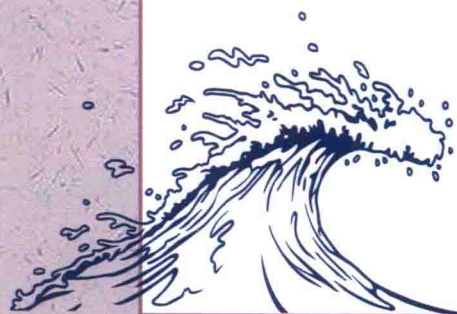


新闻传播史系列丛书

刘建明
著

世界广播电视史



科学出版社

新闻传播史系列丛书

世界广播电视史

刘建明 著

科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书全面而系统地梳理了世界广播电视的发展历程,内容主要包括广播电视重大技术的发明和革新、制度差异的形成和嬗变、节目形态的创新和演进。本书既凸显发达国家在广播电视技术、制度、节目形态方面的创新和引领,也兼顾发展中国家在广播电视事业上的突破性进展;既着重对世界广播电视发展过程进行描述,也注重对广播电视发展动因、联系、影响等规律进行探索。本书突破了世界广播电视国别史编写体例的共时性架构,尝试以通史的书写体例协调世界各国广播电视发展不平衡的历时性缺憾。

本书适合高等院校广播电视专业、播音与主持艺术专业本科生使用,也可供广播电视专业教学和科研人员、广播电视从业人员、新闻传播学类本科生和研究生、其他爱好者参考。

图书在版编目(CIP)数据

世界广播电视史/刘建明著. —北京:科学出版社, 2018.11

(新闻传播史系列丛书)

ISBN 978-7-03-057989-8

I. ①世… II. ①刘… III. ①广播事业-新闻事业史-世界 ②电视事业-新闻事业史-世界 IV. ①G229.19

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第130363号

责任编辑:张 达/责任校对:孙婷婷

责任印制:张欣秀/封面设计:铭轩堂

科学出版社出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

北京建宏印刷有限公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2018年11月第 一 版 开本:720×1000 B5

2019年1月第二次印刷 印张:13 1/4

字数:240 000

定价:88.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换)



本书受到中共湖北省委宣传部与武汉大学
共建新闻与传播学院本科项目资助

目 录

绪论	1
第一章 广播事业的诞生和初步发展	13
第一节 广播史前的技术发明	13
第二节 广播事业的诞生	17
第三节 广播事业的初步发展	23
第四节 公共广播制度的确立	25
第五节 国际广播的出现和初步发展	28
第六节 有线广播的开端	29
第二章 广播发展的黄金时期	32
第一节 广播规模的壮大	33
第二节 广播节目的多样化	36
第三节 广播的社会影响扩大	39
第四节 英美广播制度差异形成的根源	42
第三章 作为战争武器的广播	56
第一节 第二次世界大战中主要参战国的国际广播	57
第二节 第二次世界大战中的广播心理战	65
第三节 冷战时期的国际广播	70
第四章 电视的崛起	81
第一节 电视的研制	81
第二节 电视的正式播出	85
第三节 电视的勃兴和初步发展	91
第四节 早期电视节目的特点	104
第五节 电视新闻的早期发展	111
第五章 有线电视和卫星电视的发展	116
第一节 有线电视的发展	116
第二节 卫星电视的发展	123
第三节 卫星电视传播与民族文化认同	129

第六章 广播电视体制的演变	147
第一节 公共体制对商业体制的补充	147
第二节 商业体制与公共体制的“并轨”	152
第三节 商业化向国营体制的渗透	157
第四节 公共广播电视的当代危机	162
第七章 传媒新技术环境下广播电视的发展	167
第一节 数字广播电视的发展	167
第二节 广播电视与新媒体的融合发展	173
第八章 广播电视节目的演变	179
第一节 新闻时事节目	179
第二节 文艺娱乐节目	186
第三节 其他类型节目	199

绪论^①

一、问题的提出

“历史由时空经纬编织而成”^②，世界广播电视史研究亦然。它是对世界各国广播电视发展过程及其规律的探索，应当兼顾各国广播电视发展过程、发展状况及其相互联系，兼具历时性和共时性特征。一部名副其实的世界广播电视史，理应体现世界的观点。所谓世界的观点，是针对国家或地区而言的，它应当排除国家或地区观点的偏见，全面而如实地考察世界各国、各地区广播电视的发展历史。因为各国、各地区广播电视发展不平衡，存在早与晚、发达与滞后的差别，所以做到这点相当不易。

既有的研究成果可归纳为两种主要的体系架构：其一，国别史的合集。这种共时性架构绕开了难以处理的各国广播电视发展不平衡问题，着重探讨了主要国家广播电视的历时性发展，却未能充分显示相互间的有机联系，有“肢解”世界性之嫌。而且，它体现了鲜明的“西方中心论”色彩，如果仅就技术而言，似乎无可厚非，因为西方国家在技术发明和发展中的确处于执牛耳的地位。但是广播电视除技术属性外，还具有社会政治、经济、文化等属性。技术问题一旦解决，其他属性就凸显出来。各国广播电视文化应当是平等的，不承认这一点，就容易陷入文化本位主义，或者唯某国文化马首是瞻。其二，主要基于技术嬗变试图划分广播电视发展阶段的编年史。这种历时性架构凸显了技术属性，对社会、文化等属性却重视不够。此外，它无法顾及不平衡性，造成不同学者，尤其是发达国家与发展中国家学者在划分历史阶段上的分歧。也有著述试图调和两种体系架构以共建世界广播电视史，但只是简单拼用，没有将二者有机地融合在一起，因此并未克服二者的不足。

由此观之，世界广播电视史研究存在结构性缺憾。本书认为，世界广播

① 本绪论核心内容曾发表于《现代传播》2011年第7期第60-63页。

② 哈罗德·伊尼斯，2003.《传播的偏向·前言》，何道宽译，北京：中国人民大学出版社。

电视发展是从分散走向整体的动态过程。“分散”指各国广播电视传播活动在初始阶段通常是在国家（主权）范围内分别进行的，具有相对独立性和异质性；“整体”指各国广播电视在传播技术和新自由主义思潮的推动下日益国际化，关联性和同质性极大提高。这一体系架构可以弥补既有研究的不足，因为它体现了世界广播电视发展的历时性与共时性、技术属性与其他属性、不平衡性与共同规律的统一。世界广播电视发展趋势具体表现为：①技术演进和扩散；②从国内媒介走向国际媒介，节目依赖性和同质化增强；③管理体制日益趋同。这些趋势相互关联，互为因果。技术发展制约着管理体制、机构定位、节目形态和流向；节目内容和流向对技术开发产生新需求，也推动着体制的转变；管理体制影响节目形态、比例、流向，体现机构定位，也牵制技术应用。从分散走向整体的架构体现了广播电视技术、内容、结构的变化，总体反映了广播电视宏观、微观、中观层面的动态发展。三者之间的关系如图 0-1 所示。

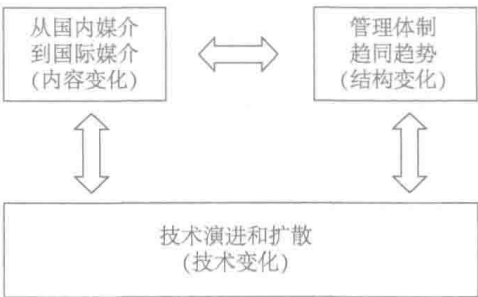


图 0-1 广播电视技术、内容和结构之间的关系图

二、从分散走向整体的现实表象

1. 从国内媒介到国际媒介

广播事业诞生于第二次世界大战前夕，电视事业诞生于 20 世纪 80 年代以前。广播电视的国际传播很少，因此，广播电视可以界定为国内媒介。无论从传播主体、对象、内容、目的，还是以覆盖范围、规制主体来讲，无论是对商业体制、公共体制的广播电视，还是对国有体制的广播电视而言，都是如此。版图狭小的国家或边界广播电视台存在的溢播现象是由不可避免的技术特性造成的，属于特殊情况。覆盖国内，制播具有本国特色的节目，服务于国内受众，都是国内媒介的体现。为了减少信号相互干扰，联合国国际电信联盟（International

Telecommunication Union, ITU) 曾为各国分配频谱, 正式规定调频和调幅广播仅对本国听众播出, 不许故意越境播出。“第二次世界大战以前政府在广播领域依然占据主导地位。”^①广播电视是为国内政治、经济、文化服务的, 难以有全球性视野, “政治领袖很快抓住了这个媒介的特性, 把它作为传播一切的载体, 把它作为刹那间同时向全国人民传播一切的手段。从轻松的图表到调动感情的爱国主义的布道和规劝, 他们都试图用来向全国人民传播”^②。英国广播公司(BBC)首任总经理约翰·里斯(John Reith)谈到广播如何可能被用来帮助缔造更聪慧、更开明的选民, 以及如何将全体社会凝聚在一起时称, 他相信国家广播系统将成为民主的整合者。^③在BBC成立之初, 人们有意识地利用广播将分散在各地、完全不同的听众与国家生活这个象征中心联结起来(譬如实况转播重大国内事件)。第二次世界大战后, 电视承担了塑造国家集体生活与文化的中心机制的任务。由于电磁频率资源稀缺, 电视基本上被规约为国家媒介。^④“广播和电视相继形成一种全体国民共享的文化, 一种全新的共同生活。历史事实表明, 广播电视承担了双重职责, 一是民族国家的公共服务行业, 一是民族文化的认同中心。”即便是商业性的美国广播网全国广播公司(NBC)、哥伦比亚广播公司(CBS)、美国广播公司(ABC), “也成为国家生活、国家利益、国家各种活动的中心”。由于受这些广播电视机构的影响, “听众和观众已将自己视为国家社会群体中的成员”^⑤。发展中国家多将广播电视视为国家发展的工具, 用以普及文化、教育、科学知识, 促进农业生产, 传承传统文化, 增强国民认同意识。“(电视)20世纪60年代一引进非洲, 它就被视为是发展与社会变革的工具。”^⑥国家频谱播出的基本上都是自制的国内节目, 严格控制外来节目, 实际上也难以得到外来节目。

“系统化、制度化、组织化”^⑦的国际广播始于第二次世界大战, 几乎所有参战国都新开办有国际广播, 以争取盟友, 对敌国展开心理战, 被称为陆、海、空

① 叶海亚·R. 伽摩利珀. 2003. 全球传播. 尹宏毅译. 北京: 清华大学出版社: 102.

② 保罗·莱文森. 2007. 莱文森精粹. 何道宽译. 北京: 中国人民大学出版社: 290.

③ Tracey, M. 1998. *The Decline and Fall of Public Service Broadcasting*. Oxford/New York: Oxford University Press. p. 100.

④ Smith, A. 1998. *Television: An International History, Introduction*. Oxford/New York: Oxford University Press. p. 1.

⑤ 戴维·莫利, 凯文·罗宾斯. 2001. 认同的空间. 司艳译. 南京: 南京大学出版社: 14.

⑥ 洛特非·马赫兹. 1999. 世界传播概览——媒体与新技术的挑战. 师淑云, 等译. 北京: 中国对外翻译出版公司: 261.

⑦ 武汉大学新闻与传播研究所. 2003. “跨文化传播”笔谈. 武汉大学学报, (3): 377-380.

外的“第四战场”。冷战（Cold War）时期，国际广播成为两大阵营对峙的主战场。一定程度上，第二次世界大战和冷战中的国际广播是疏离性媒介，敌对国家相互攻讦，在敌对阵营内部打进“楔子”。20世纪80年代以来，有些国际广播电台开始使用卫星直播技术，用抛物面天线或设有本地频率调制器转播的地面接收站接收节目。BBC、美国之音（VOA）、法国国际台、荷兰国际电台、梵蒂冈电台、瑞士国际电台等已经得到非洲、拉丁美洲和中东欧国家的允许，用后者国内无线电波段和调频波段播放前者的节目。^①冷战结束后，美国继续保留了冷战期间分别针对苏联和东欧国家开办的自由广播电台（RL）和自由欧洲广播电台（RFE），并开办了自由亚洲广播电台（RFA）。到目前为止，大多数主权国家开办了国际广播，用于宣传国家政策、塑造国家的国际形象、进行文化交流等，当然也存在商业国际广播、宗教国际广播及秘密国际电台等。

20世纪80年代之前，各国电视之间的联系主要表现为有限的节目交换、交易或交流。电视节目国际销售在20世纪50年代仅限于美国和屈指可数的商业电视国家之间，自20世纪80年代已经成为世界各国资助国内电视的核心方式，无论是商业电视还是公共电视制作者，都成为受资助者。^②英国1988年关于广播电视事业的白皮书明确表示，电视将成为以贸易为重心的日益国际化的媒介，用以进行思想、文化、体验等方面的国际交流。^③每年在世界各地举办的国际电视节，通常以电视作品的国际贸易为重头戏。广播电视台更乐意购买外国节目，因为价格比质量相当的自制节目低廉得多。赫伯特·席勒和塔皮奥·瓦瑞斯认为，主要是美国电视节目流向其他国家，后者在1984年的类似调查发现这一趋势鲜有变化，但是基于语言和文化的区域性节目交流日益增多。区域性节目市场的形成体现了一定程度的国际性。区域性广播联盟，联合国教育、科学及文化组织，以及跨国媒介公司在区域性和全球性广播电视交流与合作中扮演了重要角色。

传输技术的革命性影响也毋庸置疑，无远弗届的卫星技术促使电视从根本上正在变成国际化的、甚少规约的媒介。曾经一度提供民族文化精粹的媒介，现在成为国际化产业不可分割的一部分；过去由政府控制的媒介，现在日益游离于政

① 洛特非·马赫兹. 1999. 世界传播概览——媒体与新技术的挑战. 师淑云, 等译. 北京: 中国对外翻译出版公司: 205.

② Havens, T. 2006. *Global Television Marketplace*. London: British Film Institute. p. 8.

③ 戴维·莫利, 凯文·罗宾斯. 2001. 认同的空间. 司艳译. 南京: 南京大学出版社: 160.

府日常控制之外。^①卫星和线缆技术相配合,把电视信号从一个主权国家传送到另一个主权国家。总部在美国的有线电视新闻网(CNN)、音乐电视(MTV)、家庭影院(HBO)等成为观众几乎遍布世界各国的全球性媒介,新闻集团(NC)、维亚康姆集团(Viacom)等已经成为全球性“选手”(player)。全球电视意味着电视在技术、所有权、节目发行和受众等方面跨越民族国家和语言边界而运作。^②很少有人怀疑电视在制作、传播和收视模式方面都是一种全球性现象。^③不同国家联合制片、合作投资已经成为节目生产、融资的常态,其结果是,节目必须限制合作国家各自的独特性,只反映合作国家的共性文化以吸引不同国家的受众。节目制作人和发行人开始重视异域观众群的偏好。^④制作的高投入和复杂性导致节目的变化,节目形态更具普适性,成功的节目样式很快被其他国家购买版权或效仿。简言之,各国广播电视之间的关联性、依赖性和同质性大大增强。

2. 管理体制的趋同趋势

广播诞生后,不同国家根据国情对广播管理和为谁服务的问题给出了不同答案,分别形成了相对纯粹的商业、公共和国有三种体制,它们之间既相互独立又相互排斥。电视制度也沿袭了广播制度。所谓体制趋同趋势指采用三种不同广播体制的国家分别接纳了其他体制成分,形成两种体制甚至多种体制并存的局面。而且,商业体制逐渐形成自己的优势,商业性在各国广播电视中愈加凸显,公共性、政治意识形态性相对不明显。

这个过程起始于20世纪50年代初。日本在1950年修订的《广播法》允许开办商业广播电视,与公共台日本广播协会(Nippon Hoso Kyokai, NHK)展开竞争。英国在1954年开放商业电视台,打破BBC垄断局面。BBC为了与商业电视台竞争,节目样式和风格向商业台趋近。20世纪90年代,BBC在国外开通商业频道,在国内以“保证公共服务”为借口不允许播商业广告,寻找并利用商机。

大规模转制发生在20世纪80年代至90年代初。公共体制国家陆续“解控”

① Smith, A. 1998. *Television: An International History, Introduction*. Oxford/New York: Oxford University Press. p. 2.

② Barker, C. 1997. *Global Television: An Introduction*. Malden: Blackwell Publishers Inc. p. 27.

③ Barker, C. 1999. *Television, Globalization and Cultural Identities*. Milton Keynes: Open University Press. p. 45.

④ Sparks, C. 1998. Is there a global public sphere? In D. K. Thussu (Ed.), *Electronic Empires: Global Media and Local Resistance*. London: Arnold. p. 115.

(de-regulate)，引进商业体制，实行公商并存的双轨制。公共广播机构开放一定比例的商业广告。法国将影响最大的公营电视一台(TF1)私有化。罗伯特·W. 麦克切斯尼(Robert W. McChesney)用哀叹的口吻写道：“随着全球商业媒介系统的兴起，公共广播系统随之衰落了，而就在十年前，公共广播在欧洲以及其他国家还是一个主导性力量。”^①公共广播电视面临的生存危机和合法性危机日益严重，主要原因在于：①资金短缺，电视的高投入成本加重了公共或政府基金的负担。②频谱资源不再稀缺，公共广播电视失去了存在的主要依据。③公共广播电视服务的普遍性和节目的多样性，在多频道时代，尤其是数字时代似乎更容易实现。

苏东国家解体后，媒介走上私有化、市场化和股份化道路。原广播电视媒体除部分由国家控股外，大部分被推向市场，不少受控于大财团和商界新贵，从而形成以商业化为主的多种所有制形式。

大多数发展中国家广播电视的商业性日益浓重。一些国家的广播电视向私人开放，多数国家开播商业广告。1979年中国在电视中播出了第一条商品广告，20世纪80年代将广播电视纳入信息产业，并提出“事业单位，企业化管理”的办台方略。随着中国20世纪90年代向社会主义市场经济转型，广播电视体制改革步伐迈得更大。广播电视机构的绝大部分收入来自广告，制片人制度、竞争机制、聘用制、视听率等的引入，无不折射出商业色彩。印度在20世纪90年代向私人 and 外国资本开放广播电视市场，已经形成了国有体制、商业体制(包括外资)并存的局面。亚洲、非洲、大洋洲的国家广播电视也不同程度受到商业化的冲击。拉丁美洲国家受美国影响，历来以商业体制为主。

虽然美国议会在舆论的压力下于1967年引进公共广播电视，但是在商业化占绝对主导地位的环境下，美国公共广播电视视听率微乎其微，“注定是一个软弱无力、无独立性和边缘化的组织”。而且，美国公共广播电视的公共性质开始受到侵蚀和质疑，公共广播接收公司赞助，“将黄金时间向他们开放，这种做法已经与商业广播公司没什么区别”。美国公共广播电视“积极从事打造品牌和商业性交叉销售活动”，这说明其“行为完全具有商业媒体的性质”^②。美国公共广播电视的确处于十分不准确和尴尬的境地。

① 罗伯特·W. 麦克切斯尼. 2004. 富媒体 穷民主. 谢岳译. 北京: 新华出版社: 344.

② 罗伯特·W. 麦克切斯尼. 2004. 富媒体 穷民主. 谢岳译. 北京: 新华出版社: 341-345.

三、从分散走向整体的动因分析

广播电视最初的规制框架建立时，地面微波是传输信号的唯一途径。国家规制的合法性建立在自然垄断和需求的基础上，在这种情况下，以公民信息权的名义，或者以道德和政治控制的国家利益名义，使用国家规制频率，以避免民用和军需信号的壅塞，并对内容进行一定指导。

20 世纪 70 年代，对广播电视新服务的需求，制作和运转费用的上涨，以及对增加税费日益高涨的政治（有时是公众的）抵制，迫使公共广播电视开始比以前更频繁地与政府在资金安排上讨价还价。这些谈判总是蕴含着重新审视公共广播电视的根本目的和结构性预设。到 20 世纪 80 年代初，资金的紧张，加之对新技术和私有化的热衷，重新审视公共广播电视几乎成为每个国家政府的经常性工作。公共广播电视习惯于每隔数年体面地接受审查，现在却发现自己经常处于政府正式的报道和调查之中，时常接受政府严厉的立法建议。这种检视一方面固然是民主政府整个审议程序的一部分，另一方面也有利于那些出于某种目的有意削弱公共广播电视的人。^①与此同时，受国内民主化进程、传播新技术、新自由主义思潮等因素影响，发展中国家广播电视也在朝着私有化、市场化和全球化方向发展。政府支持的部分广播电视现在让位于私人所有的广播电视了，对政府决策者来说，电视的持续私有化不仅具有吸引力，而且不可避免。^②

20 世纪 80 年代以后，各国广播电视在各方面都发生了深刻的变化，这与 20 世纪 80 年代以前存在着显著的差异。这些变化包括传播主体、传输技术、覆盖范围、技术依据、经费来源、传播动力、受众定位、传播内容、文化取向、传播理念、传播文化、传播环境、传播策略、传播形式、传播姿态、传受关系等方面。这些变化或差异可精简如表 0-1 所示。

表 0-1 20 世纪 80 年代前后各国广播电视发展的差异比较

变化方面	20 世纪 80 年代以前	20 世纪 80 年代以后	备注
传播主体	国家/国内公司	跨国公司/国家	
传输技术	地面微波	卫星/线缆	
覆盖范围	国内	国内/国外	国际广播始盛于第二次世界大战

^① Tracey, M. 1998. *The Decline and Fall of Public Service Broadcasting*. Oxford/New York: Oxford University Press. p. 57.

^② Cooper-Chen, A. 2005. *Global Entertainment Media*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. p. 32.

续表

变化方面	20 世纪 80 年代以前	20 世纪 80 年代以后	备注
技术依据	频谱稀缺	频谱丰富	
经费来源	政府基金/公共基金	广告	
传播动力	政治的/社会的	经济的	
受众定位	臣民/公民	消费者	
传播内容	信息/教育/娱乐	娱乐/信息	
文化取向	精英的	大众的	
传播理念	国家主权/公民主权	消费者主权	
传播文化	集体主义	个人主义	
传播环境	垄断的	竞争的	
传播策略	广播	窄播	
传播形式	独白	对话	
传播姿态	自上而下	自下而上	
传受关系	单向性	互主体性	

这些变化与传播新技术发展密切相关。卫星和线缆等替代性传输技术投入使用，加之数字技术的引入，使频率极大增加，自然垄断论因此丧失合法性。“卫星电视出现之初的 20 世纪 60 年代到 20 世纪 70 年代，由于卫星小、功率弱，发射和接收信号的地面站必须大，而且费用昂贵，所以只有极少数实力雄厚的大广播公司承担得起，绝大多数电视台不敢问津”，卫星转播的电视节目数量有限。20 世纪 80 年代卫星技术的发展改变了这种状况，“使得电视跨国跨文化传播成为轻易之举”^①。这些技术发展已经影响了电视业的传统结构、规制框架和动力。过去电视服务主要限于国内市场，现在线缆和卫星传输网把电视带到跨国领域，单独依赖国内立法规制变得困难。^②卫星和有线电视的多频道环境，可以提供多种形式的娱乐节目以吸引受众注意力，这对很多国家的政府来说，似乎是资助新基础设施建设的优质低廉而又快捷的方法。受众多样化的需求难以从国内媒介得到满足，只有求助于国际媒介。政府或公共干预和规约的文化开始变得既不必要，也不合适。

① 秦志希，刘建明. 2003. 论欧洲电视跨文化传播的历史进程及文化效应. 新闻与传播研究，（3）：61-69.
② Iosifidis, P. 2007. *Public Television in the Digital Era*. New York: Macmillan. p. 23.

这些变化的另一巨大推手是新自由主义思潮。新自由主义思潮抬头和扩散于 20 世纪 80 年代,不仅席卷了整个发达国家,也波及了发展中国家。新自由主义倡导私有化,重视市场在资源配置中的作用,反对国家干预社会,主张民主自由。其影响不只限于经济、政治领域,也辐射到包括广播电视在内的文化事业,公共、国有广播电视都受到冲击。在这种思潮下,广播电视被视为经济和产业活动,应遵循市场经济规律,从意识形态上突出了广播电视的市场观念。在全球范围内,其影响不是波澜不惊,而是掀起了一场海啸。这种新型意识形态的正当性植根于当时激进的保守党政治霸权。英国撒切尔政府鼓励重新全面思考 BBC 的地位和目的,撒切尔夫人在接受采访时明确表示:“不存在‘社会’这种东西。”前保守党资深阁员和欧洲共同体官员列昂·布里坦(Leon Brittan)阐释道:“顾客而不是哲学家才是王道。”受撒切尔夫人任命调查 BBC 未来财政资助的皮科克(Peacock)总结道:“英国广播电视应该走向基于消费者主权的更成熟的市场体制。在这种体制下,观众和听众是他们自己利益最终的裁判官,如果他们能够随心所欲从尽可能多样化的节目供应中有选择地购买广播电视服务,他们就会得到最大的满足。”在思想和言辞上的另一回应来自 1981~1987 年任美国联邦通信委员会(FCC)主席的马克·富勒(Mark Fowler),他也许是唯一在观念上攻击公共广播电视规制的最具影响力的人物。在 1981 年对国际广播电视社团(IRTSS)的讲话中,富勒用一句话总结了自己全部的广播电视哲学:“从现在开始,公共利益必须取决于公众兴趣。”^①

新自由主义思潮促使电视在 20 世纪 80 年代和 20 世纪 90 年代初解控和再控(re-regulation),私有化和市场化成为广播电视发展的主流趋势,为不同国家间的节目贸易和交流清除了一定障碍。视听节目的公共品性质及其低廉的边际成本,有利于国际传播。电视业的私有化和解控也为跨国电视获得所有权铺平了道路,媒介公司日益联合,组成了几个大型的、跨国的、垂直整合的国际媒介公司。新型媒介公司在利润和竞争原理的驱动下,首要目标是将产品提供给最大量的消费者,对外扩张以构建更大的视听空间便不可避免。“媒介新秩序的定位是一种全球化秩序。”^②虽然大多数公司基地在美国,但是这些跨国媒介巨鳄不是用来推销美国国家主义。当世界经济变得越来越私有化,人们将会发现民族、国家的目

^① Tracey, M. 1998. *The Decline and Fall of Public Service Broadcasting*. Oxford/New York: Oxford University Press. pp. 47-48.

^② 戴维·莫利,凯文·罗宾斯. 2001. 认同的空间. 司艳译. 南京:南京大学出版社: 15.

标与跨国媒介公司的目标处于更明显的冲突之中,因为民族、国家的目的是强化政治和经济主权的合法性,而跨国公司的目的是盈利。^①跨国媒介公司首先关注的是利润,其次才是对国家的忠诚。在不同国家播出大众化节目变得“常识化”,创制全国性节目对制作者失去吸引力,他们意识到国际化的节目能挣更多钱,哪怕不是最流行的节目,只在几个国家市场播出的节目也比国内市场更赚钱。^②制作者试图谋划如何才能创制在国际市场上销售的电视节目,而国际化和全球化销售的结果是节目总体上出现相对标准化和同质化趋势。在新自由主义意识形态支配下,国际的竞争“远没有促进多样化,而是导致同质一致化”^③。

四、“分散”与“整体”的辩证关系

对于世界广播电视发展的分散性和整体性,不应当用绝对的眼光来看待。各国广播电视在分散发展中,也存在这样或那样的联系。广播和电视作为已经被资本主义现代性连为一体的20世纪世界的“技术和文化形式”^④,不可能是在孤立状态下产生和发展的。技术扩散的事实本身已经说明了广播电视发展的相互关联和整体关系。西方大多数国家奉行公共体制广播,重要原因是借鉴了英国制度经验,社会主义国家则借鉴了苏联经验。殖民地广播本身就体现了宗主国与殖民地在广播方面的联系。拉丁美洲国家开办广播与美国的扩张、消费产品市场和大众广告的兴起密切相关。^⑤“美国的商业广播网和电子工业公司为了各自的利益纷纷染指拉丁美洲的广播事业,它们把广播信号发送到这一地区,也将广播节目和经营方法带到这一地区。”^⑥中国境内第一座广播电台是由美国商人E. G. 奥斯邦(E. G. Osborn)于1923年在上海创办的,目的是推销无线电器材。20世纪20~30年代,法国与德国为争夺鲁尔煤矿,以及英国与意大利为争夺势力范围,都曾发动过广播战。这些都是在分散发展时期各国广播间相互关联的鲜活事例,但还不能因此断定这种关联已经达到一体化或整体化程度。

① Gershon, R. 1997. *Transnational Media Corporation: Global Messages and Free Market Competition*. Mahwah: L. Erlbaum. p. 35.

② Barbara, S. 2008. *Global Television: Co-producing Culture*. Philadelphia: Temple University Press. p. 3.

③ 布尔德厄. 2003. 遏止野火/河清. 全球化与国家意识的衰微·附录. 河清译. 北京: 中国人民大学出版社: 153.

④ Williams, R. 1990. *Television: Technology and Cultural Form*. London/New York: Routledge.

⑤ Hayes, E. 2000. *Radio Nation: Communication, Popular Culture, and Nationalism in Mexico, 1920-1950*. Tucson: The University of Arizona Press. p. 25.

⑥ 郭镇之. 2005. 中外广播电视史. 上海: 复旦大学出版社: 181-182.

同样,在各国广播电视朝向整体发展的同时,也存在相反的趋势。一旦技术问题解决之后,广播电视在管理和内容控制上就会体现出国家主权和民族特色,体现出国家广播电视相对独立的发展,这是分散性的集中体现。卫星、线缆、数字技术及其带来的更多频谱,使电视可能一方面“向上”朝着全球化发展,另一方面比以往更多地“向下”朝着地方化发展。^①电视是全球的,但所有的电视也是地方的。^②大多数国家都开办有社区台,为不同社区服务,培养社区公众意识。受众通常更偏爱能反映地方文化特色的节目,体现了民族文化认同意识。无论是广播电视技术还是节目制作,发达国家与发展中国家不平衡发展的差距依然巨大,并有继续扩大之势。广播电视体制是由一个国家政治经济制度、文化传统、技术水平等多种因素合力作用的结果^③,只要这些因素的差异存在,各国广播电视体制差异就可能存在。事实证明,公共台的式微是缓慢的、曲折的。BBC 虽然在国外开展商业性业务,但是在国内仍然不播广告,坚持对国内受众的公共服务原则。NHK 的公共性质一直稳定,至今不播广告。法国萨科奇政府从 2009 年起逐步禁止公共广播电视机构播出广告,以保障公共利益免受侵害。国家对广播电视传播的主权远未丧失殆尽,政府仍旧主导着广播电视业,有的对播出进口节目实行配额限制,有的直接限制接收国际(电视)广播。总之,广播电视的国家性质并没有丧失,真正意义上的世界广播电视一体化或整体化仍然遥遥无期。

尽管如此,相对于广播电视的整体性发展,不应该把地方化的分散性理想化。“我们不应该把对未来的希望寄托在地方经济、地方文化、地方认同的回报上。把地方看成是个相关的、相对的概念,这很重要。即便它曾经同国家范畴的关系重大,但现在是在全球化的背景下重新赋予它意义。”^④地方观念是在全球化话语中生产出来的,或者是由全球化话语生产出来的。地方已经不再是以前的概念,地方化伴随着全球化影子。各国多数社区电台隶属于世界社区广播电台协会和国际广播协会,前者“鼓励成员台之间的合作与交流”,后者“维护符合国际技术标准和监管标准的无线电广播和电视广播的利益”,“推动政府或私人广播业者与各国机构和国际机构间合作”^⑤。跨国媒介公司深知地方媒介机构对受众吸引

① Crisell, A. 2006. *A Study of Modern Television*. New York: Palgrave Macmillan. p. 144.

② Bielby, D. & Harrington, L. 2008. *Global TV*. New York: New York University Press. p. 11.

③ 刘建明,秦志希. 2009. 多维视野下英美广播制度差异形成的根源. 新闻与传播研究, (1): 78-86.

④ 戴维·莫利,凯文·罗宾斯. 2001. 认同的空间. 司艳译. 南京:南京大学出版社: 158.

⑤ 洛特非·马赫兹. 1999. 世界传播概览——媒体与新技术的挑战. 师淑云,等译. 北京:中国对外翻译出版公司: 211.