

國際廣播電視的發展

黎世芬

今年六月，筆者赴曼谷參加亞洲廣播公會第三屆理事會；接著應美國國務院邀請，到美國考察廣播及電視事業；十月，赴新加坡參加亞洲廣播公會第四屆理事會及第四屆會員大會；十一月回來以後接著舉辦亞洲廣播公會華語節目研討會，在這一連串的工作中，增長了很多見聞，也發生了很多感想。

一 宣傳工作的改觀

近若干年來，宣傳工作的本身，發生了重大的革命，在這裏，「革命」一詞的用法，相當於「工業革命」那樣。廣播界電視界迄今還沒有人使用這個名詞，但是，宣傳工作在這些年來從頭到尾發生了重大的變化，工具，觀念，方式，都變更了，透過傳播工具向對象所輸送的內容，今昔也有很大的差別。這一「革命」，由二次大戰以來科學發展方面的兩大成就導引而生：一是在國際戰爭中，空軍取代了海軍的地位；二是在國際宣傳中，廣播取代了報紙的地位。前者由於航空事業的發展，後者由於電子通訊的發展。

二次大戰即將結束時，德國人在航空事業的發展史上揭開一個新頁：他們會造火箭和噴氣式飛機。前後相隔不久，美國人則發明了電晶體。這兩種發明，對以後廣播事業和太空探險的發展，有很大的影響。我們可以說，新的廣播事業由此啓蒙。時至今日，火箭每八十分鐘即可繞地球一周，X15噴氣機已創造了每小時二、五〇〇英里的高速。

大戰時期，同盟國都有一大片領土陷入敵人手中，我們中國當時的情形也是一樣。但是，國土雖然陷落了，人心並沒有陷落，怎樣使淪陷區的人民與政府保持聯繫？主要的工具是電子通訊。時至今日，電子通訊已爲人類製

造出種種奇蹟：五瓦電力的電子通訊機，可以從火星上地球上把電訊號發射到地球上來。電力不及一瓦的電子儀器，可以捕捉錄取幾千公尺以外室內的密談，在軍事偵察上有很大的用處。

航空事業和電子通訊事業是平行發展的，火箭和高速度飛機促使電子通訊方面有種種發明，電子通訊的進展也使火箭等工具突飛猛進。航空器和電子通訊機械都能打破空間的限制，歐洲有些國家，面積數千平方公里固然顯得微不足道，即使向稱疆域遼闊的大國如中國或美國，也不再有所謂遙遠所造成的困難。航空事業和電子通訊事業，使人與人之間的活動不再是城與城之間的活動，它不僅是國與國之間的活動，更進而發展成星體與星體之間的活動。

科學方面的這些成就，給宣傳工作帶來甚麼樣的改變？有一個具體的事例可以幫助我們了解它：今年六月廿五日，十八個國家的電視機構，聯合播出一個共同的節目：「我們的世界」。這個節目的內容包括：一、世界之外的太空；二、我們的生活；三、未來的世界；四、貧窮的世界；五、野生動物的世界。參加聯播的十八個國家包括：美國，澳洲，蘇俄，西德，法國，亞洲方面的國家有日本，泰國，土耳其。聯播以美、英、日、澳四台爲主台，彼此相距千里萬里，在不同的地點發出電子訊號，把節目送到一個中心，再由中心送到每一個國家，於是每一戶的電視機上，一會兒看到日本來的節目，一會兒看到美國來的節目，一會兒又看到蘇俄來的節目，就像在一家電視台的一個攝影室裏所製作的節目一樣。這件在電子發射技術上十分複雜的事，得到很大的成功，爲廣播事業立下一個新的紀元。將來，全世界的人可能經常收看同一的節目，世界一天比一天縮小，原先是遠親，今後變成近鄰，不共戴天的深仇，變成天天聚頭的冤家。這一局面必然要影響我們的人生觀，也會影響我們的世界觀。我們如何面對這樣的現實，是一個重要的課題，

如果我們能掌握這個形勢，科學發展爲我們提供了最好的機會，如果保守退縮，事實上將無路可退，無險可守。

對宣傳工作，我們要有一套新的觀念，新的做法。今年九月三日，我到西德波昂，從電視上看見越南大選的新聞影片，舉凡投票的情形，美軍的警戒，被越共炸毀了的選舉站，歷歷在目，距離事實的發生不過十幾個小時。可是我們自由中國送到西德去的新聞影片，還是去年雙十節的活動，和今年三月的小冊子。他們放映的是十幾個小時前的世界大事，我們祇能拿出一年前的舊東西，這樣如何能得到人家的注意？如果我們電視廣播的設備，和對新聞對宣傳的觀念，不能跟這些一分一秒都跟著時代走的人並駕齊驅，國際宣傳如何做？總統說過：「維持現狀，就是落伍，落後一定會滅亡！」我深深領會到這幾句話所包藏的啓示！

二 宣傳是一種投資

大多數人認爲宣傳是一件花錢的事。這個陳舊的觀念包括兩點：一、有錢就可以辦宣傳；二、爲宣傳而花錢，完全是一種消費。這個觀念看似言之成理，事實上並不盡然。

做宣傳工作，錢固然是一個少不了的條件，但是更要緊的是，用錢用得恰當，用得有效果，這樣，花錢就是一種投資，若干年後，可以收回本息。做宣傳工作，一方面要省錢，一方面要有宣傳技巧，要善於運用手裏的錢，使別人不但接受你的宣傳，而且付錢來買你的宣傳。如果宣傳的技術拙劣，即使是賠上一筆錢替他服務，他也不樂意接受。好的宣傳工作、成功的宣傳工作，並不僅僅在消耗金錢，它也有利可圖，能賺錢回來再投資或轉投資之用。

世界上有許多國家，每年花費大量金錢，在國外設置宣傳機構，像蘇俄的塔斯社，美國的美新處都是。他們的經費，每年以幾億美元計。共匪所設置的新華社，也不惜工本，刻意仿效他們的做法。據我所知，塔斯社和新華社所發布的新聞稿，各國報紙的編輯都不願意採用，這些編輯心理上早有準備，知道對方是爲宣傳而設，新聞稿也是爲宣傳而發布，他不願意被對方利用，變成對方的宣傳工具。在香港的匪僞新華社，曾大批雇用臨時人手，抄寫新華社撰擬的稿件，以抄寫者個人的名義投給報紙，並聲明不受稿酬。他們知

道有些僑報的編輯喜歡採用却酬的文稿。但是，新華社宣傳員的面孔，無論怎樣掩藏，最後還是被各報編輯發現，予以拒絕。聰明的宣傳者絕不通過官方的機構發布宣傳品，他們透過民間的傳播工具去達成宣傳的任務。這些傳播機構大都採商業經營的方式，它向客戶提供服務，向客戶索取費用，由於宣傳的技巧高明，客戶反而樂意付款。仔細分析這些被客戶花錢買去的東西，大都是一些加意製造的宣傳品，使接受者不能發覺它在宣傳的那種宣傳品。

這些傳播機構，最值得我們重視的是：

一、國際性的通訊社 如美國的合衆社，美聯社，英國的路透社，法國的法新社，日本的共同社，中國的中央社。這些通訊社，差不多都向訂戶收費。在曼谷的中央社，起初免費供應新聞稿，採用者並不多，泰國的報紙編輯認爲免費的東西不會有價值，後來，中央社開始收費，並強化通訊稿的內容，那些花錢跟中央社訂約的報紙，常常有突出的新聞，沒有向中央社訂通訊稿的報紙，相形見拙，大受讀者責難，於是這些報也都向中央社付費訂稿了。

二、國際性的廣播網 這一項專指廣播節目和電視節目而言。現在電子通訊的接收技術進步，有好的機械，好的天線，可以收到以前認爲不能收到的節目，祇要節目內容引人入勝，使人們樂於收聽收看，較小的發射電力，可以發揮較大的效果。由於同樣的客觀條件，一國電台對內的廣播節目，也經常在鄰近的其他國家內擁有多聽衆及觀衆，人們甚或特別喜歡那不是以他爲主要目標的節目。舉例來說，美國特別重視蘇俄對東南亞，對中國大陸的廣播，甚於重視蘇俄的對美廣播。東德的人民喜歡收看西柏林的節目，甚於喜歡東柏林自己播出來的節目。人人都喜歡聽隔鄰的談話，不喜歡自己家人在眼前絮絮不休。宣傳工作者常常利用人們的這種心理，安排宣傳節目，使宣傳的對象凝神諦聽而不自覺是接受了宣傳，不但國內的民衆發現不出宣傳的色彩，鄰國甚至敵國也不能不佩服它們忠實的盡到了傳播的能事。

三 廣播、電視的發展

我這次出外考察廣播及電視事業，大體得知它最近發展的情形，也窺知各種傳播工具相互間的消長。

(一) 各主要國家廣播與電視事業現況：

國別	收音機架數 (戶數)	占人口 比例	電視機架數 (戶數)	占人口 比例	備註
英國	二,五四〇,一九九	一六%	一三,六五〇,六六九	七%	無執照收音機未列入
美國	三二,〇〇〇,〇〇〇	一〇五%	六,〇〇〇,〇〇〇	二%	電視機數量以戶為單位
日本	三,二六六,六五八	六·三%	一八,四〇,一五七	六·六%	數量俱以戶為單位 另有FM約4,530,000戶
蘇俄	三,八〇〇,〇〇〇	三%	一五,七〇〇,〇〇〇	一%	
韓國	一,六二〇,四二二	二·一%	五,三〇〇,〇〇〇	〇·八%	數量俱以戶為單位
伊期			三〇,〇〇〇		

伊期全國人口，有百分之四十五擁有電視機或收音機，有一家很够水準的國營廣播電視台，其經費五倍於中廣。民間的廣播事業尤為發達。

(二) 各國人民興趣的轉變：

傳播媒介	接受時間	接受地點	接受者興趣所在	特別影響力	備註
報紙	早、晚	家庭	專好，偏向，選舉，地方性節目	政治	
電影	晚	郊外	彩色，大銀幕，舞蹈，打鬥，色情，外國角色，異國背景	生活	
廣播	行車時 主婦工作時	車中 家庭	音樂，新聞，專門化節目	政治 生活	
電視	晚間	家庭	新聞，表演，國際化節目，太空節目，有強烈刺激性節目	政治 社會生活	

這是二次大戰以後一般羣衆興趣轉變的情形，可供辦理國際宣傳時參考。此外並附帶說明幾點：(一)現在，各國在火車上讀報的人減少了，(因為行車速度增加，不便閱讀。)讀者對社論對國際性的專欄，興趣淡了，(因為大家不甚關心政治。)晝間，電影院內觀衆寥寥無幾，晚場也很難滿座，青年男女要看電影時多半驅車到郊外的露天影院，名為觀影，實則談情說愛。(二)所謂專門化的廣播節目，兼指內容的專門化和語言的專門化。芝加哥附近有一座電台，祇有五百個聽衆，可是這家小電台能够維持下來。它專用希臘語廣播，五百個聽衆都是希臘人。(三)收音機全是電晶體或FM，以前的真空管收音機大半被淘汰。(四)電視節目尤其是表演性的節目最受歡迎，政治宣傳皆巧妙的滲入表演中，或透過新聞，製造新聞，藉新聞報導進入家庭。競選期間，許多「意外事件」，往往是故意製造出來的。(五)美國反越戰的空氣，與電視節目大有關係。在電視上，活生生的美國男孩子衝上去，在敵人的機槍陣地前紛紛倒下來，美國的母親們看了大受刺激，責怪美軍將領不顧惜孩子的生命，不體念母親們的辛勞，反越戰的空氣遂由家庭中升起，瀰漫於社會。至於說美軍在越南的士氣很高，說他們捍衛自由，話是對的，祇是難以在電視節目中具體表現出來。

四 世界各國的廣播組織和經營制度

由於廣播和電視對人民有這麼大的影響力，世界各國莫不重視此種工具，各國政府或根據國家利益，或根據人民的要求，對廣播事業有不同的態度，形成不同的制度。它可以分為三種型式：

一、美國 美國是一個沒有國營企業的家，連軍火業都是民營的，政府需要軍火武器時，向商業性的軍火工廠訂貨。美國也把廣播事業視同其他工業，由人民自行經營。後來，美國政府覺得廣播對人民的影響太大，惟恐廣播電台的經營人利用此一工具操縱選舉，遂逐漸制訂法律，限制廣播事業的集中，採取反托拉斯法的精神，每一廣播系統不得擁有五座以上的電台，此外，對節目也有很多限制。尤其一反美國傳統的，是從第二次大戰起，美國用政府的力量經營「美國之音」，從事國際宣傳。但不得在國內從事任何活動。

美國不干涉報紙的出版和發行。美國沒有國營的報紙，但是，美國限制個別廣播機構的過度發展，對整個廣播事業則又採取一貫扶持的態度，並以國營的電台對外廣播，輔助國內廣播事業之不足。

二、蘇俄 在蘇俄，軍火、廣播和電視都是國營事業。它們視報紙、廣播和電視為控制人民的工具，不許人民私有，更不許人民收聽外國電台播音，目的在封鎖人民的耳目，一方面又儘量發展對國外的廣播，儘量讓外國人聽到蘇俄的聲音。它為國外廣播所用的時間和經費，在世界上占第一位。共匪在這方面完全抄襲蘇俄的作風，而且變本加厲，不但嚴禁民衆收聽自由世界的廣播，即使收聽其他鐵幕國家的播音，也在取締之列。蘇俄和共匪，對外國廣播都採取干擾的技術，來隔離人民，孤立人民。

三、英、法、德、日、澳 這些國家對廣播事業的態度，較為折中，他們沒有國營的報紙，但是有一個龐大的國家廣播系統。另外，他們也允許民間設立商業性的電台。他們也用大量經費來發展對國外的廣播宣傳。大體上，他們用下列的辦法來管理廣播及電視機構：

① 不許政府直接干涉廣播，以免執政黨獨自利用國營的廣播系統，操縱選舉。

② 廣播事業的管理機構，由超黨派的事業性組織負責，或責成一個由國會產生的委員會。土耳其的國家廣播電台即由教師會，醫師會，律師公會，工會，農會，及國會所派的代表，共同管理。

③ 多數國家都用收聽費來支持國營的廣播電視機構，如果不足，再由國庫撥款。並視實際需要，准許它經營商業廣告。

五 廣播事業的國際化

今日由於電子事業和航空事業發達，世界縮小，各大廣播機構開始有國際市場，步上國際化的發展。他們不僅要把國內的節目做好，而且利用各種科學機械，製作國際性的節目。歐洲各國由於疆域較小，國界毗連，每一國家的民衆，很容易收到其他國家的節目，並且也特別愛看其他國家的節目，於是歐洲各國的電視機構順應大眾的興趣，聯合播出一「歐洲節目」，各國提

供節目並參加聯播，節目內容為科學與文化方面，不談政治，但一國科學及文化進步的實況，藉電視節目深入人心，自然寓有很大的政治意義在內。

過去，商業的利益，主要在國內市場，廣播媒介的效果也局限在國內，因此很難找到廣告主願來支持國際廣播節目。國際廣播所產生的，祇有政治上的利益，沒有商業上的利益。現在，航空事業使世界縮小，電子通訊事業又把廣播媒介的效果擴展得很遠，隨著國際市場的開拓，商界也漸漸重視國際廣播中的廣告效力。本來完全依賴國家的力量才能够經營的國際宣傳，逐漸可能由有眼光有氣魄的企業家來分担。

這種傾向可以由幾點事實看出來：

美國四大廣播電視系統NBC, CBS, ABC, TLBS, 都在利用國內經營的餘力，開拓國外的業務。他們的方法是：

(一) 在別的國家投資廣播電視企業。

(二) 和別國的廣播電視系統結合，共同經營，或共同創辦國際性的傳播系統。

(三) 通過同步衛星，把本國的節目直接發射到別的國家，使別國人民變為本國節目的接收者。

各國的廣播政策，都是在國內保護國家利益，態度是消極的多於積極的，祇要商業利益不危害國家利益，便容許私人經營國內的廣播事業。至於國外廣播，則是一貫地爭取國家利益，態度完全積極。現在，國外廣播也和國內廣播一樣，有產生商業利益的方便，各國不會允許商人滲入國際電視和廣播節目，如果容許的話，衛星廣播就會為我們帶來許多新的問題。

六 國際性的廣播組織

廣播電視活動的範圍，由國內擴大到國際乃至星際，經營的方式也由一國經營走上國際合作。我們一面要發展自己的廣播事業，一面又要在國際的發展中跟上潮流，取得應有的地位。當今世界上區域性的國際廣播組織有五：

亞洲廣播公會 ABU

歐洲廣播公會 EBU

東歐國際廣播協會 OIRT

(下轉第42頁)

附表(十六)蘇俄科學機關統計(年終數字)

蘇俄全國	一、八三二	二、八八八	三、一九七	三、八八六	四、五九七	四、六五三	二、〇一九
俄羅斯聯邦共和國	一、〇〇一	一、五五九	一、五九七	二、二五〇	二、三三三	二、四四五	一、一八〇
烏克蘭共和國	三三三	四二二	四七七	五九七	八〇九	八三三	二六〇
白俄羅斯共和國	五五	七七	九七	一〇二	一八二	一八三	五五
烏茲別克共和國	五	七	九	一〇	一三	一四	六
哈薩克共和國	四	五	六	七	八	九	一〇
喬治亞共和國	三	四	五	六	七	八	九
阿捷拜疆共和國	二	三	四	五	六	七	八
立陶宛共和國	一	二	三	四	五	六	七
莫爾達維亞共和國	一	二	三	四	五	六	七
拉脫維亞共和國	一	二	三	四	五	六	七
吉爾吉斯共和國	一	二	三	四	五	六	七
塔吉克共和國	一	二	三	四	五	六	七
亞美尼亞共和國	一	二	三	四	五	六	七
土庫曼共和國	一	二	三	四	五	六	七
愛沙尼亞共和國	一	二	三	四	五	六	七
科學機關所及分支機構	九	六	四	三	二	一	〇

伍 結論

根據以上蘇俄中央統計局發表之資料看來，蘇俄自一九二八年第一個五年計劃以來，關於科學人才的培養，是以國民經濟遠景的需要為根據。

國民經濟第一需要經濟人才，故不論中等專科教育與高等專科教育，經濟系畢業人數尚居首位。

國民經濟因始終不渝的奉行重工業（生產資料生產）優先發展的規律，故機器製造與儀器製造系之畢業生人數僅次於經濟系之畢業生人數，有時甚且過之。

國民經濟迫切需要農業人才，故農林系畢業生之數字亦比其他各系為高，僅次於經濟、機器儀器製造兩系，但因規律上限制，不容許農業的發展快於工業，故大地測量與製圖系及水力學與土壤改良系之畢業生寥寥無幾。

我們知道，蘇俄關於科學人才的培養，國民經濟的需要固然列為首要，國防的需要亦從未放在國民經濟的需要之下，蘇俄中央統計局的資料對於太空科學與國防科學的統計，不予明顯的透露，這當然是為了保密的關係。

上接第20頁——
非洲廣播協會 UR T N A
不列顛國協廣播會議

這五種組織，幾乎囊括世界各國電台。這些組織之間經常共同或聯合舉辦各種會議，如教育廣播會議等，預料相當時間後，可能有全世界性的廣播組織出現。加入國際組織的目的，在加強自己在國際間的影響，希望透過這個組織，輸出自己的節目，無異乎協助政府作宣傳工作。

亞洲廣播公會的前身，是一九五六年產生的A B C，一九六三年正式成立公會，簡稱A B U，該會現在有正會員二十二個，副會員廿個，這四十二個正副會員分布在三十六個國家內，澳洲、中國、韓國、日本、馬來西亞、泰國、阿富汗、土耳其、紐西蘭九國擔任理事。中廣公司在公會中是最活躍的一員，並透過此一組織了解科學技術最新的發展，交換節目，中廣的節目，因此得在世界許多國家（包括一些沒有邦交的國家）播出。復興中華文化的運動，亦得以利用種種便利，在東南亞一帶發生重大影響。

今年十一月，中廣受亞洲廣播公會委託，舉辦「華語節目研討會」，有八個在其他國家主持華語節目的人，在台北作兩個星期的研討。研討會採圓桌方式，中廣向他們提供許多觀念及技術，彼此交換心得經驗，發生多目標的效用。

總之，廣播電視不但深入民間，而且遠及世界，我們透過國際宣傳的機構，透過國際性的組織，用現代化的設備，可以把自由中國在經濟文化各方面的成就，有技巧的展示在世界上每一個人之前。中華的文物風土，自由中國人民的生活，都將在世界人士心目中留下不能磨滅的印象，人人知道台灣的存在，台灣的堅強繁榮。這是亟待去做的一件事情。