

[3] *Television Age*, global report, July 3, 1967, p. 34.

香港，新时代—生活广播公司和全国广播公司国际电视台只用美国电视节目。在墨西哥，“在一家美国公司看来，电视节目就是美国电视节目的翻版……美国电视剧占据了墨西哥晚间的黄金时间。”^[1]

虽然美国的电视片目前关注的是从高收入国家赚取最大的利润，因为这些国家的观众是赞助电视电影和贴片放映的广告讯息的理想主顾，但是发展中国家也受到关注。迪扎德指出，“几乎每一位美国经销商（在拉丁美洲、非洲和亚洲）都是以低价销售电视片，以防有朝一日这些市场会成为更大的市场。”^[2]《综艺》还报道了价格范围及其适用的国家。^[3]（见表1）

表1 美国电视片的全球价格

	每集（半小时） 的价格范围	每部故事片 的价格范围
加拿大		
加拿大广播公司	2500—3500(美元)	8500—12000(美元)
加拿大广播公司（法语广播网）	2000—3000	
有线电视网	2000—2500	
拉丁美洲和加勒比海地区		
阿根廷	500—800	1600—2500 (配音)
百慕大	25—40	75—100
巴西	1000—1400 (葡萄牙语配音)	3500—6000 (葡萄牙语配音)
智利	50—60	300
哥伦比亚	150—200	800—1000
哥斯达黎加	30—40	50—150
多米尼加共和国	50—75	100—125
厄瓜多尔	25—40	无
萨尔瓦多	35—45	125—175
危地马拉	45—55	125—300

[1] *Television Age*, global report, July 3, 1967, pp. 34—69.

[2] Dizard, *Television Quarterly*, op. cit., p. 63.

[3] *Variety*, July 26, 1967, p. 54.

(续表)

	每集(半小时) 的价格范围	每部故事片 的价格范围
海地	25—30(美元)	75—90(美元)
洪都拉斯	25—35	60—80
牙买加	25—30	无
墨西哥	550—600	600—800
荷属安的列斯群岛	25—30	无
尼加拉瓜	25—30	无
巴拿马	40—50	100—150
秘鲁	100—200	350—575
波多黎各	300—450	1200—1500
		(配音)
		400—700
		(字幕)
特立尼达和多巴哥	30—35	60—100
乌拉圭	70—90	160—200
委内瑞拉	450—600	500—2500
西欧		
奥地利	400—800	1000—1500
	(德语配音)	(字幕)
比利时	400—600	1200—2000
丹麦	175—250	900—1500
芬兰	250—350	700—1000
法国	1200—2200	1600—3500
西德	1500—3000	10000—12000
	(无配音)	(配音)
直布罗陀	25—35	75—125
爱尔兰	70—75	无
意大利	400—650	2000—4000
	(配音)	
卢森堡公国	160—200	175—225
	(配音)	
马耳他	28	无
摩纳哥	100—130	130—160
荷兰	250—450	1300—1700

(续表)

	每集(半小时) 的价格范围	每部故事片 的价格范围
挪威	150—175(美元)	无
葡萄牙	140	无
西班牙	300—350	1800—2000(美元)
瑞典	400—450	1200—1500
瑞士	140—160	900—1500
英国	2800—4200	6000—14000
东欧		
保加利亚	35—50	无
捷克斯洛伐克	180—250	1000—2000
东德	无	1000—1700
匈牙利	100—160	300—600
波兰	125—200	350—600
罗马尼亚	无	无
苏联	无	无
南斯拉夫	75—80	200—450
近东以及南亚		
塞浦路斯	30—35	100—150
印度	无	无
伊朗	75—80	无
伊拉克	100—125	175—225
科威特	60—90	250—350
黎巴嫩	50—60	175—225
沙特阿拉伯	60	150—200
叙利亚	50—70	90—120
阿拉伯联合共和国	65—80	200—800
非洲		
阿尔及利亚	90—100	无
肯尼亚	22—28	无
尼日利亚	35—40	80—100
罗得西亚和赞比亚	50—70	100—175
乌干达	25—30	无
远东		
澳大利亚 *		

(续表)

	每集(半小时) 的价格范围	每部故事片 的价格范围
中国香港地区	50—65(美元)	160—200(美元)
日本	2000—3500	3000—3500
南朝鲜	40—80	无
新加坡	50—75	175—200
马来西亚	40—50	175—200
新西兰	140	无
菲律宾	100—150	无
琉球群岛(冲绳)	50—60	100—125
中国台湾地区	35—40	无
泰国	50—75	125—150

* 据最新协议,每一集的价格与该电视连续剧在美国成功与否密切挂钩。这种方式可以在价格结构上得到说明。如果一部美国电视连续剧由 25 集构成,每半小时一集卖 1500 美元;如果一部电视连续剧播放了整整一个季度,且超过 26 集,每半小时的价格为 1750 美元;如果电视连续剧在美国的播放超过一个季度以上,每半小时的价格为 1900 美元。这一报价主要适用于四大市场:悉尼、墨尔本、布里斯班和阿德莱德。如果卖给商业广播公司,还可以从澳大利亚的其他市场获得 400 到 600 美元的收益。澳大利亚广播委员会给其他市场统一补偿 300 美元。关于故事片的销售,美国出口商和澳大利亚广播公司的谈判还处于僵局状态。澳大利亚广播公司希望在上述四个城市实行统一价——每部付 10000 美元,而美国出口商坚决拒绝以固定价格出售。现在事情就处于僵局状态,没有任何进展,48 部美国故事片仍然等待进入澳大利亚市场。

从世界上贫穷地区电视机拥有量的增长上可以看出:世界电视节目的出口市场正在迅速地扩大。非洲的电视机数量从 1965 年 2 月的 57.7 万台上升到 1967 年 7 月的 85.7 万台。在近东地区,在这两年半间电视机数量从 40.4 万台上升到 67.7 万台;而在拉丁美洲,古巴(55.5 万台)、墨西哥(210 万台)、阿根廷(200 万台)、巴西(400 万台)、委内瑞拉(65 万台),它们是电视机拥有量较多的国家。

在近东,伊朗有电视机 13 万台,伊拉克有 17.7 万台,黎巴嫩有 16.5 万台。在非洲,阿拉伯联合共和国有电视机 50 万台,阿尔及利亚有 15 万台,摩洛哥有 3.6 万台,尼日利亚有 3.3 万台。在远东地区,日本拥有 3000 万台电视机,最接近美国电视机的拥有水平。泰国的电

视机拥有量为 25 万台，菲律宾为 24 万台，印度尼西亚为 4.5 万台，巴基斯坦为 2700 台，印度为 6000 台。^[1]

巴基斯坦和印度之所以电视机拥有量小，主要是因为政府对使用电视持谨慎态度。在印度，曾经做过许多小规模的投资，以确定是否要为普遍拥有电视机所带来的巨大的经济和社会负担大开方便之门。在一些尚不能解决全国人民温饱问题的国家，其人均收入仅是一台电视机价格的几分之一，电视机很难可能成为公众的必需品，除非将这个新媒介用于非常特殊的用途。

美国电视片出口的双边协商正在被扩大、合并到地区联盟甚至洲际联盟。在美国广播公司的支持下成立的国际电视公司联合了 27 个国家，把商业广播引进到至今还未开发的海外地区，与此同时，为美国的广播电视节目提供了额外的市场。美国广播公司谨慎地宣布国际电视公司是 ABC 国际公司的全球电视网络，也是世界上发展最快的广告媒体。它的主要任务就是“为国际广告商服务”。^[2]

国际通信卫星联盟——国际通信卫星组织的创建为美国企业谋取世界范围的广播霸权又增添了新力量，而国际通信卫星组织最大的股东和决策者正是私人拥有的美国通信卫星公司。

电影工业中的类似趋势

美国广播电视利益集团在全球的扩张和海外对美国节目使用是与美国企业的海外业务的扩张相伴随的，并成为其扩张的主要因素。在极其相关的行业——电影工业中，尽管该行业比电视业发展更早，但也出现了类似的发展趋势。例如，最近对英国电影业的一项调查显示：

[1] *Television Age*, July 3, 1967, pp. 37—38.

[2] “The Known and the New”, *Worldvision*, ABC International Television, Inc., 1966.

“目前英国制作的电影有近一半都是由美国公司的分公司或者美国提供资金的英国制片商制作的。英国影片的大部分制作资金来自美国。一家政府批准的公共机构——电影基金管理局——发放的制作津贴有四分之三都付给了在英国制片的美国公司的分公司。在英国上映的电影中，几乎有一半是由美国公司或者美国公司占很大股份的公司发行的。在英国每年发行的新影片中，美国电影的数量超过了英国电影。”^[1]

法国电影业也遭遇到类似的状况，尽管法国政府对此一直关注，并加以抵制。由于国际市场要求回收不断攀升的制作成本，这使得大多数本地制片商只能依靠外部资金的援助。1964年，据估计“目前在法国以外发行的法国电影每三部中就有一部是由美国公司制作的”，“只要美国公司在法国的分公司生产的电影符合官方定义的‘法国电影’，它们就可以像真正的法国制片公司一样从法国政府获得资助。”^[2]在较为年轻的电视工业方面，美国的广播公司已经在墨西哥、英国、西德、加拿大、阿根廷、委内瑞拉和秘鲁建立了制作公司。

美国在全球传播领域日益增长的影响力所造成的文化后果将更加深远。更加广阔的市场给美国广播商和电影制作商带来的经济利益显而易见。但更为重要的是美国商业传播媒介在美国商业组织及其价值观向国际社会的每一个角落扩张和传播过程中扮演的先锋角色，即使这一点尚未被充分认识。对此我们将在以后详加论述。

[1] T. H. Guback, "American Interests in the British Film Industry", *The Quarterly Review of Economics and Business*, Vol. 7, No. 2, Summer, 1967.

[2] *The New York Times*, November 15, 1964.

第七章

广播的国际商业化

美国的传播业在海外的的发展远远超越了美国的一些大广播公司、电子设备制造商所拥有的设备、出口以及专利使用权转让协定，尽管这些要素对于传播媒介的海外发展相当重要。同样重要的是美国的体制——商业的传播模式——向国际舞台的扩张。世界上大部分国家（并且越来越多的国家）迅速地屈从于按照美国模式制定的传播格局，至于这种变化是怎样被策划出来的，则只是最近的事。

电子技术的革命自第一次世界大战以来就改变了传播业。它也提供了充分满足广告需要的设备。在美国，广播和电视几乎从其被人们接受的那一刻起，就被抢先用于商业公司的销售目标。虽然赫伯特·胡佛在 20 世纪 20 年代非常谨慎地没有破坏这种被新发现的自然资源的令人兴奋的潜力，商业却毫不犹豫地把广播变成其不辞辛苦的推销员。

20 年前，无视对电视这个新媒介进行仔细的实验，以发现其最有成果的性能的建议和观点，迫不及待的设备制造商和广播公司就急于出售设备或者卖广告时段，因此电视被它们过早地仓促投入市场。^[1]电视紧跟着广播的步伐进入商业领域，没有人感到吃惊。

[1] "Television Network Procurement", Report of the Committee on Interstate and Foreign Commerce, 88th Congress, 1st Session, House Report No. 281, March 3, 1963, U. S. Government Printing Office, Washington, 1963, p. 49 and footnote 9.

传播体系的全球商业化

在前电视时代，在所有发达国家中只有美国公然地将广播商业化。此外没有任何一个国家由广告客户支付媒介的费用，并如此彻底地决定媒介的命运。欧洲的国营广播管理模式在当时十分常见，而美国的管理模式则是一个例外。

随着电视的出现，但不是因为它，许多国家的广播体制采取了美国形式的不同变种。《电视：世界的观点》（*Television: A World View*）的作者迪扎德曾经这样描写这种变化：

“电视基本上已经发展成为一种商业媒介，这正是美国以及少数几个国家所希望的。特别是在拉丁美洲，广播传统上是私人企业。然而，在其他地方，广播与商业没有任何联系，是由国家垄断的。理论上，电视应该遵循既定的模式；重要的是它没有……目前，50多个国家的电视台是在国家的监管下，部分或全部地由私人利益集团所控制。世界上除了数量很少的95家电视台之外，所有的电视台都播放商业广告。”^[1]

那些新独立的国家也采取相同的模式。迪扎德指出，“在发展中国家，当地电视的真正控制权掌握在商业利益集团的手中。”^[2]联合国教科文组织的报告也有相同的发现。1963年的一项研究在提供了关于电视比广播更少地受国家支配的证据之后得出结论：“这也许表明电视

[1] Dizard, Wilson P. (1966) *Television: a World View*, Syracuse University Press, Syracuse, New York, pp. 12—13.

[2] Dizard, op. cit. (Note 1), p. 239.

业的商业运作趋势要比广播更加严重。”^[1]

甚至强大的工业化国家也已经被迫修改他们长期以来的、具有稳定性的广播服务政策，接受了商业运作。英国在1954年屈服于商业运作。法国在广告赞助支持这条门槛边摇晃了几年，刚刚跨过了门槛。相信俄罗斯是一个特殊的例子，它在美国的报纸上登广告说他们愿意在国有电视上播出商业节目。^[2]

究竟是什么动力推动几乎整个电子传播媒介走向商业化？它的拥护者声称播放商业广告是满足新媒介的资金和节目需求的最佳方法。例如，迪扎德断言“这种向商业化的转变证实了美国式的广播无论是作为国家税收的创造者，还是作为一个极受欢迎的娱乐和说服形式，都是有效的”。^[3]

商业广播创造税收的能力是毋庸置疑的。至于它所提供的娱乐节目是否令人满意则是值得进一步思考的另一回事。但这两个原因都丝毫没有能够说明正在发挥作用的、更基本的操纵力量。在推动广播的国际商业化进程中，没有比美国工业经济本身更重要的因素了。然而，私营经济依赖于广告，如果没有消费需求的刺激和操纵，工业经济很快就会面临减速的威胁。对此，《广播》（*Broadcasting*）杂志这样描述：“在这个国家，生产力超过了消费需求，广告已经不仅仅是一种经济力量，它还影响着我们的生活质量。”^[4]

美国的制造商们不断地、迫切地要求每年提高产量水平，以维持和提高利润幅度，这激发了不断地把电子（或其他）传播媒介包装在商业化外壳下的行为。当然，所发生的这一切是一个持续的相互作用的过程。美国势力的直接侵入刺激了这种行为在受影响的国家的发展。而且，那些有类似工业结构和制度的国家，如果起初还比较薄弱，它们也

[1] UNESCO (1963) *Statistics on Radio and Television, 1950—1960*, Paris, France, p. 20.

[2] *The New York Times*, 16 January, 1967.

[3] Dizard, *op. cit.* (Note 1), p. 13.

[4] *Broadcasting*, 26 June 1967.

觉得自己有必要与其保持一致。

私人企业不断扩张的工业社会的市场需求所产生的国际动力已经反映在一般的行业报告中。例如,《电视杂志》(*Television Magazine*)描述了广告业、制造业和广播业之间的相互联系:

“大约是1959年,描绘美国广告公司海外发展的一条平缓曲线突然攀高,并且不曾拉平,……海外电视的发展与这种急剧攀升不无关系,因为在媒介商业化方面领先的美国广告公司已经为他们提供了可以大量出口的窍门。但电视并不是主要的原动力。那个角色属于委托方:美国的消费品生产商。”

那本杂志用简单的文字解释了这个过程:

“以宝洁公司(Proctor & Gamble)这样的年销售额超过20亿美元的大型公司为例,它在自由竞争市场上的地位部分地是由其公司的增长率来决定的。但需要补充的是,在已经超过20亿美元的基础上每年要实现10%的增长率已经越来越困难。到哪里去寻找多出来的2亿美元呢?对于越来越多的美国公司来说,答案就是海外。”^[1]

美国公司已经有规律地向海外发展,或者通过直接的收购,或者通过成立新公司,或者通过租赁协议或合资。美国私人公司在全球制造业的直接投资在1943年以来的24年中,已经从22.76亿美元发展到220.50亿美元。这个时期仅在西欧的制造业投资就从8.79亿美元增加到88.79亿美元。为了促进其国外企业产品的销售,美国广告公司

[1] Ralph Tyler (1965) Agencies abroad: New Horizons for U.S. Advertising. *Television Magazine*, September, p. 36 (italics added).

一直伴随着美国的海外工厂。麦卡恩-埃里克森公司 (McCann-Erickson) 在 37 个国家有 70 家营业所, 雇用了 4619 人。智威汤逊公司 (J. Walter Thompson) ——这个“跨国经营之祖”仅在伦敦的营业所就雇用了 1110 人。英国有 21 家与美国合作的广告公司, 西德有 20 家, 法国有 12 家。在拉丁美洲, 巴西有 15 家美国广告公司, 在加拿大的美国广告公司比在其他国家都要多。甚至发展中世界也已经被美国的广告公司渗透了。“三家美国广告公司已经占有了印度的庞大市场……[而且] 非洲也许同样会成为海外广告公司扩张浪潮中的一部分。”^[1]

广告公司为了其客户——美国和西欧的消费品生产商——需要依靠传播媒介去开辟市场。国家控制的抵制商业化的广播机构在公共关系中和日常的形象宣传中不断受到来自广告商及其同伙的围攻。

一旦私人经营的制造业企业开始生产商品, 就会集中其所有精力使公众接受涌现出来的各类商品并不断扩大接受范围。美国有实力的销售商暂时与其当地的竞争对手联手, 坚持争取国外的广告市场, 这正使一个又一个的国家广播管理部门不知所措。把商业电视引入英国主要是因为工业广告商操纵复杂的幕后政治势力才获得成功。英国广播公司的前任电视主管轻描淡写地解释了在英国发生的事情:

“……20 世纪 50 年代早期, 英国大型工业部门经常强烈要求为其商品提供更多的广告机会。特别是对报纸的战时限制只是新近才被撤销, 对消费品的真正宣传正处于发展之中, 但工业部门认为向公众介绍大量可以享用的新产品的机会不够多。在这方面, 电视显然是最佳的媒介, 而且工业部门也不会反对把电视这匹马套在他们的战车上。”^[2]

[1] 同前。在 1967 年, 根据《油墨》(Printers Ink) 杂志的数据, 在国外至少有 46 家美国广告公司, 它们在美国国外共有 382 家分支机构, 据《广告时代》(Advertising Age) 报道, 其中有 40 家公司声称海外营业额达 11.38 亿美元。

[2] Beadle, Gerald (1963) *Television: A Critical Review*, George Allen and Unwin, London, p. 82.

雷蒙德·威廉斯也从英国的经历中得出结论，他写道：“为着民主传播的目的而反对目前的有管理的资本主义(managed capitalism)的幻想的经济和政治压力，几乎是一项专职的工作。”^[1]

目前国际舞台上出现的东西与美国的套路有惊人的相似：无秩序的扩张商品生产，通过传播媒介来推销商品，获取较高的销售额，进一步扩大企业，依次循环往复、周而复始。弗罗姆发现美国所特有的“症状”正在向全世界传播。工业社会中那种困惑的、试图通过商品消费来解除痛苦的人正出现在整个不断扩张的国际自由市场中。在弗罗姆看来，

“20世纪的工业主义已经创造了一种新的心理类型——‘消费人’(homo consumens)，这主要是由于经济原因造成的，例如，受广告刺激和操纵的大众消费的需要。但是，这种性格类型一旦形成，也会影响经济并使不断增加的满意度原则看上去是合理的、现实的。这样，当代人就会产生对消费的无限渴望。”^[2]

市场经济中的人已经成为超乎所有想象的信息接收者。个体成为现代技术创造的最具影响力的传播媒介的靶子。据估计，每个美国人每天处在大约1500条广告信息的轰炸下^[3]、在上小学前已经观看了4000小时的电视^[4]，“当代人”正在北大西洋国家迅速复制。事实上，“消费人”也开始在非洲、拉丁美洲和亚洲被发现。在1964年的私营企业主导的14个工业化国家中，210亿美元用于广告支出，其中三分之二花在美国。^[5]为制作全球商业广告的巨额预算提供资金的是大型

[1] Raymond Williams (1967) Britain's press crisis. *The Nation*, 10 April, p. 467.

[2] Fromm, Erich (1966) *The Psychological Aspects of the Guaranteed Income*. In *The Guaranteed Income*, Robert Theobald (ed.) Doubleday, New York, 1966 p. 179.

[3] *The Wall Street Journal*, 3 November 1965.

[4] *Television Magazine*, July 1967, p. 37.

[5] Advertising investments around the world. *International Advertising Association*, October 1965.

跨国公司，这些公司的工厂和服务机构遍及许多国家。正如人们所预计的，美国主要的广告客户正是那些最著名的消费品生产商。烟草、药品、化妆品、啤酒、汽车、燃料以及食品企业是美国商业电视的主要赞助商。表1列出了1966年美国最大的几家电视广告客户。

表1 1966年美国公司的电视广告支出^[1]

1. 宝洁公司 (Proctor&Gamble)	\$ 179.2million
2. 百时美公司 (Bristol-Myers)	\$ 93.6
3. 通用食品公司 (General Foods)	\$ 93.3
4. 高露洁公司 (Colgate-Palmolive)	\$ 67.1
5. 利华兄弟公司 (Lever Brothers) *	\$ 58.0
6. 美国家庭用品公司 (American Home Product)	\$ 57.1
7. 雷诺公司 (R.J. Reynolds)	\$ 49.8
8. 吉列公司 (Gillette)	\$ 41.9
9. 沃纳兰波特 (Warner-Lambert)	\$ 41.3
10. 美国烟草公司 (American Tobacco)	\$ 40.8
11. 通用面粉公司 (General Mills)	\$ 39.1
12. 斯特林药业 (Sterling Drug)	\$ 39.0
13. 可口可乐 (Coca-Cola Co./Bottlers)	\$ 38.8
14. 通用汽车 (General Motors)	\$ 38.4
15. 家乐氏 (Kellogg)	\$ 35.1

* 利华兄弟是一家英国公司。

西方商业化的推动力就是这些“大挥霍者”。在以前它们就已经攫取了美国的无线电广播频谱。现在他们正成功地发起征服欧洲、亚洲和非洲的运动。一家广告公司预言，到1976年，美国广告客户在海外的支出将与其在国内的支出持平。^[2]《电视时代》对世界电视的年度调查提供了跨国公司在各个国家的广告渗透的发展报告。例如，在阿根廷，“燃油和汽车制造商，如壳牌石油公司，埃索石油公司，通用汽车公司，福特汽车公司……是大广告客户……旁氏公司，飞利浦公司，吉列公司，雀巢公司和高露洁公司也是主要的广告客户……”，在澳大利

[1] *Broadcasting*, 17 April, 1967, p. 38.

[2] *Ibid.*, 19 December, 1966, p. 23.

亚，“可口可乐、钱姆斯特兰德（Chamstrand）、福特汽车公司、利华兄弟公司、美铝公司（Alcoa）、安塞特航空公司（Ansett Airlines）、澳大利亚饼干公司（the Australian Biscuit Co.）、比彻姆公司（Beecham Products）和百时美公司是主要的广告客户”，在芬兰，“福特汽车公司，可口可乐公司和通用汽车公司就像它们在美国一样积极做广告。”^[1]大公司的影响渗透到哪里，哪里的电子传播媒介就变成了推销工具。

弗雷德·弗兰德利指出，“三家肥皂公司，宝洁公司、高露洁公司和利华兄弟公司占了全国电视销售总额的15%。这就是为什么美国人对清洁剂和漂白剂的了解要比对越南和沃茨（美国加利福尼亚州洛杉矶市一区，1965年8月曾发生过严重的种族冲突和暴乱，35人死亡。——译者）的了解要多得多。三家大型的报刊在他们每周七天的工作中，围着广告和商品打转。从其他星球来的参观者看了一天电视以后，只会得出这样的推理：我们正专心培养出一代半文盲的消费者。”^[2]

这不仅仅是一个普遍存在的、不和谐的商业广告问题。这表明电视的整个内容正在适应销售商的规则。一位美国电视作家这样写道：“电视不是一种艺术形式或文化渠道；它是一种广告媒介。”因此，“……对于那些看电视后抱怨电视节目太差的人来说，他们似乎有点没教养，似乎不是美国人。不要去设想节目如何好，应该去设想如何赚钱……[而且]事实上，‘质量’也许不仅仅是无关的，而且还会分散注意力。”^[3]

[1] *Television Age*, 3 July, 1967, pp. 33 and 61.

[2] Friendly, Fred (1967) *Due to Circumstances Beyond Our Control*, Random House, New York, pp. 294—5.

[3] Karp, Daniel (1966) TV Shows are Not Supposed To Be Good. *The New York Times Magazine*, 23 January.

诚然，美国广播和电视的状况是个极端的例子。在西欧，国家广播机构履行一定的社会职责，这个传统还没有被破坏。但消费品生产商获取大量受众注意的努力毫不松懈，正如弗罗姆所观察到的，一旦这种联系建立，受众本身就会搜寻进一步的刺激。在美国以外的一些国家的体系中，如果商业广告节目被控制或压缩在特定的播出时间内，那么节目本身就经常会直接或间接地按照赞助商的指令行事。当然，众所周知，在美国节目的制作过程中，广告公司参与剧本每个阶段的创作。试想一下电视节目的构思过程就明白了：“时长为半小时的剧本需要花大约三周时间来创作。作为第一步，创意人向制片人提供有关剧情的基本想法。如果后者喜欢其中的某一个，他会示意继续。下一步就是一个五到六页的大纲。制片人和故事编辑会阅读这个大纲，有时广告公司的代表也会阅读。有些节目，广告公司的人只会看最终的剧本。”

无论是在“创意”过程的开始，还是结尾，广告客户在美国电视节目中的影响始终是最重要的。不可避免的是，“作者会觉得他的一些最好的或者最有意义的想法没有被采纳，因为它们被认为商业性不够。赞助商和制片人不希望过于偏离他以前所采用的方向。因为财务上的风险太大了，他们希望能够平安无事地运作”。^[1]

与此同时，专门为满足商品制造商的需要所创作的美国电视节目仍然在攫取着国际电视市场。美国广播公司、全国广播公司、哥伦比亚广播公司把它们整套的电视节目发送到各大洲，收取发送费。在非洲和亚洲的低收入地区，为了在崛起的市场获得立足之地，老的美国电影和电视节目以低价倾销，完全不顾及是否与“娱乐”相关或者适当。

在西欧，主权国家最稳定的非商业广播机构也不能抵挡周围的各种反对力量。下面的话描述了“商业节目”如何否定国界，特别是在地

[1] *The New York Times*, 12 December, 1965.

理上紧密相邻的北大西洋国家：

“当然，不管反对的意见有多大，商业电视的持续发展在使多样性趋同的过程中发挥着重要作用。虽然在许多主要国家，特别是欧洲国家，仍然限制电视广告，但把商业电视节目拓展到最初坚决反对它的国家已经取得某种‘溢出’效应。只在今年，已有11年历史的国有的瑞士电视台允许在它的三个地区广播网播放商业电视节目。这个改变主要是由瑞士的制造商推动的，因为他们获知其消费者正在观看越境的意大利和德国电视。荷兰人也希望开展相同的改革，因为这个国家的大部分地区都可以接受德国的电视节目和广告信息。一旦荷兰的电视走向商业化，比利时就有望很快步其后尘。那么，法国和整个斯堪的纳维亚（半岛）将会成为最后的拒绝合作者。……如果法国电视走向商业化，正如智威汤逊公司的一个执行主管所指出的，对于电视广告商来说，将会真正出现一个共同市场。”^[1]

迫使欧洲非商业电视广播网吸收私人节目和商业节目的压力越来越大，广播也面临同样的压力。由于边界附近的外国广播电台的竞争，法国被迫改变了其最大的广播网——法国国内广播电台的节目播放模式。“非商业广播网被迫进行转变，因为它意识到它正在失去其年轻的听众，年轻人正在收听坐落于法国边界上的卢森堡广播电台和欧洲第一广播电台，这两个广播电台坚持美国风格的节目供应方式——播放流行音乐，间隔插入商业节目和新闻广播节目。”^[2]

如果由于这样或那样的原因对非商业的国家广播机构所采取的“合法”渗透和破坏不起作用，就会采用不太复杂的技术手段了。试想设

[1] *Television Magazine*, September 1965.

[2] *The New York Times*, 26 February, 1967. See also, *Rising Tide of Monied Interests May Yet Swing 3rd French TV Web. Variety*, 15 February, 1967, p. 38.

在英国海岸附近、甚至泰晤士河河口的非法广播电台这些不寻常的把戏。非法广播者完全不顾国际频率分配协定。它们向欧洲和英语地区听众播放插入商业节目的流行音乐，这些听众显然非常渴望娱乐节目，根本不会因节目附带的消费信息而不高兴。虽然非法广播者只是小规模广播站，但其背后却是大规模的利益集团。在英国，直到政府进行积极的干预，无论是广告从业者协会，还是英联邦广告客户联合会都开始间接支持非法广播者。英联邦广告客户联合会的会长说：“我们认为它们满足了一定的需要。尽管如此，如果它们是在国内，并且是长期的，我们会感到更高兴。”^[1]

非法广播者反对即将到来的政府管制，一家非法广播电台——伦敦广播电台这样评论：“我们希望从国外获得足够多的广告，以便使我们继续运转下去。我们有400万海外听众，**我们的多数收入来自国际公司，他们将不受英国立法的影响。**”^[2]甚至在议会立法反对沿海岸线设立的广播机构时，商业广播的国际亲戚们——跨国公司及其广告代理商、富有的海盗、广播和唱片公司继续竭尽所能削弱国家广播管理机构，支持非法广播者。

暂且不论非法广播，一个国家国内的广播电视节目制作、播放也不可能在目前的这种自由放任的条件下进行。那些最低水平的、针对大量受众的、明显带有商业风格的情感剧一旦在一国的邻国大张旗鼓地播出，那么这个国家就不可能将其排斥出去。无论“多米诺骨牌理论”在分析东南亚的政治发展时是多么令人置疑，但它确实为西欧的商业广播和电视的发展进程提供了恰当的解释。一旦运用电子技术实行商业侵入，那么，技术和地理要素就有可能被用来攫取更大的利益。

类似的进程也开始出现在亚洲。全印度广播电台一反其30年来的方针，在政府的允许下，已经接受了商业广告。对于这个决定的解释

[1] *The Sunday Times*, London, 19 June, 1966.

[2] *The Times*, London, 2 July, 1966 (italics added).

我们并不陌生——政府需要税收，而且更具说服力的是，“印度的公司已经将其广告投放到锡兰广播电台，这个电台精心安排的、轻松的商业节目可以在整个印度接收到。”这种类似的做法令人吃惊，“锡兰，是距离印度南海岸几海里远的一个岛国，在这方面它就像是向英国播放商业节目的非法广播站……”^[1]

在成功地获取了地球上大部分地区的传播媒介之后，商业公司现在已经将其注意力转移到征服太空。在1965年冬白宫召开的关于国际合作的会议上，全国公民委员会的空间委员会（顺便说一句，其主席是美国通信卫星公司总裁约瑟夫·查里克博士）列举了将通信卫星首先应用于“商业与贸易”方面所产生的未来影响。该委员会的报告指出：“可以预见，从事国际贸易的大公司为了在相距遥远的世界各个角落实行新的销售计划，或者展示新产品，或者分析新的销售状况，它们将使用闭路电视来把它们的办公室与分公司紧密连接起来。”^[2]当然，该委员会也提出了通信卫星的其他应用，但强调将其优先用于商业。

类似的观点也出现在其他重要领域。伦敦的《经济学家》杂志认为通信卫星是未来可以选择的商业媒介。叹息英国政府不愿意积极参加欧洲运载火箭发展组织（ELDO）——欧洲人与美国的先进的通信技术相抗衡的惟一希望，该杂志对此这样评论：“但是，是否只有美国人、俄罗斯人或者中国人的生活方式可以在世界各地传播？如果英国拒绝发展20世纪70年代的广告媒介，英国（以及欧洲）能够在世界各地销售其商品吗？”^[3]

约翰·罗杰斯爵士——伦敦广告从业者协会主席、世界最大的广告代理公司的子公司智威汤逊有限责任公司副总裁更加希望如此。在1967年美国广告公司联合会年会上，他宣布：“我相信，在欧洲，一方

[1] *The New York Times*, 29 January, 1967.

[2] *The White House Conference on international Cooperation*, National Citizens' Commission, Report of the Committee on Space, November 28-December 1, 1965, Washington, D. C., p. 27.

[3] *The Economist*, London, June 11, 1966, p. 1176. (Italics added)

面广告客户需要媒介，另一方面公众希望他们拥有媒介，所以广告客户最终就会获得媒介……有计划地发展卫星通信业可能加速这两方面的发展，使欧洲广告带有越来越多的国际性。”^[1]

近期关于通信卫星的会议上形成的两种观点更加表明了使用通信卫星的方式。1965年12月，联合国教科文组织召集来自19国的代表以及其他对此问题感兴趣的国际组织来探讨将人造卫星用于信息和文化目的的问题。几个月以后，在墨西哥召开的第18届世界广告大会上，国际电视公司——包括25个国家的62个电视台，由美国广播公司的国际子公司ABC国际公司组织成立的广播网——举行了为期3天的研讨会来说明“国际广告客户目前如何使用电视”。用ABC国际公司总裁唐纳德·W·科伊尔的话说，“全球电视并不是一个需要我们不得等到遥远的将来才能够使用的工具。它现在就摆在我们面前。”^[2]

使用人造通信卫星的两种方法的对比结果令人失望。联合国教科文组织的观点——在国际范围内将通信卫星用于文化目的要**等到将来**；而国际电视公司将空间媒介用于商业的计划**却已经开始**。商业以及公关机构立即动手干起来，经济顾问们游说其主顾们，并向他们鼓吹全球通信卫星在促销商品方面的潜在价值。另一家美国大型广告公司扬雅广告公司（Young & Rubicam）的资深副总裁解释了按照这种方式销售商品的新动力。他说：“我认为，如果说以前没有这种机会，那么现在是时候了，你可以考虑把产品卖往世界各地——不是在一个国家，也不是在一个大洲，而是全世界。只要你有了好的电视销售方案或者销售思路，它就会在一个地方付诸实施，或者英格兰、美国、日本或者其他任何地方，你不需要试销，就马上获得了在全球销售的权力，这一切现在就可以做到了。”^[3]

[1] *Broadcasting*, April 24, 1967, p. 75.

[2] *The New York Times*, May 15, 1966.

[3] Ralph Tyler, "Television Around the World", *Television Magazine*, October, 1966, p. 61.

把这些发展看作是国际阴谋集团秘密实现传播媒介的全球商业化的证据是错误的。这些势力正在公开活动，“消费主义”的成功依赖于目前非常强大的制度压力以及人类的融合。一家广播出版物这样描述：“在当今这个历史时刻，世界上大部分地区以经济为中心的消费者以及商业电视似乎都在竭力寻找支持。”^[1]

如果美国在利用电子技术对世界进行商业侵略的过程中没有密谋策划，那么一定也有一种非常明确的认识——怎样使传播业既能够为高度意识形态的目标服务，又能实现创造利润的商业目的。麻省理工学院伊锡尔·德·索拉·普尔教授对一个研究“现代传播与外交政策”的国会委员会指出，“美国的国际传播能够发挥的作用是向人们提供他们迫切需要而又不容易获得的东西。”他以国际新闻为例补充说：“人们迫切需要的另一件东西就是看清现代生活方式到底是什么样的——看清商品、看清人们是怎样生活的或者怎样收听流行音乐的。”哥伦比亚广播公司的约瑟夫·克拉珀博士为该委员会详细讲述了音乐这个主题。他指出：“……流行音乐广播不可能对受众的政治态度产生立竿见影的效果”，“但是，这种传播活动毫无疑问为西方思想观念提供了一种入口，即使这些观念在传播过程中的任何特定时刻都没有得到公开、全面的表述”。^[2]

20世纪30年代西方国家持续很久的经济萧条所造成的匮乏以及40年代战争时期的物资短缺在欧美创造了巨大的商品需求。战后西欧试图将国民经济的动力与目的转向公共经济的基础社会改革遭到失败，这为重新巩固私人商品生产者的利益提供了机会。在美国，商业机构已经重新恢复了美国1941年参战前的自信与权威。代表私人利益的广告使得消费主义的欲望更加高涨。北大西洋工业国圈子之外的国家在这

[1] *Television Magazine*, September 1965.

[2] “Modern Communication and Foreign Policy”, Committee on Foreign Affairs, House of Representatives, 90th Congress, 1st Session, May 4, 1967, Washington, D. C., pp. 63—64. (*Italics added*).

些富裕的核心地区的推动下也纷纷仿效。

西欧国家阻止广播媒介不断加速的商业化进程的关键要素在于：在美国不被重视的民族传统的存在以及一定程度地拒绝或者限制美国节目。例如，加拿大和英国已经尝试将美国节目在国内的播放比例控制在一定范围内，虽然这样做不是很成功。

然而，试图拒绝美国的节目或者限制国内商业节目的数量、长度的做法在任何一个国家都不可能奏效，无论它在本地区是一个多么具有影响力的国家。主要的困难是被拒绝的广播电视节目通过设在邻国的广播台重新播放进来，这些广播台有时就是为了这个目的而故意设在邻国的。此外，西欧、加拿大、日本以及澳大利亚的商业部门支持商业化的一般原则，并相应地尽可能支持提高销售能力。毕竟，在这些私有化的工业国，销售问题虽然还没有达到美国的水平，但正在迅速逼近这个水平。

至于那些贫穷的国家，实际上，它们在来势凶猛的西方消费主义面前没有抵御能力。由于许多发展中国家非常贫穷，它们只能通过接受整套商业节目的方式来支付购买新媒介设备的费用，而整套商业节目把发展中国家的广播机构与外国节目以及资金赞助“捆绑”在一起。美国时代—生活公司 (Time-Life) 的副总裁西格·米切尔森直率地断言：“各个不发达国家不得不接受商业节目，不然，他们就没有办法支付购买电视设备的费用。”^[1]这样，无论这些国家的规划者们的意图和方案是什么，其经济发展道路都完全被以市场为中心的消费主义所设定。开辟在行为和机能方面可能不同于当代西方模式的新的国家发展道路的希望初期就破灭了。

日本经济学家都留重人 (Shigeto Tsuru) 令人沮丧的、犀利的话语似乎在西方市场企业发动电子传播侵犯之前就呈现出其普遍性：

[1] *Television Magazine*, October, 1966, p. 61.

“在这个传播媒介具有强大影响力的世界，对于生活在资本主义制度下的公民来说，我们不得不提到一种新型的‘自我异化’。如果这世上有一个国家，在那里人们可以把今天高度发达的传播技术完全用于惟一的目的——其‘居民’的自主的文化需要，那么，对于我们这些每日、甚至每时都不能躲避资本主义社会的现代商业主义或隐蔽或粗暴的袭击的人来说，参观那里将是我们一生难遇的经历。”^[1]

[1] Shigeto Tsuru, *Has Capitalism Changed?*, Tokyo, 1961, p. 56.

第八章

处于电子包围中的发展中国家

那些贫穷的国家——亚非拉的贫穷国家——被如此众多的问题所困扰，以至于如果让它们想到还不得不面对另外一个问题，似乎有些残酷了。由于这个问题关系到国家的发展以及许多国家的命运，所以它并不是一个次要的问题，它涉及到弱小国家如何保持其文化完整性的问题，这些国家的民族的、地域的、本土的或部落的遗产正开始面临着被工业化世界的几个权力中心发动的现代电子媒介（特别是电视）扩张所灭绝的威胁。

不难理解，现代设备，特别是广播媒介技术对于那些经济发展陷于停滞、但正在努力促进发展的国家的领导集团来说极其令人激动。这并非完全是种错觉！目前可供国家使用的信息设备并不仅仅是令人兴奋的工具而已。如果充分地、科学地应用这些设备，它会成为促进发展的巨大动力。大量的为公众服务的传媒的积极效果仍未被人们充分认识，这仅仅是因为这种应用还没有在各地被广泛接受。

全球贫穷国家引进的电子影像节目所具有的消极特征虽然客观存在，但仍然不太明显。鉴于公共服务广播并不多见，商业广播的浪潮正在席卷全球。目前，文化中的“格雷欣法则”似乎正在全球发挥作用，价值最小的社会文化产品在最大范围内流通。正在兴起的洲际电视节目交易很大程度上以西方商业主义为发展动力，目前，它已经不把不同国家经济发展水平的差异以及他们的不同传播需求纳入考虑范围之内。

在全球扩散这种文化干扰的技巧以及减少这种流动、降低其最终危

害的可能性需要引起高度关注。

消除文化差异的技巧

目前，炮舰外交已经成为历史，传播外交正成为当前的一种非常重要的手段，日益红火的业务。伴随着广播和电视机构在工业基础薄弱的国家的建立，文化操纵具有了极大的可能性。

广播电视设备必须从国外引进，而支付这些设备的资金通常必须通过用诱人的许诺或条件哄骗不情愿的财政部门来获取。对于那些贫穷的国家来说，一旦广播电视设备到位，那么，操作设备、管理广播电视机构的经过专门训练的技师和员工则成为他们面对的另一难题。熟练掌握这些技术的劳动力最初不得不自国外或者在国外进行培训，而这种培训正如人们可以想到的，其内容通常是如何管理法国、英国或者美国式的广播公司。

但是，当代传播领域中几乎没有引起人们注意的根本问题仅仅出现在广播以后，无论它是怎样出现或者怎样被确立的。这个问题就是这种新的机构将要传播什么样的信息？实际上，播放的内容确实关系重大，因为由广播机构决定的节目甚至在很大程度上决定着这些新兴国家的文化前景和社会发展方向，这种影响会延续几代人。

在发展农业和工业中出现的错误和失败如果造成短暂的损失，那么这种错误和失败还仍然是可以补救的。但是文化模式一旦确立，其影响将是无止境的、持续的。一个新兴国家打造崭新的社会前景和社会活动的机遇在历史上是前所未有的，应该深思熟虑。然而，严格的、不可变更的经济和技术法则在现代大众传播领域发挥着影响。如果从一开始就不考虑这些因素，或者至少部分地加以克服，那么，自动呈现的发展进程很快会成为毋庸置疑的“自然”模式。

一些例子说明了这些经济技术力量是如何发挥作用的。例如，要

能够制作本地广播节目是一件极其费力的事，它需要技能和经验，而这并不容易获得。而且，实况转播节目所需费用高昂，因此，这类节目怎样获得资金支持的问题就变得很关键，这不仅是因为涉及到可观的资金投入，而且是因为投资方的性质影响着媒介的方向。广播机构的预算是否可以通过政府津贴的方式来解决？这将不可避免地伴随着会带来损害的国家操纵。那么，在发达的英国和法国并不怎么奏效的收取许可证费的方式能否解决广播机构的支出问题？或者采取允许商业赞助的方式解决？最后一种方式对于一些国库空虚的国家来说总是具有诱惑力，特别是在那些决策者们通常似乎意识不到私人赞助商要求的长期的**交换条件**的时候。

虽然资金问题是需要解决的首要问题，但是另一个更加寻常的因素却不容忽视。一旦个人向广播机构投资，他们就会迫切要求更长时间的收视（或收听）插播。这种要求即使是部分地得到满足，它产生的节目需求是大多数本地制作所无法满足的。这种现象即使在大多数技术发达的国家也是如此。

由于存在诸多限制，不能顺利地扩大国内的节目制作，而电视对节目的需求巨大，这些国家不得不对外国节目供应商大开方便之门。美国成为少数几个能够出口电视节目的国家中最主要的国家。更有甚者，那些节目供应商情愿以低于制作成本的价格销售其产品（销售价格有时仅仅是成本价的几分之一），这是因为它在国外的销售额是外加的收益，从节目获取的利润已经远远高于生产制作成本。外国供应商的节目倾销进一步阻碍了那些最富裕的国家以外的国家的国内节目的生产。

一旦发展中国家迷信电视节目交易的客观必要性，其广播机构就会迅速成为境外生产的节目的播放工具，这些节目的观点与特征即使对该国的发展方向没有危害，也是不相干的。这种对发展中国家的侵犯行为已经非常广泛了。例如，国际社会研究所所长劳埃德·A·弗里这样描述了非洲人口最多的国家的状况：

“几年前我在尼日利亚从事一项研究。期间我观看了尼日利亚的电视。你知道吗？在尼日利亚电视黄金时间播出的节目大部分是来自美国的电视节目，其中许多是肥皂剧……尼日利亚人显然是收看这些节目的，因为除了这些节目以外再也没有其他节目可看了。但是正如我们今天看到的，一个国家全然浪费了播放时间，这将面临着一个非常严重的问题，以这种方式使用电视媒介的潜力的后果可能是非常糟糕的。电视在尼日利亚之所以如此使用是因为对于该国的电视网来说，购买美国的电视剧比他们自己制作或者购买其他类型的电视节目要便宜。”^[1]

奥斯卡·刘易斯在其对墨西哥人家庭生活的研究的序言中指出了美国电视广告对这个国家的影响。他说，“大部分的电视节目由外国的大公司提供赞助，如雀巢公司、通用汽车、宝洁公司以及高露洁公司。只有电视广告中使用的西班牙语和墨西哥的演员们才使它们与美国的电视广告区分开。在桂格麦片的广告中，人们听到墨西哥一个无足轻重的偶像把桂格麦片推荐为最佳的谷物食品。一些电视广告甚至不愿意把短语翻译过来而直接采用美国的语言形式或夹杂英语词汇的西班牙语。这样，各类美容产品被广播为‘一用就会容光焕发’、‘靓丽照人’等等。”^[2]

文化同质化 (cultural homogenization) 已经在美国出现了多年，现在它大有压倒全球的趋势。长期研究戏剧的学者莫迪凯·戈列利克 (M. Gorelik) 在 1965 年指出，“凭借辛迪加化的报纸、广播电视和电影，机械化的、集中化的传播时代已经创造了史无前例的一体化。”^[3] 任何一个地方的本地文化都面临着被大量生产的商业广播产品淹没的危

[1] “Modern Communications and Foreign Policy”, Subcommittee on International Organization and Movements of the Committee on Foreign Affairs, House of Representatives, 90th congress, 1st, Session, May 4, 1967, p. 42

[2] Oscar Lewis, *Five Families*, Basic Books, Inc., New York, 1959, p. 8.

[3] *The New York Times*, April 11, 1965.

险。美国的电视已经被完全改造以适合那些为节目提供资金赞助的消费商品生产商的市场需求。节目的设计拘泥于消费王国的喜好，主要是为了获取或者控制大量的受众。

具有讽刺意味的是，在电视广告节目推动标准化行为形成的同时，其自身正在丧失其民族的认同与个性。美国电视广告节（在消费王国中，任何一个人工制品都有其节日）负责人华莱士·A·罗斯放映了几则精选的外国广告，并指出，“日益国际化的市场上出现的遗憾就是按照目前的制作方式，民族特色……已经逐渐消失。”^[1]

世界上只有少数国家，仅仅是少数，具有抵抗商业电视侵袭的工业力量、技术竞争力以及民族意愿。例如，日本颁布了广播法，规定“应该努力保持优秀的文化遗产”。英国电视台台长肯尼思·亚当在《听众》杂志上赞赏地写道：“日本在经历了二战以来美国化的若干年强大影响之后，这个（目标）已经成为其国家政策的关键要素。日本人已经接受、并且真正地欢迎另外一种文化与其自身的文化相比较，但是他们不愿意让他们自身的生活和思维方式被淹没掉，这一点逐渐在该国的广播业中反映出来。”^[2]

加拿大人也同样渴望保存其民族的认同感，尽管这个国家也绝非一般的低收入国家，但与日本人相比，加拿大人就不那么幸运了。自从在20世纪20年代出现无线电广播以后，加拿大人在反对美国的电子入侵的斗争中就一直吃败仗。在加拿大，公共广播的建立归功于几个人积极的、并取得初步成功的努力。这些人在当时认识到“这个‘无防御的边界’以前从没像现在这样为文化吞并大开方便之门过”。^[3]电视已经增加了这种危险。60%的加拿大家庭可以接受美国的电视信号。

[1] *Broadcasting*, November 1, 1965.

[2] Kenneth Adam, "Broadcasting in Japan", *The Listener*, June 30, 1966, p. 943.

[3] M. Prang, "The Origins of Public Broadcasting in Canada", *Canadian Historical Review*, XI. VI (March 1965), p. 3. Also, G. Spry, "The Origins of Public Broadcasting in Canada: A Comment", *Canadian Historical Review*, XLVI, No. 2 June, 1965, pp. 134—141.

美国的节目在加拿大的电视中居支配地位，在政府任命的广播委员会（福勒委员会）看来，加拿大人观看和收听的大多数广播电视节目并不服务于国家的需要。^[1]

五大洲的那些贫穷弱小的新兴国家更没有能力抵御这种新的传播媒介以保护自身。他们中的大多数不能独立支付建立、维护和运营广播机构所需的费用。这些国家或者越来越依赖外国资本来建立广播机构、提供整套的节目，这样做很快使其广播体制转变为西方或者东方体制的缩影，或者越来越依赖暂时价格低廉的节目（主要是美国的节目）供应，而这些节目原本是按照商业赞助者的要求制作的。无论依赖哪种方式都没有考虑按照进口国的要求来制作节目，即使有的话，那么这类节目展现的影像和生活方式也与大多数贫穷国家的社会需求之间存在着相当严重的脱节。

此外，当发展中国家因贫困而被迫采用表面上看似无需付出代价的商业性的广播电视体制时，该国的广播电视就不可避免地受制于商业主义对大量受众、标准化兴趣的依赖，成为创造需求的机器以满足消费商品生产商——节目赞助者——的需求。

但是，私人企业出于商业目的而接管传播机构可能会给发展中国家带来灾难。在那些发达国家，无论强调消费造成的社会成本有多高，还是它如何扭曲了个体的价值观，它至少提供了一种或多或少有效的途径，即可以提供一个市场，清除极其不稳定的经济体所生产的商品。而在那些贫穷的国家还没有高度发达的消费品工业。在那里还没有生产过剩的洗衣机、电视机和汽车。在贫穷国家培育消费主义可能会使这些国家面临严重的挫败，更不用说事实上有一大批人对是否需要推行西方的发展模式提出强烈质疑。

在那些比较贫穷的国家，投入到消费商品中的资源表现为脱离教育的节目和资本扩张。对个人消费需求的刺激令人痛心为使为数不多的

[1] *Report of the Committee on Broadcasting*, Ottawa, Canada, 1965.

节日远离集体的发展计划、丧失了长期发展的可能性。它还创造或者至少强化了满足个人渴求的生活态度，这与社会对广泛深远的社会合作的迫切需要极不协调。

民族自卫的努力

如果全球商业体系依靠其强大的根基疯狂地从北大西洋地区向外延伸，并使用电子传播媒介来推进其扩大国际销售的任务，那些弱小落后的国家采用何种方式才能确保自身在经济文化决策方面的自主性？

国与国之间无限制的通商不一定对于所有参与者都是有利的，这种观点成为人们暂时的共识，人们也许从中可以看到一线希望。人们也许最终会认识到最初在经济学中得到理解的东西与文化、传播相关。

从亚当·斯密提出具有说服力的观点开始，150多年来，经济学家们坚定地自由贸易辩护。自从斯密时代开始直到最近，只有少数人看到了限制和控制贸易的优点和意义，这些持不同意见者来自当时的发展中国家并不令人奇怪。如果说亚历山大·汉密尔顿是针对共和国的早期阶段而拥护贸易保护主义，那么在19世纪中叶德国经济现代化过程中，弗里德利希·李斯特看到的问题显然是当代的。他写道：

“一个国家由于保护性关税所遭受的损失不管怎样都仅仅体现在**价值**上，然而，另一方面，该国却赢得了**权力**，据此得以持久地创造数不胜数的价值。相应地，这种价值的支出被直接地看作是**该国工业发展付出的代价**。”^[1]

[1] Friedrich List, *National System of Political Economy*, Jena edition, 1910, Introduction, Volume 1, pp. 63—76.

试图以牺牲“价值”来“获取权力”的新独立国家拥有占世界三分之二的的人口。这些发展中国家起初是单独地、后来逐渐发展为集体地向曾经被用作改善其危险境况的手段——自由贸易——提出了挑战。人们开始怀疑长久以来信奉的贸易互利假设。当交易双方在实力上不平等时，相对较弱的一方认为好处总是常常流向实力强的一方。1964年在日内瓦召开的由美国赞助的世界性的贸易与发展会议（联合国贸易与发展会议）正式指出这种现象直到目前为止还只是偶尔得到承认。尽管在一些方面遭到反对，该会议还是认可发展中国家对弥补其在贸易谈判中的劣势而对国际贸易施加“不平等”的条款等行为的合法性。例如，迫使发达国家接受发展中国家对其出口商品实施的高额关税，而与此同时希望发达国家降低其对发展中国家的出口商品的税率。

在经济实力不平等的国家之间开展完全自由的商品与服务贸易对于弱国的社会繁荣发展不利，这种观点目前在强大的工业国家仅仅被部分地认可，并没有得到普遍接受。那些愿意承认这种可能性的人决不认为这种状况会进一步扩大。

关于商业的民间传说假设，不同的贸易群体会被吸引到一起，友好地进行商品交换并从中获益，与此相同，一个更具影响力的神话坚持认为，无论人际交往、群体交往的性质是怎样的，它们都会对世界范围的人类事务产生积极的、善意的影响。人们在交往的过程中可以沟通信仰，这样人类社会必然繁荣兴盛。在这样的背景下形成了一些最极端的主张。玛格丽特·米德在探讨人类生存时持乐观的态度，之所以如此，除了其他原因，是因为“……传播领域近来取得的巨大进步和分享知识的可能性”。^[1]杰罗姆·弗兰克结合不同的社会背景，也同样思考了人类的团结问题，他写道：“人们之间之所以还缺少相互理解是因为我们还不能在人与人之间进行全面的、亲密的交往。世界上许多新的伟大的希望之一就是大众传播媒介、世界的缩小（就运输业而言）等等

[1] *The New York Times*, April 20, 1965.

将有助于迅速重建一个世界范围的交往和互利的网络。我认为从这种网络中可以生长出所有的人与人之间的理解。”^[1]

任何人都会同意这些观点，它们所具有的常识性特征似乎理由充分，足以让人们接受。但是就像传统的贸易理论一样，这些观点对目前全球社会的特征——组织与社会分工——置之不理。这些观点假定那些富裕国家不得不表达的一切都是有用的，都关系到贫困国家。我们必须对这个假设进行仔细考察。

这个时代的实际情况或者说怪事就是一方面技术进步已经使那些发达国家能够运用电子传播来进行全球渗透；而另一方面，在国际社会目前的发展阶段，各国之间仍然存在的社会经济差异要求在不同的国家与社会制度之间至少保持一定距离。当国家面临来自国内外的阻力时，贫穷国家的领导阶层拼命地确保国家的完整，重建文化认同，维护民族特性。

如果传播媒介在公共教育方面发挥了作用，那么它在实现以上这些目标的过程中会起到巨大的推动作用。如果播放节目的目标与国家的发展目标相一致，大规模的扫盲运动、人力培训计划以及供民众讨论的真诚的专题讨论节目将获得最大的优先权。在刚刚获得独立的民族国家，如果人们认同并且接受广播应该对社会负有责任，那么，这种责任将要求广播具有一种与美国目前的广播电视功能完全相反的功能。但是，人们看不到这种相反的功能。

弗朗茨·法农准确地评价了贫穷国家自由地接触西方流行文化所带来的消极后果：

“年轻人随心所欲地享受着为资本主义国家的青年人设计的娱乐消遣：阅读侦探小说和色情文学、使用自动售货机购买商品、观

[1] “On the Developed and the Developing”, an Occasional Paper, published by the Center for the Study of Democratic Institutions, 1965, pp. 18—19.

看色情照片和禁止 16 岁以下青少年观看的电影等等，其中最严重的就是酗酒。在西方国家，工人阶级的家庭环境和教育的影响以及相对高的生活水平为抵御这些有害的消遣行为提供了一种或多或少有效的保护。而在非洲国家，那里的精神文化发展不均衡，两个世界的激烈碰撞已经相当大地动摇了古老的传统，模糊了普遍的观念。非洲的年轻人的感性已经被西方文化针对他们发动的各种攻击所支配。面对这种攻击，他们的家庭通常无能为力——不能展现稳定性和同质性。”^[1]

事实上，在西方国家，并不是所有人都像法农那样对西方年轻人能够摆脱西方社会普遍存在的商业文化的腐蚀性影响充满信心。在报道一项关于儿童电视的研究时，《纽约时报》的教育编辑提出了美国目前的电视节目难道不是一种“污染”^[2]的疑问。那项研究本身提出了这样的疑问——“电视不断加强了哪种价值观：帮助、关心、体谅？冷漠、怨恨、无情？世故、直率、温和？”该项研究断言：“一旦决定卖东西”，“那么，最有利可图的方法就是用卡通片来吸引儿童，加入一点可笑的成年人表演的闹剧式幽默，控制受众，最后卖掉大量的糖果。”^[3]

但是，正如《纽约时报》的编辑所进一步指出的，“卖出的远不止糖果——还包括有问题的玩具（从侦探武器到过于注重性特征和穿着的玩偶）、违反正确的营养学的各类食品以及本应该向保健护士或儿科医生推荐、而非向儿童兜售的维他命药品。”

发展中国家的新听众和观众们正在开始经历西方国家的受众已经习惯的一切——商业主义对公共利益的漠视。西方公众已经习惯接受并逐渐喜欢每天播出的针对他们的广播电视节目。商业企业已经根据其

[1] Frantz Fanon, *The Wretched of the Earth*, Grove Press, New York, 1965, p. 156.

[2] *The New York Times*, January 1, 1967.

[3] “Television for Children”, Foundation for Character Education, Boston, Massachusetts, 1966, p. 9.

销售需要塑造和强化了大众的喜好，现在它开始转向根据公众的需求来调整其供应的商品。弗雷德·弗兰德利分析了造成这种现象的特殊原因：

“由于这种短期内在经济上有利可图的平庸的节目占据了广播电视，它创造了人们的欲求，它影响着人们的喜好，就像广告影响着人们吃什么食品、抽什么牌的香烟、开什么牌子的车一样。针对当前的电视节目安排问题，电视网的辩护者们通常回答‘人们需要什么，我们就提供什么’，但实际情况是在那些已经被洗脑的受众选择他们喜欢的品牌的商品的同时，那些有辨别力的人们完全放弃了收听或收看广播电视。如果你让一个受众渴望观看《正派人》(the Mccoys)或者《小英雄》(Leave it to Beaver)，受众当然会拒绝收听或者收看正在播出的越南问题听证会或者麦克纳马拉的新闻发布会。如果把沃尔特·李普曼的采访安排在每周播放《娘们聚会所》(Petticoat Junction)这个节目的时间内，那么它所引发的愤怒会像让李普曼在四十二大街任何一家电影院播放双片电影之间作演讲所引发的愤怒一样强烈。”^[1]

皮尔金顿委员会在1960年做出的关于英国广播的报告中也着重强调了广播机构在影响观众喜好方面负有不可推卸的责任。^[2]

经济援助与民族独立的必要性

经济援助与民族独立对于多数国家来说是一对不可调和的矛盾。

[1] Fred Friendly, *Due to Circumstances Beyond Our Control*, Random House, New York, 1967, pp. 273—274.

[2] Report of the Committee on Broadcasting, HSMO, London. June, 1962.

只要不受援助的影响，发展中国家需要援助完全可以理解。然而，在国与国之间保持一定距离的必要性几乎完全被忽视了。

新兴国家追求民族独立并非像一些人所认为的那样是不成熟的反映，更准确地说，它是一个必要性的问题。倘若既要实现国家进步，又要促进国际社会的团结，那么民族独立就既是手段也是目的。毋庸置疑，加强民族自主权、提高谈判实力是新兴国家维护自身利益的手段，但是它们也有助于推进国际社会未来必将实现的平等，无论这种平等距今还有多远，它都是国际社会真正的融合。

在民族国家层面，一定程度的孤立主义对于广大发展中国家的发展前景的好处不会马上看见。如果把不相容的价值体系或者不适合的制度力量强加到发展中国的经济上，这会对民族国家发展规划的精心策划与实施造成不利影响。新兴国家的文化意识形态结构同样受到发达国家的熠熠生辉的社会文化产品的影响。这些雄心勃勃的民族国家的新兴工业部门受到西方工业国家的巨型公司的不利影响，面对后者的威胁，这些国家对薄弱的制造业采取了保护措施。在传播与文化领域，影响整个经济发展的社会组织同样处于危险之中，但是目前人们还没有认识到它所面临的危险，更不用说采取措施来应对这种危险了。

（虽然贫穷国家没有意识到针对其文化特征所发起的攻击，但这些攻击的发起者们会非常清醒地意识到其目标是什么。例如，美国新闻署官员威尔逊·迪扎德向国会讲述了该机构在向中国进行渗透的过程中面临的困难：“大家知道，在信息渗透方面，中国大陆实际上是我们最难击破的坚果。这些日子我们惟一能够使用的途径就是美国之音广播电台。目前，为了信息渗透的目标，我们正在远东地区增加设备。但是令人遗憾的是，我们没有被允许进入该国并在墙上贴上我们自己的大字报。”^[1]）

自由这个话题有时被用来维护国内或者跨国界的文化产品流动。征收鞋子、毛织品、威士忌的关税有时也许可以接受，但是这样产生了

[1] “Modern Communications and Foreign Policy”, *op. cit.*, p. 73.

一个疑问，即人们怎么可能主张使用有损于人类思想创造的手段呢？这不是全人类都要因此而蒙受损失吗？如果人类的创造力确实受到影响，那么就不会出现任何其他结论。但是将个人努力与企业行为相混淆会模糊现实情况。它假设电影、电视和广播节目是天才的个人的灵感结晶。然而，只有在少数例外的情况下是如此。大多数情况下，电视节目或典型的美国电影只不过是一种精心设计的商品而已，以满足人为地刺激起来的需求，肥皂、汽车以及化妆品也是这样生产出来的。

把美国的影视或广播业的产品与人类的自由联系起来会产生一种误导。在西方国家的信息和娱乐业所提供的大多数产品中很难发现个人的表达和才智。今天，这些缺乏个性的东西通常是由一些模式化的戏剧要素打包而成，期间经过了形式主义的配置。幸运的是，如果受众拒绝接受大众媒介的艺术作品，那么遭受损失的人通常不是艺术家。

20年前，新闻自由委员会驳斥了那个简单的假设，即把美国宪法中的支持自由言论的条款看作是坚持信息在国际上不受限制地自由流动的基础。该委员会指出：“消除愚昧无知和欺骗的最可靠的手段就是让客观现实的信息——**真实的信息**——在可能的最大范围内交换，而不仅仅是**更多的**信息交换。**真实的信息**，并非如那些让我们直接把第一修正案写入国际法的人们所认为的那样，只是信息的**不受阻碍的流动**！有证据表明，跨越国界的文字和影像的流动仅仅少量增加就会导致以偏见和歪曲、而不是以理解取代愚昧无知。”^[1]

非洲一些国家的领导人意识到问题的危险性。塞内加尔驻联合国大使近期建议：

“我们应该马上着手全面清查各民族的艺术文化资源，以便保

[1] Llewellyn White and Robert D. Leigh, *Peoples Speaking to Peoples, A Report on International Mass Communications from the Commission on Freedom of the Press*, University of Chicago Press, Chicago, 1946, p.2.

留它并使之成为人类文明的一部分……

我们必须赶在各民族的原始文化和文明在被人类的朝着国际化方向发展的这一势不可挡的趋势摧毁之前，了解它们。”^[1]

如果说文化多样性有望在这个世界的某个角落生存下去，那么它在很大程度上依赖弱国放弃西方娱乐业生产的玻璃纸包装的商品、无论花多长时间都坚持制作本国的广播节目的意愿与能力。

对于世界上的“穷”国来说，这样做是否真正具有可能性已不确定。罗杰·雷维尔在讨论基础广泛的、国际科学生态学所具有的生物学必要性时，指出：“如果我们能够为后代提供机会，让他们选择自己想要生活的世界，我们尤其需要学会怎样避免造成不可逆的变化。”^[2]从这个角度看，保留文化选择自由对于目前逐渐意识到其发展潜力的民族和国家来说同样重要。

传播业的保护计划能否实现？

一些发展中国家打算保护其薄弱的制造业以应对强大的国际竞争，这些国家重视使用更加强大的防御措施来对抗可能对其长期发展目标造成更大危害的文化攻击。但是，国家发展面临的经济与文化危险并不能用同样的方法解决。相对而言，禁止一些有形的商品流入国内的这种想法可以直接实行。而拒绝电磁波入境就是另一回事了。除了添置干扰设备之外没有任何可以抵御这种迅速跨越国界的高速电子脉冲的措施，而这些设备价格高昂，购置它们是一件毫无吸引力的麻烦事。当

[1] Ousmane Soce Diop, "Communications in Senegal", *The American Scholar* Spring, 1966, p. 221.

[2] Roger Revelle, "International Biological Program", *Science*, 24 February 1967, Volume 1955, Number 3765, p. 957.

信号传输者有意选择对某地进行电子入侵，防御实际上是不可能的。无论如何，这些都是强大国家的经验。试想，如果英国人、法国人、瑞士人都已经无法使自身免受电子入侵，那么亚洲人和非洲人成功保护自身的机会又从何谈起呢？

对于那些坚持从本国特殊的需求出发的国家来说，获取可供呼吸的电子空间的最有希望的方法就是签订国际（虽然不一定是政府间的）协定。这种协定可以将国际传播的管制范围从现有的频率分配扩大到节目播放的计划及其特征。虽然这种协议的方式扩大了政府控制和审查的范围，这确实会带来某种威胁。但是它有助于抵御沿着目前的路线发展所造成的后果，按照目前的路线，主动权掌握在只对公司的资产负债表负责的商业势力手中。如果主要的活动没有受到挑战，那么市场法则将会使电子传播在全球范围商业化。如果出现这种情况，那么其危害（尤其是对发展中国家经济的危害）也许要比可能存在的政府机关的审查威胁更加严重。

实际上，前景也许既不会如此暗淡，也不会如此受到约束。也许可以获得更多的空间，而不需要在两个均无吸引力的选项之间做出为难的选择。关于节目播放的国际协议也许是、但不必是政府压制传播的工具。独立机构既对政府负责，又在一定程度上与政府分离，在现实性上仍然有望提供一定的保障以避免狭隘的民族主义倾向和可能的审查，与此同时，可以拒绝与人们关切的发展需求相对立的广播电视节目，保护自身的经济利益。

例如，国际广播电视节目播放协议通常会包括这样一个规定，即每天保留出一段时间仅用于播放某一类型节目。福勒委员会近期建议^[1]加拿大电视台把上午的全部时间用于播放正规的教育节目。这个建议可以看作是制定国际协议的一种分配方案。显然，无论加拿大多么渴望这样做，它都不能无视与其共享 3000 英里“无防御的边界线”

[1] Report of the Committee on Broadcasting, op. cit.

的强大邻国的反对而采取这种行动。如果美国电视台播放肥皂剧，而加拿大的电视台播放教育专题节目，可想而知，处于美国电视节目信号接收范围内的5个加拿大家庭中就会有3个家庭收看美国的节目。

与此类似，国际广播电视节目播放协议也许有助于发展中国家避免将广播电视节目划分为教育类和娱乐类。这种人为的划分在美国已经造成教育电视节目沦为一种破落、不景气的边缘存在。这种划分对于新兴国家来说没有什么意义。对于这些国家来说，必须在国家目标优先的情况下把全部节目看作是一个整体，最能满足发展需求的是电视节目的整合，而不是电视节目的划分。另外，人们还做出了一些拙劣的、无足轻重的努力，即通过少量增加教育节目的播放时间来降低或弥补过量的娱乐节目造成的不均衡。如果新兴国家选择与其发展规划完全一致的、统一标准的广播电视节目，那么该国的决定会在国际协议支持的范围内得到加强和贯彻。

值得注意的是，一些国际组织已经将广播电视节目的管理问题提上了议事日程。1965年12月召开的联合国教科文组织大会讨论了通信卫星对广大发展中国家产生的影响，在讨论中形成了一个重要的观点就是应该采取一定的节目管理手段来保护民族国家的主权。联合国教科文组织代理总干事的开场白说明了这种普遍的观点：“……我认为这种（国际性的）合作必须超越传播技术的层面，进而包含对传播内容的关注。”^[1]

就在那次会议上，全印度广播电台总裁宣布：“让没有猜疑心的、不成熟的人们自由行动的世界也许会产生深远的后果。如果这些势力在国际上没有得到控制，那么就很难说利大于弊了……总而言之，自由并不一定要仅仅解释为取消审查，而是应该解释为创造机会。”^[2]

[1] Meeting of the Experts on the use of Space Communications by the Mass Media, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, UNESCO House, Paris, 6—10 December, 1965, Report of the Meeting, UNESCO/MC/52, Paris, March 31, 1966, p. 9. (Emphasis in the next).

[2] Ibid., p. 7.

最近，瑞典广播电台的爱德华·普洛曼在《欧洲广播联盟评论》(*European Broadcast Union's Review*)上提出这样的疑问：“仅仅在管制频率分配基础上我们能否真正以一种有意义的方式使用这种新媒介？还是我们必须要以一种前所未有方式对如何使用这些频率进行管制？这是一个新问题，需要进行新的思考，寻求新的解决方式。奥尔德斯·赫胥黎认为，未来的25年中人类在思考方式上不得不作出的改变比过去2万5千年中所作的改变还要多。我想他的话并非耸人听闻。”^[1]

更为极端的是，一些欧洲观察家认为目前卫星通信业的垄断特征已经提醒人们在真正的国际管理组织建立起来之前不能允许任何空间广播。^[2]

负责任的国际电视节目播放管制不会回答所有令人困惑的世界范围的经济倒退问题。但是它至少朝着减少而不是增加现有困难的方向迈出了一步。它也不是一个行动与不行动的问题，如果那些关注国际社会和平进程的力量在此关键的时刻不能提出其他可行的选择方案，那么凶猛的西方市场势力将会在没有竞争对手的情况下赢得这个领域。无论是私人管理的，还是社会管理的广播电视机构都会对国际社会产生影响。随着时间的推移，其影响会更加深刻。摆在我们面前的问题是如何塑造我们想要生活于其中的世界。国际手段仍然存在，但是我们是否愿意，并且有能力去抵抗商业利益集团支持的、推动全球同质化的技术攻击？

[1] Edward W. Ploman, "Some observations on Space Communications", *EBU Review*, march 1966, 96B, p. 36.

[2] 有关这些观点可参见 Richard N. Gardner, "Space Broadcasting; Problems of International Law and Organization", before the *American Institute of Aeronautics and Astronautics*, May 4, 1966.

第九章

美国通信卫星公司与国际通信 卫星组织：国际传播的控制机构

美国毫不遮掩其战后在空间通信领域的专横霸道的态势。在这个人类能力与技术成就达到的全新领域，美国决策精英们已经直接精心策划了其野心勃勃的商业—政治目标。空间通信的目标以及为实现该目标所建立的机构暴露了美国为在这个战略领域取得世界霸权地位而采取的大胆的战略部署。

过去一直很重要的对全球传播的控制在今天对于国际权威的行使已经必不可少。从几个世纪前的西欧的扩张开始，西方与世界大部分地区的信息联系实际上一直是单向流动。传播为扩张主义国家服务，充当殖民统治者发号施令的工具，并为本国国民的商业活动提供帮助。随着国际传播网络的发展，它加强了少数大国对其隶属地区及人民的控制。殖民地的那些仍然从内陆原料供应中心通往沿海港口的铁路如今对于国内运输来说几乎完全无用。就像那些形同虚设的殖民地铁路一样，非西方的通信业也基本上过时了，他们当时服务于外国而非国内的需要。尽管目前这种情况正在迅速改观，但是亚洲、非洲以及南美洲的许多地区的电话仍然是经过巴黎、伦敦或者纽约连接的，因为国内的通信线路或者交换站尚未建成。

形式上的殖民主义的崩溃、世界范围民族独立运动的兴起、美国实力的崛起以及令人震惊的新技术的出现，正在创造国际传播领域的新模

式。双向的信息流动正在取代传统的单向流动。过去殖民统治者们无法进入或者不感兴趣的地区已经或者正在被纳入更广阔的信息网络中。在这个正在兴起的世界，物质交流的匮乏或者短缺正迅速被全面的国际交往所取代。与此相应，当代权威的运用在最小限度上要包含对全球信息技术装备的控制；在最大限度上会包含对信息流动内容的影响，尽管这种影响没有达到绝对控制，但远非微小的影响。

通过人造卫星几乎可以进行即时的多种用途的全球传播模式，基本上是火箭、导弹的巨额研究支出的副产品，它为美国实现其广泛的商业与政治野心提供了基础。与此同时，将这些传播方式用于人类进步的这一前所未有的机遇也不能忽视。而且这种机遇对于大多数人来说的确是显而易见的。国家的领导决策阶层认为空间通信应该用于传统的维护权力的目的，而大多数根本没有权力的专业人员阶层希望更加积极有益地利用这种新技术，这种使用目标之间的分歧代表了美国自20世纪60年代早期以来采取的空间通信政策在实践与声明上的明显分离。

以空间为载体的信息时代开始的时刻正是德怀特·艾森豪威尔总统的任期行将结束的时刻。就在此时，即1960年12月30日，他宣布：“这个国家一直以来实行的政策是在政府颁发营业许可和实施管理的前提下，由私人企业来提供国际电话、电报以及其他信息服务。我们已经拥有了世界上任何其他国家无法相比的通信设施。相应地，政府应该积极鼓励私人企业为创造利润而建设和运营卫星中继转播。”^[1]

艾森豪威尔在当时表达的观点不具有任何法律意义，这种观点当时与贯穿于其执政的8年间的总的观点并不矛盾。更加令人吃惊的是，肯尼迪总统在其就职几个月之后迅速地采取了同样的观点，尽管有一些限定条件。肯尼迪总统关于通信卫星的一项政策声明于1961年7月24日公开，该政策重申私人拥有和经营美国的通信卫星是件好事情。

[1] *New York Times*, December 31, 1960.

同时，肯尼迪宣布：“为了世界和平以及全世界人民更加亲密的兄弟关系，我（再一次）邀请所有国家参加通信卫星系统。”他谋求实现国际通信的迅猛发展，实现全球覆盖（即使在某些地方这种覆盖无利可图），并通过所有权的方式使其他国家参加该系统。其他目标就是目前以及未来经授权的通信运营商一视同仁、公平地使用该系统，遵守反垄断法和经济发展规律开展激烈竞争，以及实现“美国在空间通信领域的建设性作用”。^[1]

这些政策规定的社会性与基础组织结构的私有特征一起构成了深植于卫星通信发展中的不协调性的主要根源。许多参议员意识到将私人公司作为发展空间通信的机构所带来的冲突后果。尽管他们竭力反对，但《通信卫星法》最终还是于1962年8月通过。

国会认为该法案拒绝政府所有和政府管理的原因基于以下几个关键的事实性假定，而这些假设直至最终都仍然处于争论之中：

1. 全球转播的私人所有在法律上是可行的、可取的，尽管空同法尚不确定，并且事实上不能对轨道上的运行对象进行监督。

2. 私人所有对于通信卫星系统的迅猛发展以及有效管理非常关键。即使政府也拥有这种知识与资源，它只能提供必要的支持及监察。

3. 虽然卫星能够比电缆提供更加多样的服务，具有独一无二的外交战略意义，并且安装卫星设备费用非常昂贵，但它们本质上是现有通信设施的辅助物，因此最适合由国际上普通的运营商拥有和管理。

4. 普通的运营商可以最圆满地处理关于卫星通信的复杂的国际谈判——即使这种谈判必然是多边的而非双边的，在一些关键的方面，国务院、联邦通信委员会将会参与其事。

[1] *Satellite Communications*, 1964 (part 1). *Hearings, Committee on Government Operations*, 88th Congress, 2nd Session, Washington, 1964, pp. 590—91.

5. 任何通信系统所需的巨额资金、运营成本，再加上需要维护一些不赚钱的市场，实际上都会造成长期的亏损，承担这些损失的应该是普通私人运营商而非政府。

6. 卫星与地面接收站必需共同拥有，即使两者在技术上是各不相同。共同所有权为政府干涉国内外的通信业打开方便之门。^[1]

美国通信卫星公司作为美国的私人公司正式成立于1963年2月。第二年夏天，该公司的股份向公众出售，但明确限制外国购买者。根据联邦通信委员会的分配方案，该公司一半的股份卖给了个体投资者，最后达到17.5万股，另一半由163家经许可的（通信）运营商获得。四家最大的股东分别是美国电话电报公司、国际电话电报公司、通用电话电子公司、美国无线电通信公司，总共占有90.9%的企业股，占全部发行股的45.5%。美国电话电报公司是最大的股东，购买的股票占发行总量的29%，占企业股的57.9%。根据《通信卫星法》的规定，董事会有3名董事由美国总统任命，6名董事由企业选举产生、6名董事由公共股票持有人确定。

用传统的权力术语来说，以如此快的速度创立美国通信卫星公司反映出美国领导层决心从其空间技术优势中攫取最大的利益。几年以后，麦克乔治·邦迪——肯尼迪总统的前任首席助手、现任福特基金会主席——向人们透露了成立美国通信卫星公司的动机。1966年8月，在向国会陈述时，邦迪回忆道：“……在筹建美国通信卫星公司期间，我本人是执行小组成员。尽管我本人并不熟悉在座的大多数人所了解的一切，但我确实清楚地记得那份资料完全确认了**成立通信卫星公司**是为了使美国在全球商业卫星服务领域拥有并维持领导地位。”^[2]

[1] Harvey J. Levin, *University of Pennsylvania Law Review*, p. 113, 3, January, 1965.

[2] *Progress Report on Space Communications*, Hearings before the Senate Subcommittee on Communications, 89th Congress, 2nd Session August 10—, 17, 18 and 23, 1965, Serial 89—78, Washington, 1966, p. 81. Italics added.

这个公司在其成立之后马上开展的国际业务充分证实了邦迪的解释。

1963 年的日内瓦无线电会议

虽然在卫星法的通过和通信卫星公司第一只股票的发行之间有两年时间，但是这个新兴的私人企业的业务绝不仅仅限于筹建国内的资金体系。这个企业的运营需要创造一些基本的前提，比如，必须要有抗干扰的频道，同时还要有充足的信息接收器。对于卫星通信来说，这两种需求在很大程度上依赖国际社会的默许。

因此，在通信卫星公司正式投入运营之前，美国政府就已经开始关注如何获取用于空间通信的无线电频率。早在 1959 年，在国际电信联盟主办的国际无线电通信会议上，美国政府建议使用专门的频道用于空间通信，该建议暂时获得了同意。当时还决定在以后的会议上进一步详细探讨这个问题。4 年以后，美国政府领导人和专家们草拟了一些文件，表达了美国官方的立场，这些文件在 1963 年 10 月至 11 月间于日内瓦召开的无线电通信管理特别会议上提交。

美国代表团由雷诺金属公司总裁约瑟夫·H·麦康奈尔率领，成员包括国会代表、来自联邦通信委员会、商业部、国家航空航天局、海军以及国务院的官员、通信卫星公司总裁约瑟夫·查里克、时为通信卫星公司董事会成员现任美国新闻署署长的伦纳德·马克斯。在这次由政府代表团出席的会议上，通信卫星公司的观点至少在表面上被严格定位于顾问性质。

美国的立场直接并且坚决。在这次由 70 个国家出席的会议上，美国要求直接在无线电频谱中安排一部分频率用于空间通信的建议最终获得批准。美国进一步坚持认为，频道的选择应该是确定不变的，尽管很多国家的代表反对这种观点，认为通信技术仍然处于发展过程中，

1963年的分配应该是暂时性的，需要在以后的计划会议上重新考虑如何进行频率分配。正如美国代表团的团长所指出的：“这一点很容易理解，因为这里的许多国家还没有像我们这些国家那样为整个空间通信领域做好了准备。我们很少讨论这种问题。”^[1]这次会议还讨论了以色列的一项决议，该决议部分地指出，空间无线电通信“只是对大国来说是有利的、可行的”。“空间通信会议”的任务“应该是废除或者至少改变目前的这种谁先来谁先享受服务的实际状况”。该决议强烈要求“将确保所有成员国的全球利益的这一职责托付给某种形式的空间通信管理机构……”^[2]

将这次会议的决议作为临时协议的建议在委员会上以18比4的非正式投票被否决。支持少数派观点的国家是前苏联和三个社会主义阵营的国家。

虽然美国的无线电和电视广播的频率分配混乱、浪费，突出了从容地、慎重地发展新的传播媒介是明智之举，但美国代表团固执地坚持巩固和扩大其在空间通信领域的技术领先地位。与此同时，美国声称其建议兼顾了发展中国家和发达国家的最大利益。

美国国务院官员哈伦·克利夫兰承认，“如果没有协议，特别是符合需要的协议，查里克博士（美国通信卫星公司的总裁）和他的公司在前进的路上会遇到很大的困难。”^[3]查里克博士的评价是：“如果你愿意，目前这个行业已经具备了投资的基础，保证不会在几年后再次考虑这件事时因没有采取积极的决定而心烦意乱。”^[4]

从这种观点看，全球通信项目目前进展顺利，它不会使美国通信卫星公司的持股人的投资陷入危险，即使以后由于技术或者相关原因证明其发展方向不令人满意。查里克博士盛赞这种方式：“可以说，谁第

[1] *Congressional Record, House*, January 9, 1964, p. 164.

[2] *Ibid.*, p. 172.

[3] *Ibid.*, p. 162.

[4] *Ibid.*, p. 165.

一个进入该领域，谁就享有优先权。”^[1]无论这是否是建立持久的国际协定所依赖的原则，正如我们将要看到的，一个问题将会在以后重新出现。美国代表团团长麦康奈尔指出：“至少有 19 个欧洲国家对于发展世界范围的电信具有广泛的兴趣，他们掌握了全部的知识并且坚决拥护美国的全部重大提议……”但是他非常坦率地补充说：“需要注意来自拉丁美洲和撒哈拉沙漠南部非洲的贫弱国家。”^[2]这次全球性的集会的另外一些缺席者是一批亚洲国家，其中包括中国、缅甸、南北越南和南北朝鲜。

所有出席这次会议的美国人都忽视了这些限制性因素，认为日内瓦无线电通信会议是一次非常成功的会议。

国际空间通信系统（国际通信卫星组织）的形成

现在我们将注意力转移到美国通信卫星公司的第二个需求上来：一旦该公司的卫星上了天，就需要寻找愿意使用它所提供的频道的顾客。为了实现这个目的，在 1964 年初，美国与 22 个西欧国家的代表召开了一系列组织松散的会议，并同时与加拿大、澳大利亚、日本进行双边会谈。他们最终于 1964 年 7 月达成了协议，一致同意建立一个国际通信系统，将其组织为一个共同体（国际通信卫星组织）。1964 年 8 月 20 日，该决议正式签署实施。

在讨论该协议的实质之前，这里有必要简要地评论一下美国谈判代表团的新奇的特征。在与欧洲人举行的会议上，按照时任国务院司法顾问的 A·蔡斯先生的说法，“美国代表团名义上是由布鲁斯大使担任团长，但是实际上真正发挥作用的人是约瑟夫·查里克博士——通信卫

[1] *Congressional Record, House, January 9, 1964, p. 166.*

[2] *Ibid.*, pp. 167, 175.

星公司的总裁……另外，负责该公司国际谈判的约翰·约翰斯顿也是代表团成员……”^[1]

一个私人企业的总裁为其公司的利益谈判，并同时享有政府的委托权，蔡斯先生就该公司所处的这种奇特的地位接受了提问：

“罗巴克先生（委员会顾问）：作为公司总裁，查里克先生是以美国国务院顾问的身份还是以该公司的代表身份出席本次会议？

蔡斯先生：不。他是代表团的一员，而且他实际上是代表团的副团长。我认为说他代表公司或者代表美国国务院都是恰当的。他代表美国，而且在这些谈判中，美国的代表受到由国务院、美国通信卫星公司以及其他有关机构组成的联合体的影响。

罗巴克先生：一个公司的负责人代表美国代表团出席影响其公司发展的国际会议或者在会议上发言，这是正常的还是不正常的？

蔡斯先生：这种情况可能容易出现，并且已经出现了。在这件事情上，我们认为这一行动本身暗示该公司将会在国际谈判中发挥重大作用，虽然不是独一无二的作用……这种规则所建立的目标就是美国的外交目标。”^[2]

几年以后，美国通信卫星公司的董事长兼首席执行官詹姆斯·麦科马克将其公司定义为“拥有独特的结构与目标的企业。它是私人所有的企业，但也是美国政府的一个代表”。^[3]

至于那个协议本身，包括梵蒂冈在内的 19 个国家签署了建立全球商业通信卫星系统的协议。除了澳大利亚、日本、美国和加拿大以外，该协议的成员国最初全部是西欧国家。

[1] *Satellite Communications*, op. cit., p. 344.

[2] *Ibid.*

[3] “Comsat’s Role in Communications”, an Interview with James McCormack, *Signal*, May, 1967, p. 32.

自1964年起加入国际通信卫星联盟的国家已经增加很多，到目前为止已经达到64个国家，其中包括许多发展中国家。国际通信卫星系统的所有权（包括卫星、卫星跟踪、指挥与管理以及相关的卫星支持设备）根据各签约国在该系统的资金投入比例分配给该国指定的通信实体。该联盟建立了一个**通信卫星临时委员会**，该委员会由至少拥有国际通信卫星系统1.5%份额的机构的代表组成。近几年来，最初的这种所有权模式出现了微小的变动，因为增加了许多新的成员，见下表。

国 家	指派的经营实体	百分比
美国	通信卫星公司	61.0
英国	英国邮政部长	8.40
法国	法国政府	6.10
德国	德国邮电部	6.10
加拿大	加拿大海外电信公司	3.75
澳大利亚	海外电信委员会	2.75
意大利	待定	2.20
日本	国际电信电话有限公司	2.00
瑞士	邮电总局	2.00
比利时	电报电话公司	1.10
西班牙	西班牙政府	1.10
荷兰	荷兰王国政府	1.10
瑞典	皇家电信局	.70
丹麦	邮政与电信管理局	.40
挪威	电信局	.40
葡萄牙	电信管理局	.40
爱尔兰	邮政与电报部	.35
奥地利	通信与电力部	.20
梵蒂冈城	梵蒂冈城市共和国政府	.05
		总计 100.00

资料来源：Report prepared by the Military Operations Subcommittee of the Committee on Government Operations, *Satellite Communications*, 88th Congress, 2nd Session, House of Representatives, October, 1964, p. 97.

美国在空间技术上的支配地位以及这种支配地位的持久保持成为当前国际通信系统的最显著的特征。协议中的所有权规定就可作为例

证。在最初的分配中，美国占据了该联盟 61.0% 的份额，后来这一比例曾经跌到 54% 左右，但是已经非常明确的是，无论最终有多少个新成员加入国际通信卫星系统，美国在该系统中所拥有的份额都不会低于 50.6%。在美国代表原则性地反对苏联在联合国安理会上行使否决权的多年以后，美国通信卫星公司总裁向国会的一个委员会再次保证：

“……请允许我谈到一个或多或少显而易见的事情，也就是通信卫星公司在任何情况下对（该系统的）所有业务都享有否决权”，^[1] 听到这样的话即使不感到吃惊，也会觉得可悲。

工业化国家与国际通信

美国维持其在未来空间通信领域的优势地位对工业化国家和尚不发达的国家都产生了影响，虽然影响方式不同。美国针对技术发达国家采取的政策已经发展成为在关心与施压之间寻求一种不稳定的平衡。美国政府和美国通信卫星公司担心西欧各国会通过全球通信组织联合起来，因为西欧地区有十分明显的客户需求。与此同时，强大的集团发现在向薄弱的对手提供优厚的条件过程中几乎没有得到什么好处。在竞争对手中施加相反的影响力说明了美国针对工业化国家实施的政策有矛盾。

例如，美国通信卫星公司和美国政府从来没有忘记英国在早年曾经依靠其对越洋海底电缆的所有权而控制了全世界的通信。这激发了美国要将英国从前的通信优势永远转移到自己手中的强大动力。参议院通信小组委员会主席帕斯托参议员在其著作《通信的故事》（*The Story of Communications*）中激动地描述了一战以后英国重获在战争中暂时丧失的无线电设施的控制权所带来的威胁。“……我们坚信英国正在

[1] *Satellite Communications*, 1964(part 2), p.741.

为其帝国筹建一个环绕世界的无线网络，这会永久性地抑制来自美国的竞争。”^[1]在1964年的谈判中，蔡斯先生指出，美国卫星技术在20世纪50年代的迅猛发展削弱了英国在接下来的几十年中进一步控制电缆通信的机会：

“卫星技术的迅猛发展确实使欧洲和英国的利益集团陷入这场竞赛之中……英国的利益集团以及欧洲其他利益集团曾经一度认为通过延迟或者拖延卫星技术的发展他们可以发展……下一代的海底电缆，从而拖延整个事件的进程以及取消我们将来从中所获得的利益……他们制定的早期策略不仅为了保存他们目前在海底电缆的投资，而且为了规划他们拥有控制权的下一代的海底电缆……的确，该公司（美国通信卫星公司）实行了‘晨鸟号卫星’计划，1965年发射的这个卫星增加了跨大西洋的通信能力，美国国务院和美国电话电报公司也支持这项计划，这一计划也摧毁了一些欧洲国家的抵抗，并且造就了我们今天视之为最适宜各国早期合作的氛围。”^[2]

美国在空间技术上所取得的进步使得通信卫星取代海底电缆成为理想的、能够赚钱的通信系统，欧洲人害怕被完全排除在这项新技术之外。蔡斯充分认识到这一点：“……由于欧洲人已经看到我们发展通信卫星的决心与速度，他们搭上这班车的兴趣已经很强烈，而这正是我们想要的。……外国政府为能否进入该系统而焦虑正是我们一直希望的。因为他们知道日子正一天一天地过去，而我们正在做出越来越多的决定、学习越来越多的知识、排除有关通信卫星系统最终特征的其他选项。因此，外国政府的愿望是尽快加入该系统，他们催促我们尽快加入，这样他们就可以享有发言权，并对一些决议施加影响……”这位

[1] J. O. Pastore, *The Story of Communications*, Macfadden-Bartell, New York, 1964, p. 67.

[2] *Satellite Communications*, 1964(part 1), p. 364.

法律顾问接下来的表述显然表明应该继续向这些国家施加压力。他说：“我们已经向外国政府清楚地说明了时间表是由公司的计划设定的，即使外国政府以及相关机构不同意，也不能耽搁公司的计划实施。”^[1]

在美国通信卫星公司成功地将欧洲国家带入新的通信系统，并由此消除了英国对全球通信的控制之后，新的问题随之而来。由于欧洲人非常渴望加入这个体系，但是他们不甘成为没有发言权的参与者。从一开始，欧洲人就反对美国与各国分别进行谈判。1963年春天，在美国通信卫星公司代表与个别西欧国家进行了一些试探性会谈之后，后者组织了名为“欧洲卫星通信同盟”的团体，“经过一番讨论，他们决定最终作为一个团体与美国讨论、谈判有关事宜。”^[2]

美国国务院的空间通信特别助理威廉·吉尔伯特遗憾地指出，欧洲人以联合的方式引发了“我们这方”的问题：

“西欧各国非常坚决明确地走集体路线，在我看来，这恰恰说明了他们希望通过这种方法来提高与我们谈判的力量……他们非常希望能够坚持某种直接的、但却是政府间的协议，而不是像电缆通信联盟协议那样的一些纯粹的商业契约性质的协议……这是西欧各国一致采取的坚定立场，加拿大和澳大利亚随后也会采取这样的立场。”^[3]

美国方面需要解决的问题是建立一个令欧洲人充分满意的国际商业通信系统，使他们加入该系统，并作为消费者和参与者为该系统提供支持，与此同时阻止欧洲人干预美国对该系统的控制。事情很快就归结为允许欧洲国家付出少量代价，以便使他们认同这个体系，但却不能控

[1] *Satellite Communications*, 1964(part 1), pp.364,360.

[2] *Satellite Communications*, 1964(part 2), p.660.

[3] *Ibid.*, p.661.

制它。这样解决问题的思维值得说明。我们有幸不止一次地看到了国务院法律顾问向国会议员、密苏里州议员兰德尔作出的解释：

“蔡斯先生：……在这种情况下我们遇到的麻烦与我们以往经常遇到的有点相反，事实上欧洲各国迫切希望提供比规定份额更大的资金。

兰德尔先生：这是不现实的，不是吗？

蔡斯先生：这是不现实，但你马上就会发现它为什么是事实。我们正在讨论一个约 20 亿美元的通信系统。但是，这个数目只是浮出水面的冰山一角。这个 20 亿美元的通信系统建立在美国进行长期的、耗资巨大的研发基础上。如果你能够得到这 20 亿……

兰德尔先生：我与你的看法相同，他们正在努力寻找机会。”^[1]

蔡斯先生在回答国会质询中没有说出的有趣的一点是一个实事求是的假设，即虽然外国想不付任何代价地分享美国政府花费巨额资金取得的空间技术成果是绝对不可能的，但美国通信卫星公司——这家本国的私人企业——为其股东牟取这种利益是完全可以接受的，而这些股东只是全体纳税人中的最小的一部分。

就空间通信装备而论，人们已经认识到新的通信系统会成为不断壮大的、有利可图的主顾。

我们不难理解，西欧国家和日本在试图分享这个新的通信系统方面都不会畏缩不前。美国国务院的卡特先生报告指出：

“关于是否可以做一些准备以避免美国对该系统永远完全的占有成为欧洲的一个高度政治化的议题。这在一些欧洲国家的议会上成为非常敏感的政治议题。总而言之，我再一次认为，我们在

[1] *Satellite Communications*, 1964 (part 1), p. 363.

这场谈判中非常成功。”^[1]

各成员国一致同意按照近似于各国配额的比例来使用通信卫星系统，并假设使用的内容符合价格和质量标准。由于美国最初拥有国际通信卫星联盟61%的配额以及长期处于技术领先地位，所以几乎毋庸置疑，在今后的若干年里，美国公司将会在新的通信系统推动的商业领域居支配地位。

美国通信卫星公司与发展中国家

欧洲国家在与强大的美国通信卫星公司—美国政府联合体的谈判中并非完全没有希望。这是因为，首先，用卡特的话说，“如果美国准备建立一个系统”，那么西欧国家就是“处在同一条船上的关键的未来合伙人……”^[2]其次，由于受一些长久以来形成的惯例的支配，西方国家能够作为一个整体参加谈判。最后，西欧国家的工业化为其提供了选择，即这些国家有能力开发他们自己的通信卫星系统，或者如果有必要，这些国家会继续依赖电缆。尽管拥有这些谈判的本钱，但是至少在最初的几年当中，欧洲卫星通信同盟很难取得显著的谈判成果，因为西欧国家在当前的决策制定以及一些（虽然不是很多）将来的设备合同方面发言权很小。

接下来我们仔细考虑一下那些欠发达国家的境况。肯尼迪总统在1961年概述的国家政策具体体现在1962年制定的《通信卫星法》中。该法案认为向那些欠发达国家提供通信卫星服务是可取的，即使这些服务的成本高昂、无利可图。然而，私人所有的美国通信卫星公司的发

[1] *Satellite Communications*, 1964(part 2), p. 682.

[2] *Ibid.*, p. 664.

展目标仍旧使这些意图良好的声明成为一纸空文。

出席 1963 年 10 月至 11 月在日内瓦召开的频率分配会议的“贫穷国家”很少，而 1964 年的几次规划新的国际通信系统的形式与结构的会议则将发展中国家完全排除在外。22 个欧洲国家组成了欧洲卫星通信同盟，与加拿大、澳大利亚、日本一起作为独立的代表，在计划和谈判会议中与美国通信卫星公司—美国政府的代表谈判。将非工业化国家完全从讨论和协定中排除反映了美国通信卫星公司的私有化的商业定位，并非种族或者民族歧视的表现。然而不幸的是，其结果是相同的。当被问及在新的通信系统中是否考虑了不发达国家的利益时，美国政府代表蔡斯回答道：

“……该法案（通信卫星法）也希望建立一个在经济上可行的……由私人企业经营的、牟取利润的通信系统。因此，早期阶段在那些能够支付一定的通信费用的地区建设通信卫星系统就变得很重要，只有在此基础上才能在不发达国家建设通信卫星系统，所需设备才能得到解决……”^[1]

由于把在国际通信中现有的通信量作为接受一个国家成为新系统成员的标准，显然，那些能够支付费用的客户才受欢迎。参加最终谈判的国家本身代表了超过 90% 的国际洲际电话通信量。尽管美国政府作出了关于经济落后国家需求的政策声明，但是美国通信卫星公司主要关注的是占领当前的富裕国家的通信市场。

后来，加盟该协议、参加国际通信系统的特权也被提交给了最初没有加入的国家，虽然加盟期限只是短短的 6 个月，后来有所延长。更加能够说明该联盟的封闭性的一个事实是，无论可能的新成员有多少，为其保留的份额不能超过总量的 17%。假设世界上剩下的四分之三的

[1] *Satellite Communications*, 1964(part 1), p. 263.

国家有兴趣加入该协议，那么，他们在该联盟的事务上的投票永远不可能超过17%。在1968年共有64个国家加入了国际通信卫星系统，而美国的投票权保持在53%。考虑到各国对该联盟的决策体系的不满越来越多，一位曾经以美国国务院法律顾问的身份在国际卫星通信组织的成立阶段发挥积极作用的观察家如今指出：“……在未来的10年里，针对通信卫星系统所做出的最重要的决定将是高度政治性的……这种不断增长的政治因素必须在投票权的分配方面有所反映。简单地根据对国际通信卫星的使用来分配选票并不能胜任。”^[1]

不管新的通信组织的目标是什么，它从其成立开始就已经绝非一个真正意义上的全球组织了。尽管肯尼迪总统1961年7月发表声明——“美国政府将与其他国家一道研究联合国，包括国际电信联盟在国际空间通信领域发挥的最具建设性的作用”，但特别令人吃惊的是美国国务院不愿意考虑将该组织最终归属联合国的可能性。在国际电信联盟成立伊始，国会的小组委员会法律顾问罗巴克和国务院的空间通信特别助理卡特之间进行了以下的对话：

“罗巴克先生：您对这个组织的未来发展持怎样的看法？”

卡特先生：您指的是在法律意义上，还是在组织意义上？

罗巴克先生：两者都有。也就是说，该组织是否会发展成为一个国际公司？

卡特先生：我不知道。

罗巴克先生：该组织会成为一个联合国机构吗？

卡特先生：噢，我认为‘联合国机构’这个短语确实意味深长。

罗巴克先生：请具体谈一下。

卡特先生：不，我想该组织不会成为一个联合国性质的机构，

[1] Mr. A. Chayes in *Aviation Week and Space Technology*, August 28, 1967, p. 31.

也不会成为联合国的一个专门机构。我想这一点非常清楚。”^[1]

当建设卫星通信系统的计划首次公开的时候，俄国人保持了一种感兴趣的礼貌态度，但是几乎没有表明准备加入的愿望。因此，美国国务院在这方面的立场并不令人吃惊。国务院的蔡斯先生这样说道：“……如果把他们（前苏联）的国际通信看作世界范围的国际电信的一部分，就会发现该国的国际通信并不十分强大。因此，没有人能够预测苏联是否真正有兴趣以我们认为可以接受的条件加入国际卫星通信系统。”^[2]

最近，已经离开美国国务院的蔡斯先生承认：“与美国相比，苏联获得的发言权很小，显然，苏联不会在这样的规则下接受成员资格。”^[3]

实际上，并非只有前苏联把国际通信卫星组织看作是美国支配的系统。尽管从一开始西欧国家就加入了该组织，但是他们对空间通信组织的态度一直充满矛盾。由于希望学习新技术和分享该组织的潜在的收益，西欧国家反对美国把他们分别作为薄弱的谈判个体来对待的行为。虽然西欧国家扩大其在该组织的影响力的种种努力迄今只是偶尔取得微小的成功，但是其根本的力量在于一个不容忽视的事实，即他们是什么洲际通信系统不可缺少的合作者。西欧国家推断无论北美巨人多么强大，它不可能仅仅只与自己进行通信。

近来涌现了大量关于建设国家的、地区的甚至是相互竞争的国际通信卫星系统的计划，这已经表明国际通信卫星组织逐渐冷下来了，并且出现了在空间通信领域保持独立行动的相关态度。前苏联已经宣布打算建立“对所有感兴趣的^[4]国家开放”的国际通信卫星系统；^[4]法国和德

[1] *Satellite Communications*, 1964(part 2), p. 682.

[2] *Satellite Communications*, 1964(part 1), p. 267. Italics added.

[3] *Aviation Week and Space Technology*, August 28, 1967, p. 31.

[4] *Ibid.*

国正在着手建设联合的卫星通信系统，并希望在 20 世纪 70 年代初投入运营；日本正在考虑建设一个该国能够在其中发挥领导作用的地区通信系统；加拿大也已经宣布其国家利益要求它建设一个加拿大的卫星系统。诸如此类还会有很多。

当前，电子技术的进步不可能局限在某一个国家，在这持续不变的潮流面前，美国的空间优势就像它之前的自动化垄断一样成为迅速贬值的损耗资产。随着其他国家掌握了经改进的、完善的通信技术，没有理由认为他们仍然会对美国通信卫星公司的美国国家利益观念保持忠诚。如果各国通信卫星系统的扩散不像核扩散那样带来致命的危害，那么它对于国际合作会具有些许贡献。

全球反对美国在太空领域的商业垄断的情绪逐渐高涨。例如，英国驻联合国使团的法律顾问 H·G·达尔文发表了这样的看法：

“美国通信卫星公司的多重身份尤其应该遭到批评。它是国际通信卫星组织的主要股东，拥有投票权，并且通过临时委员会在很多问题上拥有决定权。它是一个管理机构，享有举足轻重的地位。而且，除此以外，作为美国的公司，它包括了电视工业，它拥有单独的、十分与众不同的利益。在批评者看来，美国通信卫星公司是执行大臣，至高无上。”^[1]

联邦通信委员会委员尼古拉斯·约翰逊在评论未来的世界通信时间道：“是否整个宇宙将会被分割为美国通信卫星公司和美国电话电报公司两个部分？——天空归属这家公司，大地归属另一家公司？”^[2]

虽然美国通信卫星公司及其支持者美国政府在日益上升的国际批评

[1] *Aviation Week and Space Technology*, August 28, 1967, p. 31.

[2] “A Concept of Communications”, Nicholas Johnson, *Carnegie Review*, Number 12, July, 1967.

面前愿意作出一些让步，但他们仍然坚信使其享有如此特权地位的国际通信卫星组织在根本上是合理的。约翰逊总统在1967年8月的关于通信政策的国会咨文中证实“我们支持国际通信卫星组织的继续存在……目前的这种协议为建立永久性的组织提供了坚实的基础”。在这份咨文中，总统注意到一些国家的担忧，即“认为美国在国际通信卫星联盟中享有的发言权过大”，他向这些国家保证美国“无意于垄断卫星通信”。^[1]而就在几个月前，在其向国会提交的关于在1962年《通信卫星法》指导下开展的具体活动以及完成情况的年度报告中，这位总统强调：“……建立这一国际合作（国际通信卫星组织）的坚实基础”，并提到“希望在今后的几年中持续大规模的扩张”。^[2]

美国通信卫星公司董事长兼首席执行官詹姆斯·麦科马克也对现有的国际空间通信协议表示满意。“国际通信卫星组织迄今所取得的成果证实了目前这一机构在本质上的合理性，”他断言，“可以对其进行改进，但是完全的重建很难引起那些有意维持早年受欢迎的发展步伐的国家的兴趣。”^[3]麦科马克持谨慎乐观的态度，他认为国际通信卫星组织将要沿着最初设定的路线发展，因为已经到位的技术设备迫使成员国继续参与。“到1969年，”他指出，“当国际通信卫星协议被重新讨论的时候，全球通信卫星系统将会发挥作用。大量国家将会投资建设为使用国际通信卫星而设计的地面接收站……它将持续关注任何可能的竞争对手。”^[4]

美国无线电公司是美国通信卫星公司的主要股东之一，该公司总裁罗伯特·萨尔诺夫也对国际通信卫星联盟的未来充满自信。萨尔诺夫用意识形态的术语评价了国际空间通信联盟。

[1] Presidential Message to Congress on Communications Policy, August 14, 1967.

[2] *Annual Report*, January 1-December 31st, p. 1.

[3] "Intelsat, Comsat's Point of View", James McCormack, Bordeaux, France, May 22, 1967.

[4] *U.S. News and World Report*, December 26, 1966, p. 62.

“问题已经不再是在自由当前存在的地方保护自由——尽管对于我们来说，这样做仍然至关重要。当新的通信系统和设施投入使用时，我们必须把保护自由延伸到新的通信系统和设施上——在今天，就是从新的卫星通信技术开始。这就是隐藏在美国领导阶层建立国际通信卫星联盟（国际通信卫星组织）背后的目的……管理这项冒险事业的临时协议在1969年期满，建立在相同的合作原则基础上的长期协议有望达成……在我们希望实现的世界模式中将会给独立的通信卫星系统留出任何空间。”^[1]

结 论

美国通信卫星公司和国际通信卫星组织的发展揭示了某些模式和方向。尽管在联合国、联合国贸易和发展会议、关贸总协定等几个重要的国际政治、经济组织中可以看到更广泛的全球参与的趋势，但空间通信迄今象征着一种倒退的制度。迄今为止，国际通信卫星组织所采取的决定全都以强调资本投入、国际通信量和利润预期等市场因素为前提。由此造成的不可避免的后果就是迅速将世界上大多数国家的不以营利为目的的通信需求归入事后考虑的一类。与联合国的决议和总统的声明相反，在美国通信卫星公司和美国政府赞助下的空间通信的发展已经支持了一种侵略性的民族主义，并且厚颜无耻地将自身扮演为一种国际性的事业。发展空间通信的热潮似乎说明，与其说是发展通信的迫切的技术需求，不如说是拒绝技术竞争、寻求全球经济与军事霸权的民族主义与商业动力的强有力的结合。美国全国制造商协会认为“通信卫星组织是说明我国在太空时代具有全球领导地位的较好的例子之

[1] “Communications and the Information Revolution”, Robert W. Sarnoff, May 1, 1967, pp. 9 and 10.

一”。^[1]美国通信卫星公司和美国政府之间的关系特征表明了国家资本主义这一奇怪事物的一种新的、更高级的形式。

在今后的若干年中，一些已经发挥作用的力量将决定在多大程度上逆转这些趋势。其中最重要的就是迅速发生变化的空间通信技术，这种技术目前正为许多争取独立的空间通信的国家提供了选择。至少随着独立的使用者的增加，在使用无线电频率的过程中，必要的协调将会增加建立更加实际的、更少独裁的国际空间管理协议的压力。同时，随着技术创造的替代选择被越来越多的国家所接受，这些国家就会更加不愿意接受在美国体系中的从属地位。这也许正在实现，并且可能出现在今后重新商议国际通信卫星联盟目前的各类协议的过程中。

[1] NAM Telecommunications Committee, 1967.

第十章

走向大众传播的民主重建： 技术的社会利用

美国的广播和电视很大程度上是一项私人机构的活动，该项活动已经发展成为一个强大的行业，并且产生了深远的社会影响，虽然这些机构并不承认造成了这种影响。广播的政府管制已经受到限制，并且不能得到有效地贯彻。那些被管理者时常对管理者施加影响。

广播机构像其他行业一样，以市场经济方式运营，根据利润所得来衡量其绩效，广播机构的运营不可避免地走向了经济集中。广播电台或者电视频道从潜在受众量来获得利润及其价值。根据每个节目的听众或观众数量来计算广告时间价格。大城市的广播台由于听众数量高，所以对预期的广告商最有吸引力。

由于广播电视的经济状况已经培育了巨型媒介公司和媒介集中，对广播传播媒介的管制得到了进一步加强。一批公司（普通的运营商、电子设备制造商以及少量的广播网络公司）联合起来，试图由他们来独自仲裁国内的媒介活动的范围，但并没有总是取得彻底的成功。与此同时，由于美国的公司势力在近年来已经将其触角伸向国外，因此，国内媒介联合公司的权力已经在国际空间舞台上发挥作用。

大众传播目前已经成为正在浮现的美帝国的支柱。“美国制造”的讯息在全球传播，发挥着作为美国国家权力以及扩张主义的神经中枢的作用。“贫穷”国家的意识形态的形象越来越受到美国的信息媒介的监管。发展中国家在态度产生和意见形成方面的国家权威已经被削

弱，并且正在让位给强大的外部势力。国际信息管制的设备和硬件由高度集中的媒体联合公司所掌握，这些媒体联合公司主要在美国，但很大程度上并不对其国民负责。

电子技术创新的速度以及美国通信已经施展出来的力量已经使美国信息系统的领导者们充满自信。美国通信卫星公司总裁查里克博士在1966年对国会的一个委员会指出，他相信：“我们正处于通信革命的前夕。【美国通信卫星公司和国际通信卫星组织的建立】已经启动了技术、政治和经济力量，它们最终将对全球产生深远的影响。有时我们会听说卫星仅仅是通信的另外一种辅助的或者补充性的工具。但是当人们谈论国际通信，思考卫星给人类带来的新的能力的时候，我几乎不会怀疑我们正处在一个新时代的开端。”^[1]

如果如他所说，事实确实如此，那么，这个“新时代”是否有可以预言的特征？它是否直接来自某个帝国中心，而这个中心武断地单方面决定国际事务的进程？在这个“中心”内部，我们是否正在无法抗拒地朝着“知识联合企业”的方向发展？该企业与私人的信息机构相结合，统一了人们一生的学习和教育过程，有效地丢弃了那些引起麻烦的信息。或者，展现在我们面前的前景是否增加了将新技术用于国际合作、人类的进步以及个体富足的机会？这个新时代究竟属于谁？

空想社会主义者曾经津津乐道于详细描绘社会改良的规划，但是他们缺少实现其理想模式的工具。在今天，形势已经逆转。就在乌托邦差不多可以实现的时候，乌托邦却不流行了。在这以前的历史上，人类的基本教育和文化需求从没有如此广泛地受到重视。但是，就在满足这些需求的资源在物质上可以获得的同时，它们却被指向了其他目的。技术工具出现了，但是意愿以及使其能够实现的社会机构却缺席了。人类已经认识并可以利用的资源和技术能够创造不朽的自然变

[1] *National Communication Satellite Programs, Hearings Before the Committee on Aeronautical and Space Sciences, United States Senate, 89th Congress, 2nd Session, January 25, 1966, Washington, 1966, p. 51.*

革。管理人类事务的制度是现代社会的障碍，它之所以强大是因为它是社会的，而非物质的。

今天关于传播的基本问题并不涉及程序或者新发现。诸如所有权、管制、资金支持、国家主权以及节目特点等社会议题构成了悬而未决的议程。如今，向每个成人和孩子提供接受信息的技术手段已经不再像过去那样是一个普遍的问题。对于贫穷国家来说，它仍然是一个人们极其关注的问题，但对于美国来说已经不是了。在美国，当前的问题是接受什么样的信息，而不是怎样接受信息。

技术发达的美国社会被其制度机构所阻碍，该制度机构所维持的观点和实践已经远远超越了其有效性和应用性。自相矛盾的是，最现代的经济部门——电子传播部门往往成为这些过时的行为模式的主要保护者。但是，大众媒介不得不强化现状的行为不难理解。广播和电视机构在其特征与结构上是更大的社会有机体的缩影。它们致力于维持自身的生存。如果大型公司能够对信息部门发号施令，那么这种现象在很大程度上与这个国家的权力分配有关。如果电视无穷无尽地提供暴力和琐事之类的节目，那么这些节目难道不是更广阔的社会环境的恰当反映吗？

制度也许最终会被发展变化中的技术所侵蚀，但是这可能是一个深刻的历史进程。而且，这种侵蚀也许是不均匀的，当然也许是致命的，即制度仍然没有受到触及，而其他方面却发生了变化。剩下的那些毫发未伤的制度仍然指挥着事物的总的发展方向。目前，制度管辖着技术，它持续的时间也许会远远超过人类个体的生命期限。在这样一个较为有限的时间内，仅仅因为迅速发展的传播技术能够创造普遍的覆盖率、多样的服务以及显著有效的影响力，我们就真正能够希望人类会拥有一个有益的社会发展方向、一个美好的前景吗？当我们希望技术“冲掉”我们所有的制度难题，将我们提升到一个几乎与我们的意愿相反的、更高的生存状态时，我们是否是正确的？我认为，这即是一个令人慰藉的想法，也是一个非常令人误解的想法。我们将监管我们

的技术，而技术也会被用于监管我们。在传播业中，后一个过程一段时间以来已经显而易见。

既然令人吃惊的革新在信息分配技术中是可行的，那么，技术专家们在显示其创造力所提供的机会时应该有一个暂停。我们要停顿片刻思考一下未来到底是什么样子。这个程序被打破了。人们对令人不满的生活模式的接受和大众对社会进程人性化过程中出现的令人震惊的不佳表现的默许态度被暂时中断。一种不同的社会平衡在我们面前一闪而过，在这种平衡中，那些主要的优先考虑的事情不知怎的被取消了。我们只剩下简单地想象我们可以获得一个较高水平的生活质量，因为它在物质上是可以实现的。

巴克明斯特·富勒几年来一直据理力争，认为技术可以使世界变得十分富裕。即使他是正确的，并且我也认为他是正确的，但是制度性的结构漠视了他的蓝图，并且拒绝接受他对“预期的设计”所做的辩解。事实上，富勒的目标——有效地使用全球资源，以及将传播用于人类服务并不能通过技术实现，它不是通过先进的技术方法就容易获得的副产品。将技术用于社会的道路崎岖不平，它所途经的地区布满了利益群体、特权阶级、国家权力以及自满的决策者。人本主义地使用新技术的手段就是打击、反对、甚至猛攻、推翻这些陈旧的、但却仍然发挥支配作用的联盟。那种认为技术依靠自身将很快突破目前包围和限制它的社会网络的观点是对现实的有意逃避。工业上无所不能、经济上富裕的美国为普遍的不安全感所笼罩，这有力地证明了解放技术的运动近年来的状况有多么糟糕。

将新的通信技术用于满足人类的需求，需要彻底地重新安排在个人和国家层面管理信息系统的社会进程。然而，进退两难的是工业国家的管制机构呼吁传播媒介来抵抗必然发生在技术改革之先的社会重组。

现代电子传播的发展说明，居优势地位的制度机构有能力保护自身免遭技术颠覆。广播和电视已经被组织其发明和开发的工业企业所持

续控制。电视作为电子设备和无线电制造公司的研究成果走向市场，后来一次偶然的机使其成为新的传播媒介。公司的利益决定了产品的采用时间、技术成长步伐、向公众供给的速度、资金特征以及节目播放的内容。因此，最引起人们强烈关注的是在很大程度上仍然缺乏对社会文化进程的普遍性的思考，远离公共决策制定层面。电视——目前最具教育意义的力量几乎已经完全成为需要私人考虑的事情，成为变幻莫测的市场行为。在讨论社会福利这一重大事务时，忽视普遍的社会需求所要付出的代价直到目前才开始引起重视。约翰·普拉特认为，我们今天传授的（或者没有传授）的知识也许极大地影响着我们的生存。这种观点是一个有益的提醒：

“显然，”他写道，“当我们整个社会都开始自我意识到社会将会变成什么样的时候，当我们开始有意地而非偶然地选择这种社会的时候，这样的时刻就临近了。我们现在意识到，我们能够并且将要塑造的社会被我们所传授的知识技能、我们日复一日向我们的孩子们展示的那种人性所规定。这意味着在我们的教育中有一个选择的问题，这个问题是一个集体的问题，远非任何一个单独的教育者能够解决的问题。人性的可塑性这一古老而相当新的发现意味着我们所有人——自然科学家和社会学家、心理学家和教师、历史学家和作家、经济学和政治学的学者、政府和大学的领导者、哲学家和公民——所有人都将决定并且需要决定我们希望教育我们的孩子拥有哪种人性、建立哪种个体与社会的关系，这样反过来，他们才能为自身创造更加美好的社会。”^[1]

当最有效的学习方法仅仅少量地用于公共用途和集体责任的时

[1] John R. Platt, *The Step To Man*, John Wiley and Sons, Inc., New York, 1966, p. 163.

候，我们应该怎样、在哪里将社会决策引入到教学过程中？一家电视商业杂志自豪地说：“普通的孩子在其上学前已经看了4千小时的电视。”^[1]联邦通信委员会委员尼古拉斯·约翰逊指出，[孩子们]所接受的来自家庭电视机的“教育”是“……他在整个大学4年的学习生活中接受的课堂教育时间的两倍”。^[2]

现代传播技术必须摆脱其当前监管人的监管。商品市场的目标和实践不总是与全体国民的社会需求相一致，这通常应该显而易见，尽管现在并不明显。而且，在发达的工业社会，问题远非商业对大众媒介的影响。把责任从私人商品销售者转移到公共权威机构（政府）身上不再（即使曾经）被看作是十分安全的替代方式——为敏感的信息机构提供具有社会意识的监护人。

本质上私营的现代国家内部的相互依赖已经造就了一个既占有公共部门又占有私人部门的政府联盟。目前在美国，传播媒介的政府管制已经制造了一个比商业组织曾经试图建立的更加复杂的专门的受众操纵技术。这时直截了当地谈论这样一种可能性很重要。美国公众已经对缺乏“教育电视”容忍了20年，并且接受了联邦通信委员会所定义的“电子阿帕拉契亚”。^[3]现在，他们越来越表现出对商业电视服务的不满。尽管空间通信技术的发展和传播非常有限地摆脱了商业规划，但已经引起人们对更广泛的公共广播机构的日益关注。政府支持的广播公司已经获得了国会的授权。不受限制的商业主义最显著的缺点可能被这种公用事业单位所克服，但是其前景并不值得庆祝。

毋庸置疑，最近由福特基金会的非营利公共广播公司计划所引发的公共讨论的倾向已经产生了有利的效果。至少，这一倾向为公众提供了一个认识美国目前的垄断性的传播体系的机会。它也重申了一些已

[1] “The Preteen Market”, Caroline Meyer, *Television Magazine*, July 1967, Vol. XXIV, No. 7, p. 37.

[2] Nicholas Johnson, “The Public Interest and Public Broadcasting; Looking At Communications as a Whole”, September 11, 1967.

[3] 阿帕拉契亚边缘古陆，这里用来比喻教育电视所处的边缘地位——译者。

经被人们遗忘的事实，其中最重要的就是传播机构所传播的信息与该机构的结构与管制的特征密不可分。福特基金会指出的核心问题多年来并没有被问及，那就是“传播的目的是什么？”。如果用自我批评的术语来表达，这个问题就是如果传播被用于为平庸的、无关紧要的或者镇压的事情服务，社会怎么能够支配这一具有非凡能力的工具？

由广告商赞助的私人电视台很少能够提供批评节目，而由政府资助的非商业性的传播机构就能够提供这种节目吗？福特基金会最初的计划预计信息服务包括重要的国会听证会和讨论、深度新闻、国内外领导人的访谈以及政治运动；文化节目则以提供国内外艺术与文化领域最优秀的作品为特征；教育节目要远远超越目前的广播机构所提供的服务。

如果考虑到美国目前的收入和决策权的分配，那么这种期望是否具有现实性？而且，尽管这些意愿与目前的管理相比令人兴奋，但是它们能否走得足够远？能否建立一个自主性的组织，承担起严肃的并具有挑战性的国民教育任务，重新激发起（极度消沉的）民众的民主精神？对于这些问题，我们的回答肯定令人失望，即如果忽视了当代美国人的生活现状，我们就不可能成功地做好传播工作。除了建立一个由诚实的人组成的监管公共电视机构的管理委员会，还有必要扭转已经在美国蔓延了整整一代人的强大的反民主浪潮。如今，在广播电视节目方面作适度的改良性的变革对于我们来说已经不再奏效了。在节目中减少大吹大擂的商品推销、增加公共服务广播每周的播出时间的做法会产生显著不同的效果——无论是在公众的观点形成方面，还是在增强公众对长久以来未经思考的重大社会问题的理解方面。但遗憾的是，这种方法已经过时了。

美国的信息生产过程仍然牢固掌控在顽固的反对改革者的手中。美国的信息部门不能也不愿意向观众和听众深刻地解释国内外生活中发生的革命性变化。尽管公共广播公司无疑将胜过目前的传播机构，但是，它能否描绘目前社会状况所要求的观点或忠诚方面的变化程度还是一个疑问。反对政府资助的公共广播机构的观点主要来自国会的一些

部门和团体，它们担心公共广播会被那些主张极端的社会变革的人们所“夺取”。糟糕的是，恰恰是相反的一些可能性。人们很难想象一个由总统任命总裁、资金来源于国会的年度核准的公共公司能够对统治集团的观点开展独立的、持续的批评。同样也不能指望美国之音会把反对美国与越南交战的美国和平运动作为其权威信息向东南亚国家传播。然而，当代世界的现状，特别是美国国内的状况要求美国的信息机构完全不同过去那些伴随我们成长、令我们感到些许愤怒的信息机构。

在目前的许多科学研究领域，系统的研究正在产生许多成果，而这些成果是人们有意识寻找的，有时甚至在研究之前就已经作出了充分的假设。大自然正处于科学界的有意识的控制之下。社会领域的这一进程是最为落后的。在人类社会，用于设计未来所作的努力仍然是最微小的。即使人们能够充分认知这种滞后的原因，但仍然可能会造成灾难性的后果。在传统上，社会变革总是发生在这样或那样的社会危机之后。奴隶制度、战争和大规模的失业有时引发了受害者的大规模反抗。普遍的不满所引发的斗争偶尔也造成了席卷整个社会领域的改良运动。以这种形势引发的社会变革也许并不足以有效阻止最初的这种危机的重演。它总是在显现出一些社会崩溃现象之后来临，它通常伴随着冲突和暴力。因此，危机成为创造新的社会环境的非常原始的动力。这与科学领域的有序的特征不一致。

对于社会部门来说，是否存在一种模仿其科学构成的方法？预测和设计能否取代危机和冲突成为社会变革的工具？一旦采取了这种方式，那么，在今天的美国，这在本质上就是大众传播的功能和任务。广播和电视实际上已经走进美国的千家万户，它们能够警示、教育那些冷漠、无知、麻木以及误听传言的人们。具有教育性、不为人察觉的说服力和使人愉快的信息是我们能够以人类的深思熟虑的预防行动来取代社会崩溃以及人的暴力的、本能反应的主要希望。所谓的必然性不再一定是不可避免的。

但是，要提供令人鼓舞的、启迪心灵的信息，大众媒介必须**领导**，

而不能跟从。商业广播就不能做到这一点。公共广播虽然在理论上能够做到，但是如果它完全朝着这个方向前进，那么它将可能面临着失去支持的威胁。那么还有什么办法？也许不得不到常规的权限之外去寻找答案。我认为，可能性在于国家共同体本身所激发的一些力量。如果信息机构在呈现社会方向的过程中提供新闻、观点以及不可动摇的完整性，那么它只能沿着最活跃的社会力量的方向或者在其帮助下发展。如果大众传播要做一些不得不做的事情来说明事件的进展，迫使人们认识并参与社会进程，就必须与广受民众欢迎的、从未听说过的国内社会变革力量保持密切联系。

大众媒介与冈纳·米尔达尔所谓的“下层阶级”以及其他独立的被压迫阶层建立联系并不意味着丧失情操。统治集团是胜利者，其观点、方法以及行为已经表明它们完全没有能力把我们从汹涌而来的灾难中解救出来，更不必说预先察觉早期的危机。

美国社会是否存在若干动力中心，大众媒介依靠它们可以摆脱当前自身所受的束缚，并且使大众媒介在此过程中识别出社会变革的道路并引导民众接受这条道路？简言之，美国社会对流行的社会和政治进程的怀疑表现在哪些方面？事实上，很容易发现一些潜在的变革根源。

这个国家的公共部门的一些力量显示出对现状的强烈反抗。教师、社会与卫生工作者以及本质上属于服务领域的政府雇员成为不满的焦点。他们的抱怨目前主要集中在经济方面。然而，他们在富裕社会中相对困苦的地位可能会使其个人的要求扩大为对国家政策的重新评价。要改善不断扩大的公共服务部门的劳动力的生存条件，就需要重新审查公共部门与私人企业两者谁优先这一（被忽视的）基本问题。

大学内部也开始充满了警惕和因感觉到不协调而引发的批评。将人员和设备投入到与战争有关的研究中，大学资金依赖于持续存在的战争紧急状态，以及对学生在进行在没有人情味的官僚机构工作的职业培训而非教育……所有这些越来越成为师生们深切关注的事情。最正统的、孤立的大学教育正在遭受异议，这一趋势虽然仍旧相对薄弱，但是

它的存在这一事实会产生重大的影响。

当代美国社会中最有爆炸性的力量就是发展中的黑人社会运动。来自城市少数民族聚居区和城外的贫民窟的成千上万年轻的、能说会道的激进分子正在质疑 300 年来从未经历过挑战的关于美国生活方式的基本假设。黑人的反抗不可能得到容忍，但每一次新的爆发都会造成一些新层次的困扰。这也揭示了在统治联盟内部存在意想不到的薄弱环节和意见分歧。

以上这些就是目前强大的、激进的群体。那些已经在形成之中、但尚未得到解决的国内外危机可能会使另外一些力量在压力增强时不再忠诚于目前居统治地位的机构。

要避免社会灾难，这些新兴力量有必要拥有受其支配的信息机构。然而，这一重要建议听上去天真幼稚。不幸的是，传播部门是统治联合体力量最集中的地方。正如大众媒介目前所发挥的作用一样，它们只能被看作是统治阶层的最强大的支持者。那些希望传播过程能够以有效的方式来反映“另一个美国”的意愿和观点的想法几乎没有合理的前提。

虽然清楚地认识私人支配的大众传播的基本结构和定位很重要，但是也有必要认识信息管制的机制远非坚如磐石。此外，该机构并不拒绝进行战术调整以消除轻率的挑战者的敌意。所以，让步是可能的。

“装点门面”——一种将被剥夺权利的群体中的很小一部分人拉拢到享受特权的阶层中去的方法——在过去分裂“外围集团”的团结时曾经奏效。它被暗地里应用于广播传播中。甚至现在仍然可以看到使用这种方法痕迹。例如，在每周 140 小时的播出时间中播放一部表现现实冲突的节目。或者也许在一大群表演者中安排一个会说出真话的角色。

除了十分有限地采取平息不同政见、制造客观表象等行动外，还有一个较为广泛的选择就是建立少数派的广播。这就是市场经济为社会中的不同利益集团所作出的贡献。整个广播台（或频道）也许会致力

于表达某个特定的社会阶层的观点和情绪。虽然这也许教育和启发了相关的群体，但最常见的后果就是进一步地把该社会阶层与更大的社会单元分离开来。联邦通信委员会委员约翰逊这样解释了这一现象：

“……虽然一个分裂的市场会确保少数派的利益和问题得到广播，但是它不能确保他们这个群体之外的人会收听……一个非常迎合少数派观点的传播机构在一定程度上也许**更加不能**使公众了解他们的观点。”^[1]

这时几乎没有理由相信学生运动的积极分子、黑人领袖、公共部门发言人以及大学中的批评家受到引诱专门去使用个人频道来传播他们的希望、忧虑以及调查的结果。依然不难想象、而且确实可能的是这些群体的代表将会逐渐在公众的视野中发现他们自身。然而，检验是否具有显著影响的标准始终是揭露的范围、削弱的程度以及持续的长短。根据我们提出的任何标准——引起环境和态度变化的程度——都是装点门面与少数派广播所不能胜任的。

因此，基本的问题仍然存在。各种启蒙的力量必须找到一些措施使**普通**公众面对这个时期的问题、持续存在的选择以及某种行为过程造成的需要考虑的后果。学生、黑人、教师以及科学家并不是特殊的人，但是令他们忧虑的事情超越了他们个人的利益（当然这些也会被涉及）。事情如此也许会令人感到奇怪，但显而易见，他们个人所关切的事情最大程度地影响着**公众**的福利。

例如，如果学生们开始考察并发现大学没有合格地完成其任务，那么这就不是一个局限在大学校园范围内的小问题。整个教育过程的质量和特点都存在问题。2000万黑人的愿望不能被评价为仅对10%的人

[1] Nicholas Johnson, "The Public Interest and Public Broadcasting: Looking At Communications as a Whole", September 11, 1967.

口有重要意义的少数民族的事情。与社会秩序中的其他要素一样，黑人与白人的关系对于健康的民族精神来说也很关键。这个国家的社会学家和自然科学家的研究成果以及怎样将这些成果最有效地用于社会的安全和繁荣并不是一小撮行政管理者的职责。它应该成为普通公众谈论和决定的内容，因为迟早全国人民都会受到它的影响。

由于社会的动力中心正在改变着社会存在的基础，因此，他们与建立在这些面临威胁的基础之上的权力机构发生冲突。这些不断壮大的力量迫切要求告知全国和地方的公众他们在做什么。他们的工作很大一部分是建设性的，他们的目标通常是合乎需要的。然而，如果不能联合大多数公众来解释和探究他们的目标及行动，那么，他们的努力也许是徒劳的，他们的目标也会被其对手歪曲。这些力量将会被传统的统治者控制的、在数量上占优势的联盟所淹没。

那么，在哪里会找到突破口？如果信息传播渠道遭到拒绝，具有创造力的下层群体的信息怎样才可以渗透到更大的社会群体之中？技术家们正是在这方面有所贡献。新的传播技术本身并不能克服制度的障碍，也不能扭转目前限制创造性变革并阻止顺应当代需求的控制杆。然而，如果传播技术掌握在最坚持重建决策过程的社会群体手中，那么它可能会具有巨大的辅助作用。如果迫切要求工业国家内部的存在合理化以及社会制度重构的群体能够**大规模使用**新的传播技术（至今尚不具有可能性），人们仍然有希望能够幸免这个强大而盲目的国家正在引发的灾难。

在另外一种完全消极的状况下，不断变化的传播技术可能会成为一种挽救力量。传播技术的革新浪潮驳倒了最初支持当前的空间通信所有权和管制的集中体制的论据之一——价格高昂。虽然人造卫星不会马上以低廉的价格出售，但它们很快就被大范围的购买和应用。由于大量费用用于空间研究与硬件开发，所以发射支出，特别是广播卫星的发射支出正在急剧下降。专门化的、单一目标的卫星的开发正在增加。

在地面上，有线电视为更多的节目制作人敞开了大门，它允许更多的信号进入每一个家庭的电视接收机。超高频广播已经得到推广，在这个频谱范围内也增加了一些频道。最后，普通公众也能够购买家庭录像机和摄像机。业余爱好者在创作过程中有机会提高其技术。所有拥有家庭录音（像）机的人将能够把他们认为吸引人的、值得回顾的节目录制保存，建立节目库。

其中一些变化也许正沿着商业广告优先购买、个人赶时髦、大众市场规划以及垄断控制体制这一人们熟知的道路发展。但是，相当重要的一点就是对于传播管制来说，随心所欲的集中在技术上不再具有必要性。新的选择至少在目前是开放的。

美国电话电报公司对这个国家的电话通信几乎行使着完全的控制权。该公司对地面线路和中继设备的控制使得国内广播网的互联（对于国内节目播放相当重要）依赖这个公司。目前，美国通信卫星公司已经在国际领域成为惟一入选的机构，此外，它正设法对国内的空间通信施加影响。其理由是充分的，该公司声称在其统一管制下的多种目标的系统将比由不同实体所有和管理的、目标各不相同的卫星机构更加经济。

在早期，我们并不能断言，为私人控制的、单一目标的通信卫星能够确保迄今被排斥的群体可以使用最新型的通信。实际上，难以想象这种安排会使社会上持不同政见的人们能够使用通信卫星系统。技术障碍似乎仍然难以克服。相反，一个非常美好的前景就是在强大的私人公司管理下的、多种目标的系统几乎自动以其目前不具代表性的、集中的形式来维持社会传播。这时需要确保技术能够不受限制地用于不同用途，甚至会以牺牲一定效率为代价。实际上，效率这个概念也许在其本质上是传统主义的反映，另一些系统的“浪费”事实上是保证工业社会一定程度的信息自由的最有前途的方法。

将新的传播技术应用于民主首先需要对几个领域同时施加持续的、声势逼人的民众压力。在生产制作中心之外的个人能够用他们目前逐

渐拥有的摄像机、电视录像机来做一些尝试（就像一些人已经做的）。他们的成果也许最终会得到地方、地区甚至国家层面的社会群体的支持，这些成果也许会成为传播技术与节目的新来源。把商业广播机构的一些重大的或特别好的节目有选择地录制下来，这将有助于收藏有价值的作品，供一些组织和个人反复使用。最为重要的是，对新频道的需求和对私人所有的、不关心社会需要的广播台进行重新分配应该成为社会“外围群体”的共同的、坚持不懈的要求。这些要求可以作为社区活动在当地表达出来。

联邦政府和州政府依靠它们的管理机构，特别是联邦通信委员会对国内无线电频谱资源的社会最大化负有责任。提高精神健康、减少身体疾病的运动通常依赖地方的积极支持。类似的努力也可以扩展到监视传播渠道、坚持将其用于维护社会的精神健康。

尽管现在根据广播电台和电视台的市场重要性来给它们划分等级，也就是根据其受众的规模和销售潜力来判断广播电视台值多少钱，但新的标准可能会形成和获得应用。例如，在英国，独立电视管理局有权转移最具价值的资产特许经营权，只要它认为其他所有人能够提供更具社会意义的节目。该机构曾经以几乎没收巨额的私人投资为代价来行使这一权力。在美国，商业执照从没有因为其没有为公共利益服务——一种可能被用来有效地反对目前正在运营的商业广播台的情况——而吊销。社会压力可能会改变这些原则。

政治活动在美国通常被理解为支持这个或那个政治竞选人。这已经不时地在人事上造成了一些变化，但在决策体制上还没有出现相应的变化。对于政治活动来说，也许是该严肃地考虑改革基础体制的时候了。现代政治活动在修补不同组织层面的信息媒介的所有权和管制权的过程中也许找到了一个良好的起点。

显然，管制权的转移不能被看作是仅仅一次性的行动。没有任何单一的转变能够为永久的信息的灵活性和自由提供保障。大众媒介的这一使用原则背后有一个前提，即一个有活力的社会在其信息需求方面

保持清醒的态度，保持着不断表现其权威的活力和意志。持续将广播媒介用于人类的启蒙要求从事人性化进程的各方力量予以最密切的关注和参与。

毫无疑问，从绝对量和性质上来说国际层面的信息需求巨大。目前全世界有 10 亿文盲。他们的教育依赖那些被动员起来实现扫除文盲这一目标的广播和电视的教育力量。虽然我们还没有承担起这一光荣的使命，但只要现存的方法和教育资源可以使用，它就会成为一种相对日常的事务。这时缺少的要素是行动的意志，表现在教育预算不足这种糟糕的状况上。对比而言，五角大楼每年花费大约 10 亿美元用于其传播体系，其中大部分被用于军事戒备，以应对一旦在“穷”国爆发的“动乱”。

然而，如果大众媒介准备帮助我们实现人性的目标，那么我们就需要的就不只是资金和设备。弗朗茨·法农在其著作《地球上受苦的人》(*The Wretched of the Earth*) 中写道：“引起第三世界国家兴趣的新闻不应该涉及博杜安国王的婚礼，也不应该涉及意大利统治阶级的丑闻。我们希望听到的是关于阿根廷人和缅甸人为消除文盲或者其领导人的独裁倾向而努力进行的种种尝试的新闻。”^[1]

这种信息会来自目前在华盛顿—美国通信卫星公司指导下成立的国际空间通信组织吗？

最后，我们又回到了起点。世界对文化、教育以及有意义的信息的迫切传播需求严重依赖于美国的传播机构与系统，并深受其影响。美国的权力——表现在工业、军事和文化领域——已经成为世界上最强大的力量，其影响力跨越了所有的国界。通过直接的经济控制以及间接的贸易和外国人的仿效，传播已经成为美国世界权力扩张的决定性因素。因此，美国国内的文化状况和世界的信息与教育需求之间具有联

[1] F. Fanon. *The Wretched of the Earth*, Grove Press, Inc., New York, 1966, p. 162.

系并非言过其实。束缚美国人的才能、限制美国国民参与的桎梏本质上也就是阻碍全球传播的社会利用的因素。国内外过时的、狭隘的观点和制度正在扼制人类的潜力。

此外，技术进步正在将世界缩小为顶针般大小。如果在最高级的国际合作层面没有把技术进步与预期的、无私的行为结合起来，那么，技术可能只会引起自私的、倒退的民族反应。这种现象也许已经发生了。另外，环球卫星很快就会拥有向世界各国的家庭直接传播信息的能力，弱小民族国家如何能够保护自身免受它的威胁？商业广播节目或者民族主义的广播节目传输的影像和道德规范也许与发展中国家的发展规划和优先考虑的事情相冲突，那么，发展中国家能够采取哪些保护措施来拒绝这些空间传播的节目？

一个真正的国际空间通信系统应该有助于满足全球教育的和文化的期望，这一前景严重依赖于美国国内的空间通信在多大程度上被应用于其本国国民的社会利益。由于美国缺少一种为其本国受众提供有意义的节目的模式，这使得发展中国家失去了一种可以寻求支持、借以评价其自身创造性劳动的先进体制。另外，经修改的、考虑社会需求的美国大众传播体制也许可以促进国际空间通信系统内部的变革，这种变革有必要提供一种类似的发展取向。

美国国内的动力中心努力对传播媒介施加越来越大的影响，这无论在国内还是在国外都成为一项迫切的事情。如果不能将国内的传播改造为一种为人类的发展和环境适应能力提供空间的形式，那么这只会进一步加深已经给美国社会造成破坏的无序状态。如果在空间通信领域继续实施现行的国家霸权和商业垄断政策，将会促进国际社会中民族主义分裂势力的发展，加剧竞争的无序状态。然而自相矛盾的是，只有美国目前的社会下层群体能够成功地实现国内社会重建，可行的国际秩序也许才能实现。



译后记

赫伯特·席勒(1919—2000)是西方传播政治经济学的代表人物,被誉为该领域内的批判领袖。尽管席勒的写作生涯起步较晚,但他一生著述颇丰。代表作有《大众传播与美利坚帝国》(1969)、《思想的管理者》(1973)、《传播与文化控制》(1976)、《信息与经济危机》(1984)、《文化公司:公司接管公共表达》(1989)、《信息不平等:美国的社会危机正在加深》(1995)、《生活在世界头号国家》(2000)等。这些作品折射出20世纪60年代到20世纪末北美传播政治经济学研究的主要脉络。

《大众传播与美利坚帝国》最早出版于1969年,大部分内容撰写于1966到1967年间。作者通过考察美国政府、军队、企业与大众媒介的关系,分析了商业媒介与政府、军队如何结成利益共同体,批判了美国国家权力对大众媒介的利用和干预,特别是美国政府、企业利用大众传播为美国二战后的全球扩张服务,对其他国家实施文化帝国主义的行为。本书的出版对当时的美国传播研究,乃至全球的传播研究都产生了深远影响,堪称西方传播批判学派的经典作品。《大众传播与美利坚帝国》于1992年再版,席勒为该书写了43页的长序,作者结合自身1967年以来25年间世界政治经济形势发生的变化,对其观点和思想进行了深入阐发。他指出,文化帝国主义已经不再是美国的文化帝国主义,美国的文化帝国主义也没有灭亡,在今天,带有浓厚的美国媒介风格的跨国公司文化成为实施文化帝国主义的核心力量。

第一次读《大众传播与美利坚帝国》一书是在4年前，那时候我正在准备博士论文，当时觉得，这本书作为传播政治经济学的代表人物的代表作品，至今没有中译本是一件非常令人遗憾的事。自那时起，我就有了翻译此书的愿望。因此，后来每遇闲暇，就动手翻译一些章节，并一边翻译一边联系出版。令我倍感幸运的是，上海译文出版社的编辑在看了该书以及部分译稿之后表示首肯，并很快落实了有关出版事宜。在这里，我谨向上海译文出版社和该社编辑张吉人先生表示最衷心的感谢。

《大众传播与美利坚帝国》一书涉及了许多发生在美国国内外的政治经济事件、大量的政治经济机构名称及其缩略语，这在一定程度上增加了翻译的难度。我在翻译的过程中查阅了相关的专业书籍和工具书，尽量做到文字流畅、表达准确。但限于本人能力，错误和不当之处可能依然无法避免。在这里，恳请读者批评指正。

刘晓红

2006年4月6日