

传

播

学

书

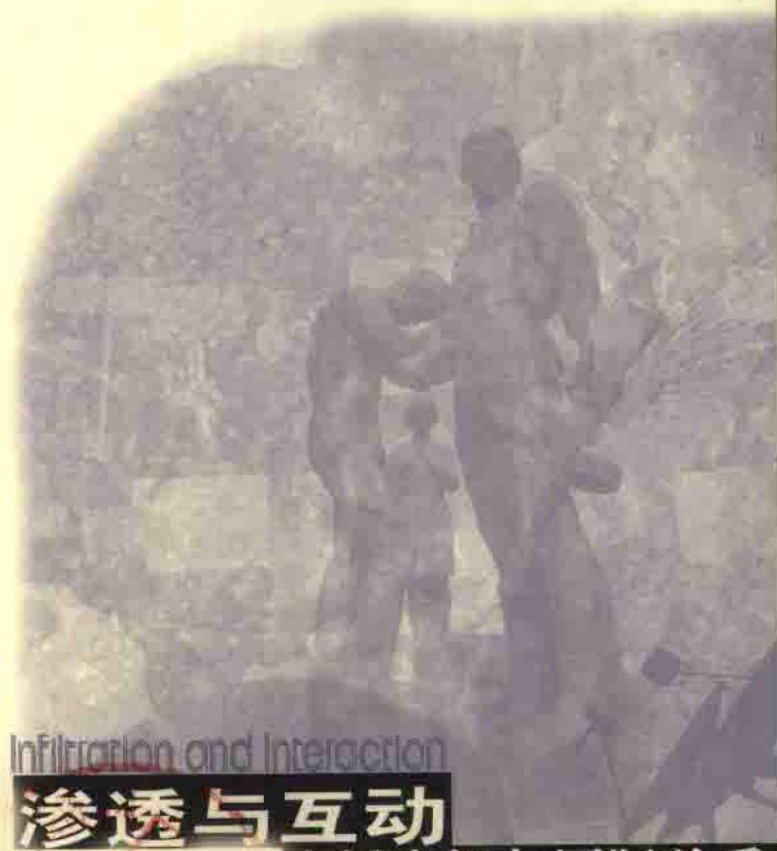
系

杨
伟
芬
主
编

Infiltration and
Interaction **渗透与互动**
Broadcasting **广播电视与国际关系**
and International Relations

北京广播学院出版社

杨伟芬 主编



Infiltration and Interaction

渗透与互动

广播电视与国际关系

Broadcasting and International Relations

北京广播学院出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

渗透与互动——广播电视与国际关系/杨伟芬主编. - 北京: 北京广播学院出版社,
2000.1

ISBN 7-81004-853-8

I. 渗… II. 杨… III. ①广播工作-中外关系-研究 ②电视工作-中外关系-研究
IV. G229.25

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 01394 号

渗透与互动——广播电视与国际关系

主 编 杨伟芬

责任编辑 陈友军

封面设计 宁成春

版式设计 BBI 阳光工作室

出 版 人 王克瑞

出版发行 北京广播学院出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街 1 号 邮政编码 100024

电 话 65779405 或 65779140 传 真 010-65779140

E-mail cbs@bbi.edu.cn

经 销 新华书店总店北京发行所

排 版 北京纪德文化艺术有限公司

印 装 中国科学院印刷厂

纸张供应 山东高唐纸业集团总公司

开 本 730×988 毫米 1/16

版 次 2000 年 1 月第 1 版

印 张 15

印 次 2000 年 1 月第 1 次印刷

字 数 230 千字

印 数 1—3000

ISBN7-81004-853-8/G·498

定 价 29.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

前 言

北京广播学院自 50 年代开办以来一直重视国际知识教育，设有国际关系教研室负责全院文科的国际政治课和外语系的对象国概况课程。在广播学院进行国际关系的教学与研究，十分自然地对国际关系中的广播电视的作用有了一份更多的关注。改革开放以来，中国加快了走向世界的步伐。现实生活中各国的国际联系日益频繁、深化，其间广播电视承担了沟通、宣传等重任，在重大的国际事件和国际事务中处处活跃着以广播电视为代表的大众传媒的身影。有鉴于此，更加萌生了研究广播电视与国际关系的意向。学院领导和当时的广电部教育司领导对此给予了充分的关注与支持。1994 年国务院学位办批准在广播学院设立国际关系硕士点，“广播电视与国际关系”就列为研究方向，1995 年开始招收硕士研究生。1996 年在部、院领导的支持下将“广播电视与国际关系”立为重点科研项目。自此，这一科研工作正式启动。

科研工作从一开始就是与研究生的培养工作结合进行的。面对这一全新的课题，师生们一起从收集资料到框架性的探研，到后来的成文都在一种开放、科学、创新的学术氛围中进行。从直观的感受中，人们都肯定广播电视对国际关系的重要影响，但作为学术研究究竟从何切入、定位，如何把握其间的规律性互动关系，仍是一个全新的、复杂的课题。这一课题涉及范围很广，不仅与政治、经济、文化、社会各领域相关，而且与外交学、传播学、国际关系学、舆论学、社会心理学……相交；何况作为政治体制一部分的传播体制，各国皆不相同，其地位、功能、作用也迥然相异。国内有关这方面的研究还很匮乏，只在少数的著作中有所论及。加上我们课题组成员的学术素养与知识结构、理论准备都不是很适应。一旦深入，便真切地感受任务的

艰巨。只能一切从头开始，努力吸收国内外已有的各学科的有关研究成果。教学相长，全力以赴。两年多时间，导师带领几届研究生从基本概念的厘定到切入点的选定，从整体框架结构的拟定到关键性领域的反复研讨，最终形成统一见解，然后分工负责各部分的撰写。其间虽有不少困难（如有时缺少第一手资料等等），但在研究中也感受了思考的快乐与探求新知的愉悦。当然我们的研究仅仅是一个开始，想到前面还有更多的待开发研究的课题，也激起我们一种奋发的追求，尤其对几位年轻的硕士生而言，更是如此。

这项研究的初创性甚至可以从一些概念的多样性选择运用中反映出来。大众传播是属于传播这一大范畴内的特项。传播是指信息、经验、观念的传递、交流与分享过程，或者说是一个流程。承担传播活动的是传播媒体。媒体是特定的机构，其体制与地位与各国的政治体制密切相关，是政治体制的一部分，这是媒体的基本属性。当然日后媒体也发展成产业，但它的政治文化属性是其最基本的属性，各类国家概莫能外。大众传播是面向广大的、非特定指向受众的传播。国际传播则是大众传播中的又一层面上的特项。国际传播是面向国内外受众传播国际事务、信息或与国际关系相关的各国事务和信息，是信息的跨国界传播，或可概括为向世界报道本国、向本国报道世界，它的传播内容、对象及特点与国内大众传播是不尽相同的。

我们认为国际传播正是我们研究大众传播与国际关系的切入点。因为大众传播之对国际关系发生联系、施加影响都是通过国际传播这一基本环节，舍此，两者的联结点与纽带又何在？在大众传播中目前仍以广播电视最具力度，我们的研究一开始就以广播电视为研究对象。但在研究进程中，又深感到报刊的作用仍不可低估。世界级的大报无论从内容或从影响来说都是必须引起足够重视的，尤其是其深度报道和专论更是广播电视所不及的。因此有的课题就必然地要把世界级的报刊纳入研究领域，而不能圈在“广播电视”的框框内。传播、传播传媒、大众传播、大众传媒、国际传播、传播媒介等等概念固然都有各自的特定内涵，但在外延上很多是相包容的。传播无传媒，就缺乏主体；传媒无传播则无主业，也不复成为传媒。传播的方式、途径、载体以及传播对象可以多种多样，教育、外交、旅游……均有传播的功能，这或可称为“大传播”，而我们的研究是特指大众传播。涉及大众传播，大众传媒和国际传播。正因为有这样的联系与区别，在我们的论文标题及行文中，各位作者有各自的认定与选择的侧重点，因此也就不强求一律，希望

不致引起太多的歧义。

在本书内容的构成中，除了有框架性的总体研究外，分设若干我们认为重要的方面分别加以阐述，同时为了较充分地对所述结论有所论证，又不致在行文中有横生枝蔓之累，本书特就某些典型事例作为个案研究列出。其实我们的研究本来也是从许多现实事例的研究中得出一些普遍性的结论，遵循的是从具体到抽象，由个别到一般的研究规律。

本课题的科研既是与硕士生的培养同步进行，因此，有几位的硕士毕业论文就成为本课题的研究成果的一部分。作为硕士毕业论文有自身的独立结构与要求，其中心研究部分则属于本课题的组成部分，但在体例上全书就不很统一了，我们没有强求一律，保持和尊重作者的风格与选择，或许在形式不很规范的同时，却保留了某种多样的风格，而成为本书的一个特色？！

正如上述，本书是在总体统一构架下的分工撰写。主编者除自己撰写外，主持了课题的总体规划和构思，并主持研究、撰写、修订的全过程。作者投入了大量的精力，付出了辛勤劳动。如有不妥则应由主编承担。

本课题的研究对象是一个新的、内涵丰富、仍在飞速发展的领域，很难，但很有意义。我们的初步探究仅是一个开始，只是涉及了国际关系的某些主要领域，很不完备，最明显的是未对国际经济、文化领域作具体的研究，这些有待后续研究来完成。此外，疏漏、不当乃至错误都是可能的，诚挚地欢迎读者、专家批评、指正。

杨伟芬

1999年10月

目 录

■ 前言	1
■ 大众传播的历史回顾	1
■ 广播电视与国际关系的框架性探究	12
一、作为信息形态的大众传播	14
二、作为舆论形态的大众传播	16
三、作为外交形态的大众传播	22
四、国际关系中的行为体——大众传媒	28
五、国际关系的新领域——国际传播关系	31
■ 国际传播与对外政策	36
一、国际关系与大众传播：国际传播概述	36
二、国际传播与对外政策	49
■ 大众传媒与现代战争	65
一、引子	65
二、大众传媒与现代战争关系之概述	66
三、大众传媒推动战争的功能	71
四、大众传媒反战争的功能	78
五、大众传媒与世界和平	83
■ 大众传媒与冷战	91
一、早期的东西方冲突与“战时同盟”	92
二、冷战	95
三、苏东剧变	100

四、结语	103
■ 国际传播与中美关系	105
一、国际传播中的国家关系	105
二、国际传播与中美关系的互动	108
三、影响中美双边关系的诸因素分析	123
四、国际传播秩序与中美关系	126
五、利用国际传播，发展中美关系	132
■ 广播电视与苏东剧变	144
一、剧变中的苏东广播电视	144
二、西方广播电视媒介与苏东剧变	153
三、几点思考	160
■ 现代国际关系对大众传播的要求	166
一、继续关注国际关系，推动国际关系民主化进程	168
二、改变旧秩序，建立新秩序	171
三、加强国际组织，健全规章制度	175
■ 个案研究	179
一、美国之音的历史回顾与功效分析	180
二、评析克林顿访华前后的美国之音有关报道	193
三、英国媒体与海湾战争	206
四、西方大众传播与科索沃战争	212
五、《财富》的“财富”——大众传播与世界经济的个案分析	224
■ 后 记	230

大众传播的历史回顾

人类的进步发展是一个漫长艰难的历史进程，是由多种因素共同作用的结果，诸如人类的直立与熟食，促进人类机体的发展，特别是大脑的发展。人类使用工具，使人类征服自然的能力极大地提高，使生存能力增强，生存环境改善，活动地域扩大。人类在生产活动中结成集团，形成原始社会，更是使保护自身、促进自身发展具有了组织的力量。这一切都使人类得以繁衍生存，发展进步。人类既是一个社会性的群体，就必然在人际交往与共同劳动中产生交流，而交流即使是最原始的交流方式与途径即为传播。凭藉传播，人们相互之间传递信息表达意见，形成共识，采取统一的行动，来实现既定的共同目标，诸如狩猎、自卫等等，同时也就形成有组织的社会。一旦形成社会（其原始形态是群落、氏族、部落），人类的力量与智慧就呈几何级数的增长。而且依恃传播，人类的智慧可以代代相传、承继创新，人类这才能从蒙昧步步走向进步文明，因此，可以认定，在人类发展进程中，传播是一个不可或缺的条件，是人类之所以成为人类并区别于其它动物的标志性、关键性因素之一。从这个意义上说，传播是人类社会的基础。人类发展需要传播，传播与人类同步发展。

最初的传播交流当然是极为原始与简单的。可以通过形体（手势、特定动作）、发声、表情，以后有了语言、绘画、特设的标志等等，这一切都是为了传播信息，或为协作行动或为表达感情。在漫长的进程中，语言、文字逐渐形成了，这是人类发展史上的一次巨大飞跃，它是人类智慧的硕果，

也为人类智力的递进提供了前提。语言与文字也成为民族构成的要素（也有民族尚未发展到形成文字的阶段），同一语言和同一文字使得特定人群的交流变得顺畅，共同的文化、信仰、观念得以形成，教育终能成型，社会的生产、分工、交换以及社会政治组织等才跃上新的阶段。然而，最初的语言和文字传播毕竟受到极大局限。人际的直接语言传播，只能在狭小的范围内，在声音可以到达的界域内。文字当然可以弥补这一局限，它可以在更大范围内传递抄送，也可以代代相传，启迪后人。但囿于技术因素，甲骨文、金文、石刻、竹简都费时耗力，极为繁复，识者也有限。由于传播范围、交往范围的狭窄，人们总是被束缚于相对狭小的圈内。

活字排版、纸张和印刷术的发明，使人类的传播出现了新局面。语言的传播可以借助于文字的形式保存下来，流传出去。现在文字的传播由于有上述技术的“武装”才可能从庙堂走向大众，因为现在印刷变得十分方便与快捷了。最突出的事例是《圣经》因此而广为传播走向民间，打破少数神职人员的垄断。特别是此后由于蒸汽机的发明，解决了印刷从手工到机械传动的突破，书籍、报刊才能大量涌现，走向民间、走向大众。而此时，社会生产力的发展，新兴社会阶层的形成，人们交往的频繁与扩大，大众需要传播，传播也有可能走向大众。于是，由定期报刊的面世与发行为标志，新型的大众传播媒体出现了。大众传播时代开始了。

二

大众传播（Mass communication）是指传播领域中的特定子项。它是指专设的传播媒体以广大的但又非专向群体为对象的传播。它与演讲、外交、教育、人际交流等等传播在传播方式、内容、功能、对象、传域等方面均有明显的区别。大众传播的对象并非特指（如学校的学生，交谈的具体对象、演讲的特定听众），却又可以包括上至政要、下至平民百姓。它的内容更是无所不包，涉猎天文地理、顾及市井民俗，可以是政治新闻、自然知识、通俗娱乐、高雅欣赏，可以客观报道也可一家评说。它的功能多重，一般而言主要承担传播信息、引导舆论、知识教育、监督沟通与大众娱乐诸多方面。而它的传播域界，随着科技的发展更达到无远弗届、无处不在的程度。大众传播已构成社会各群体成员终身与共的生活内容。

承担大众传播重任的主要媒介最基本的包括文字传播媒介，有报刊、书籍以及相关的出版社、通讯社。有电子传播媒介，包括广播、电视以及相关的电台、电视台。此外，方兴未艾的因特网也正以百尺竿头的锐气迅速成长，登堂入室。报刊、广播、电视、因特网被视为四大传媒。这几支主力军团各有所长，相互竞争相互补充，构结了覆盖世界环宇的，包括文字、画像、声音的传播网络，影响乃至指导着人们的生活方式与思维方式，成为现代社会的标志与发展推力。

定期报刊的出现可视作大众传播的初始阶段。在西方大约是始于17世纪上半叶。在这之前西方国家已有不定期的新闻纸和半年定期的新闻年鉴，这是近代报业的初步形态。17世纪后欧洲邮政制度建立，同时人们对新闻、信息的需求增加，新闻纸由不定期刊印逐渐发展成连续定期出版，（周刊、半周刊、两日刊或日刊）报纸也开始正式定名并公开发行，虽然最初的发行量不大，但毕竟具有开创性意义。这些报刊主要有：德国的《观察周刊》（1609年）；《法兰克福新闻报》（1615年），法国的《法国公报》（1631年）；英国的《新闻周刊》（1622年）。被认为是世界上第一份日报的德国《莱比锡日报》创刊于1660年。英国最早的日报《每日新闻》创刊于1702年。法国最早的日报《巴黎新闻报》创刊于1777年。当然大众传播时代的来临不仅要依赖一定程度的科技发展，更主要它是应社会发展的需求而生的。进入资本主义时期，社会对大众传播有了强烈的需求：市场竞争对信息的依赖，政党政治对大众传播的借重，人际交往、大众娱乐对大众传播的期盼，国际关系、对外扩展对大众传播的利用……。此时社会政治制度由专制走向民主，社会思潮中自由主义、个人主义思想崛起，教育普及，都市文化兴起，这一切的一切都催发着大众传播的生成发展，社会骄子——大众传播应运而生了。

此后文字媒介获得相当发展。印刷工业由于蒸汽机（1769年）、铸字机（1822年）的引入而效能大增。火车、轮船、汽车、航空（1918年）则使报刊传送速度猛增。更值得一提的是1844年摩斯从巴尔的摩传向华盛顿的电报传讯成功，1851年海底电缆贯通英吉利海峡，1876年贝尔发明了电话，使语言传播插上了翅膀，脱离了自然人声传域的束缚而向无限空间飞翔。1895年，马可尼完成了无线电报与无线电话的试验，信息由此可藉电讯传播，其速度、范围更是与往昔不可同日而语。历经社会与科技的几番大变

革，到19世纪末20世纪初，大众传播已发展成熟，全面介入社会生活的各个方面，发挥着不可或缺的独特作用。

顺应时代潮流发展的事物其前景是不可限量的。大众传播的巨大飞跃当属广播、电视的诞生。从此人类进入了电子传播时代。

三

社会对传播速度与内容丰富度的要求日益强烈，这就推动科技在这一领域的突破与创新。

由于先期各项科技成果的铺垫，1910年无线电广播成功问世。第一次世界大战中，各交战国出于军事通讯和宣传的急需，无线电通讯、广播加快发展。战争结束后，无线电广播进入民用领域。真正意义上大众传播的电子传播阶段开始了。有的学者把这誉为“传播的革命”。^①

在无线电广播的技术发展史上有几位发明家是不能不提及的。他们是德国的赫兹（首次论证无线电波性）、法国的布兰第（发明了检波器）和在美国获得成功的马可尼。此后，1919年美国西屋电器公司开始制作广播节目。1920年正式设立KDKA电台。1926年美国成立了“联邦广播事业管理委员会”，同年美国第一个无线电广播网——全国广播公司（NBC）成立。

无线电广播这一新兴的媒介在传播效能上是空前的。它虽然是声音传播的发展，但由于其被最新的技术所“武装”而有了质的飞跃。

首先，广播具有语言传播的一切长处，它亲切、易懂，不太受文化程度的限制，老人、孩子、村民、甚至文盲、盲人等各类群体成员都可以通过收听广播接受并分享信息。广播中的现场采录，更增加了可信性与亲和力，可以一下子拉近传者与受者的距离。1931年罗斯福总统的就职演说通过广播网传遍美国，其名言“我们唯一引为恐惧的只是恐惧本身”立即广泛传颂，成为战胜经济危机共赴国难的精神鼓舞力量。其效果显然超过报刊的文字传播，因为这毕竟是总统本人亲口说的，是千万人亲耳听到的。待半导体收音机问世后，收听广播更不受场合和地点的限制，不管是行走、闲居之时，或是工作、阅读之际，一机在手，天下大事可知。

^① [台]王洪钧：《大众传播与现代社会》，正中书局（台）1991年版，第48页。

其次，也是更具重要意义的，是广播在信息的传递的速度上大大提高，简直是“瞬息即达”。无线电波可以把信息源头的声音，几近逼真地在瞬间同步传输，这是以往各种传播媒介无法企及的。它不必像报纸那样的撰写、排版、印刷、发行（即使是号外也必须经历上述各个步骤）。美国第一次电台广播就是播发了1920年总统选举的结果。只待选举一揭晓，其结果也就立即传及全国。

最后，更为关键的是广播借助无线电波在传播范围与距离上可以说是“无攻不克”、“无远弗届”，哪怕重洋远隔、关山重叠都不能阻挡。地方的割据和国际间的边界，使人员往来、报刊传送受到阻断，而声波借助电波可以轻松越过。无论是商业情报、金融信息、政治新闻、中央政令、外交应对、舆论宣传等等都可藉此在国际国内迅速传送，从而成为社会生活、国内政治、国际交往中一股扯不断、割不绝、挡不住的纽带。尤其在非常时期，例如灾害、叛乱、战争等情况下，广播更成为唯一可行的通道。无怪乎各国均以极大的投入来推进广播网络，使其发展神速。广播的历史也正是如此，它本身就是在第一次世界大战中，当战线阻隔，正常的传播无法进行时适时而生、应运而生的。冷战，是二战后国际政治中的一个特殊时期，对峙双方几乎中断了一切正常往来，而又各自欲对对方施加影响以利己方，于是广播就成为特殊的“武器”，在冷战中发挥到了极致。

正因为广播具有如此奇特的功能，政治精英与平民百姓都对此十分青睐，它的发展速度也是惊人的，以美国为例，1920年11月KDKA广播电台开播，成功地报道了当天揭晓的哈定与柯克斯竞选总统的结果，声誉大振，仿效者日众，以致1926年成立“联邦广播事业管理局”，专事电波资源的分配与管理。同年成立“全国广播公司”（NBC）。几经分化组合，到1934年美国已形成三大广播网，即“全国广播公司”（NBC）、“美国广播公司”（ABC）、“哥伦比亚广播公司”（CBS），拥有224家电台。40年代初，美国开始了调频广播，使音质更为清晰。70年代又向立体声广播发展，声音更加丰富逼真。到1983年则开办了第一家卫星无线电广播网。1995年至1996年正式开办数字广播。几乎每隔10年，广播技术都有一次大的突破并日臻完善。广播成为现代社会中最具影响力的大众传媒之一，虽遇种种挑战仍居鼎足之位，这均渊于无线广播具有广适性、快速性以及亲和力和穿透力的长处。

广播这些特长,运用于国际领域就十分得心应手,因为广播可以穿越国界,播出内容又可以避开对象国当局的审查。只要开播对象国语种,那么于己有利的信息便可顺利倾泻,有时可收石破天惊之效,有时可具细水长流、潜移默化之功。前者如柏林墙倒塌、齐奥塞斯库夫妇被处决消息的传播,后者如价值观念、生活方式的重塑。正因为如此,在广播发展进程中,当国内广播有一定规模后,其积蓄的力量与经验就会向国际广播领域伸展,犹如资本有向外扩张的本能,政治也是如此。谋求国家利益、扩大自身影响,乃至配合对外扩张的欲望等的政治动力推动着国际广播的发展。国际广播的对象是国外听众,播出方主要是政府的特设机构,经费由国家拨给,这是国际广播与国内为数众多的商业广播的显著不同之处,是特殊的国际斗争需要成为其发展的契机。

美国的国际广播起步于二次大战期间。为了适应战争的需要,1942年2月,“美国之音”(VOA)开播,它隶属于战时情报局,完全为战争服务,战时即用40种语言播音,每天累计播音时数达119小时。战后,特别是冷战时期,美国之音发挥了独特的作用。1953年起归属美国新闻署,总部设在华盛顿,经费全部由国家拨给。美国之音先后用77种语言播出,其中包括粤语、客家语、上海语、藏语,每天播出累计94小时,真可谓“无孔不入,无时不在”。据1995年公布情况,美国之音在国内有短波发射机36部,在国外转播站、点为28座,总功率达31165千瓦,可以覆盖全世界,位居世界国际广播之首。

英国的海外广播始于1932年12月,起初主要对海外英属殖民地广播。由英国广播公司(BBC)独家承办,经费由外交部拨给。二战时期为对抗德国法西斯的广播战,BBC加大了国际广播的力度,到1944年共用39种语言,每天累计播出25小时,当时占世界第一位。60年代到80年代英国对外广播重新恢复发展,政府两次拨巨款更新全部设备,到1990年BBC的世界广播电台共用40种语言播出,总功率达9169千瓦,国外的转播台达27座,英国成为世界上国际广播的强国。

中国的国际广播始于1941年。在抗日战争的烽火中,延安新华广播电台开办了日语广播,1947年又增加了英语广播。新中国成立以后,1950年在百废待兴中即开办了国际广播,最初用11种语言(包括4种中国方言)。到1984年底使用38种外语,4种中国方言,每天播出累计为144小时,主

要对象是境外华人和国外听众。国际广播电台还在世界各地设立 27 个记者站（包括港澳）。中国的国际广播有自己的特色，公正、客观地报道世界各地的要闻，表述中国人民和政府的独立立场，同时充分介绍中国的政治、经济、社会、文化的发展情况，总之让世界尽可能的了解中国。同时驻外记者也给国内发送驻在国及其周边国家的要闻大事。近年国际广播电台也在国内开办了调频广播，又主办专业报刊，让更多的信息资源充分发挥作用，让中国听众更多地了解世界。1998 年又采用了数字化广播技术。中国国际广播电台在努力地沟通着中国与世界的联系，既为中国国家利益服务，也为世界的和平与发展服务。

当然，广播也有着自身的局限。主要有两大缺憾。一是广播传送的声音——语言与音响，不论如何的生动、亲切，但毕竟是稍纵即逝，无法即时重复，也就无法细细体察，因此给人的印象不深，最普遍的反映是：“好像听说是……。”一般的非专业听众也不具备录音的条件，有时候深感需要保存播送内容，也往往是“时不我待”，待觉其信息有价值时，已经无法追踪，失之交臂了。所以有的广播电台告知听众可以去信索要广播稿，以弥补上述缺憾，但毕竟有诸多不便与无奈。听众是很难按电台要求清楚指明何时何栏目中何篇报道，何况索要、回复，一来一往，费时耗日，往往成了“明日黄花”，时过境迁了。在这一点上，广播不及文字传媒那样可以反复阅读，逐句逐段品评，可以保存下来以备需要时查阅。另一个缺憾是，广播是“只闻其声，不见其形”。人们接受信息主要是通过视觉与听觉，但广播只能对听觉施以刺激，只能尽可能地在听觉这一领域使之听得清、听得真切、听得丰富、听得及时，甚至能使听觉接受到人耳生理局限之外的种种信号（如人耳听觉的距离局限），此外就无能为力，这是无法超越的局限。

四

人的需求是无限的，人的智慧也是无限的，人的发展也将是无限的。电子传播中的电视问世把大众传播又推向一个更加完美的新时期。与文字传播和广播传播不同，电视兼具两者的“视”、“听”功能。电视具备了广播所具有的电波传送的迅达与“冲关夺隘”的无远弗届的力量。电视能运用声像把天涯发生的事件，同步传播到地球各个角落，它能让受众亲眼目睹、亲耳闻

达，其可信性与生动性“逼”使人们心悦诚服，具有极大的冲击力。电视极大地扩展人们的视野，丰富人们的经验，使人闻所未闻，视所未视。而且它还能通过镜头的运用（如特写、长镜头、摇、俯、仰）将对象全方位、多侧面地呈现在眼前，可以纤毫毕现，也可以鸟瞰全景，可以捕捉瞬间微妙表情，也可以凝住伟大的历史场景。它把人的认知提高到一个新的水平。用“即时同步”、“有声有色”、“生动逼真”、“穿户入室”来概括是绝不过的。电视发展来势之猛，发展之迅速，功效之神奇，大有独领风骚之势，吸住了多少人盯在了荧屏前，以致妨害人们阅读的良好习惯，阻碍了人际交往的正常进行，减少了进电影院上剧场的人数，甚至还冲淡了家人之间的亲情，以致有人提出“每周停播一天电视”的建议，以便让人们从电视中解脱出一天，来从事电视以外的种种有益活动。更有甚者，一些执着于传统文化的国家与人群，深感电视所带来的强有力的异端冲击，把电视看作“魔鬼”来驱赶。这恰从另一特殊的侧面反映出电视的巨大影响力、冲击力、震撼力。

电视自40年代问世，到二战后飞速发展，与以往传媒发展速度相比，电视呈一种加速度发展。有人统计，电视机从初创问世到5000万台，仅用了15年（同样的规模因特网则只用了5年），这其实也是人类社会加速度发展的一个缩影。

二战前，美国已开始电视的实验与试播，后因遭遇经济危机而停顿。1939年4月，全国广播公司（NBC）向全国报道了纽约世界博览会的实况，标志着电视作为大众传媒正式问世。但此后的二战爆发和美国的参战，全部人力、财力、物力投入战争，电视发展中辍。直到战争结束，电视才又重新起步。1952年电视普及率即达65%。1954年又正式播出彩色电视节目，到1989年，97%的家庭拥有彩色电视机。电视的国际传播则将一国电视节目同步送达国境线外，1962年，美国发射世界上第一颗人造通讯卫星，实现了美国和欧洲之间的电视实况传输，电视开始了它的卫星传送时代。令人意想不到的是次年肯尼迪总统遇刺身亡及其葬礼竟成为卫星传送的重头戏。世界大多数国家通过电视目睹了肯尼迪中弹和匆匆举行的约翰逊副总统扶正宣誓，电视镜头还显示了第一夫人杰奎琳身着溅着总统血迹的裙衫参加宣誓仪式。之后又看到刚刚三周岁的小肯尼迪身着丧服神情凝重地向自己的父亲致哀敬礼，给予人以极大的震撼，此情此景至今仍留在人们记忆中。这不能不归功于卫星电视的巨大传播效应。以后，卫星电视更是精彩纷呈，1969年

阿波罗号登月，每年的奥斯卡颁奖、每四年一次的奥林匹克运动会，以及红遍全球的摇滚音乐会……都是通过卫星传播，盛况令万人空巷。至于追捕辛普森，悼念戴安娜都是轰动一时的热点。卫星电视的同步转播，甚至能让人远离战场却又亲身感受战争的惨烈，CNN报道的海湾战争（1991年）、科索沃战争（1999年）都让人久久不能平静，思索良久。大众传播特别是卫星电视传播使天涯成咫尺，真有一种“环球同此炎凉”的切肤之感。即使语言不通，但画面与音响让人明白许许多多。这就是电视独具的功力。也许正是传播具有如此巨大作用，才使“地球村”的说法竟发自一位传播学者——加拿大著名传播学家麦克鲁汉（McLuhan），他主要从传播研究出发，认为现时世界已联成一体，息息相关，从这一角度而言，彼此的距离已大大拉近，整个世界犹如生活在一个村庄那样联系紧密。对“地球村”的理解当然各有不同，但人们却不约而同地接受这一说法。誉之者更将麦克鲁汉视作自牛顿、弗洛伊德、爱因斯坦等人之后最重要的思想家。^①

五

尺有所短，寸有所长。电视的功能可谓大矣，但它也有局限，而不能尽如人意，它总是让受众只能被动地收视，只能听凭媒体安排，什么时间播、播什么，观众就只能在安排定的时间收视，往往会发生好的节目（主要指主观认定的）却没有时间看，而有空闲时间时却又看不到称心的节目。虽然电视的频道增多，24小时全天候播出，但毕竟选择的余地有限，而且电视之外的各种资讯都无法涉猎。而现实社会中，信息爆炸，竞争激烈，稍有疏漏就会落人之后。这种接受的被动性，还包括电视传播的单向流动，观众无法在传播中充分介入，无法即时（现场）对电视播出的内容有补充、质疑、异议，从而也无法推进传播的深度发展。因此书报、广播、电视，都不能完全满足信息社会中人们对信息的快速、全面、多角度、深层次的需求和主动性介入欲望。一种新的、独具特长的大众传播媒介——因特网悄然登场，并呈加速发展之势。

因特网是一种全新形态的传播媒介，被视作继报刊、广播、电视之后的

^① [台] 王洪钧：《大众传播与现代社会》，正中书局（台）1991年版，第112页。