

广播与冷战时期美国公共外交

高文知

黄冈师范学院, 中国·湖北 黄冈 438000

摘要: 冷战时期是美国公共外交发展的黄金时期。而广播是这一时期美国开展公共外交的重要手段和工具。广播成为美国开展公共外交, 实现其外交政策目标的重要利器。在整个冷战期间, 美国试图通过无线电广播向苏联和东欧人民传达信息并施加影响。但广播公共外交并不是解决美国特定政策日益不受欢迎的灵丹妙药。

关键词: 广播; 冷战; 美国; 公共外交

Radio and American Public Diplomacy during the Cold War

Gao Wenzhi

Huanggang Normal University, China Hubei Huanggang 438000

Abstract: The Cold War period was the golden age of the development of American public diplomacy. Radio was an important means and tool for the United States to carry out public diplomacy during this period. Radio became a crucial weapon for the United States to conduct public diplomacy and achieve its foreign policy goals. Throughout the Cold War, the United States attempted to convey information and exert influence on the people of the Soviet Union and Eastern Europe through radio broadcasts. However, radio public diplomacy was not a panacea for addressing the growing unpopularity of specific American policies.

Keywords: Radio; Cold war; United states; Public diplomacy

0 引言

冷战时期是美国公共外交发展的黄金时期。在对苏冷战中, 美国利用广播等手段进行宣传, 将广播作为公共外交的重要手段。当时, 广播传达速度快, 信息能送抵最大数量的听众, 同时也最能影响其他国家的政治和知识精英。从广播的性质来看, 它也是最能够塑造新闻事件的媒体。美国利用广播开展公共外交, 以助力其战略目标的实现。实际上, 第二次世界大战期间, 美国运用广播等媒体开展宣传。二战结束后, 为了同社会主义苏联对抗, 美国更是运用广播等开展公共外交, 以“完整和公正”地展现美国形象, 为美国外交政策服务。

国内外学者非常关注美国公共外交的发展, 而公共外交是一个相当宽泛的概念, 相关的研究视角也比较广阔。广播是赢得人的“思想和心灵”的“软实力”, 广播的听众遍布全世界。在冷战的前三十年, 美国之音作为中情局的秘密宣传工具, 以及国务院的公共外交工具, 其以非裔美国人爵士乐为特色的无线电广播, 在美国外交和安全政策中发挥了至关重要的作用。

从学术史梳理来看, 学术界非常重视公共外交手段、

内容、发展、效果的研究。国内外学者或通过公共外交史的回溯, 包括冷战时期美国开展的公共外交的分析, 探索公共外交的本质、内涵, 或通过新科技环境下当今公共外交的发展, 剖析公共外交的新趋势。广播作为公共外交的重要手段, 得到学者们的广泛关注, 但关于冷战时期美国广播与公共外交的整体宏观分析还有进一步探索的空间。

1 冷战时期美国公共外交

随着美国在外交政策上逐步摆脱孤立主义, 以及美国参加第二次世界大战, 公共外交逐渐在美国外交政策舞台上发挥作用, 广播也逐渐成为美国公共外交的工具。冷战时期, 美国似乎在创造一个安全的, 有利于安全的进行宣传的世界。

美国新闻署是在冷战期间和冷战后主要负责美国政府公共外交(也称为文化外交)和宣传的执行机构。

冷战期间美国的公共外交通常被定义为在宣传和提供事实信息之间取得平衡。政策制定者经常意识到, 宣传不一定需要包含虚假信息, 而且在某些情况下呈现事实也同样有效。

公共外交同美国外交政策的关系。作为美国外交政

策“软实力”一翼的公共外交的新兴思想和活动,在美国国际关系中扮演着历史性的角色。实际上,公共外交活动一直同美国外交政策相伴生。美国政府的正式公共外交活动始于 1917 年,即美国参加第一次世界大战之时。作为其整体战争努力的一部分,伍德罗·威尔逊总统的政府成立了公共信息委员会,也被称为克里尔委员会,以其主任乔治·克里尔的名字命名。克里尔委员会向欧洲派出了几名代表,并解释美国进入这场战争和他的战争目的,即为了让世界更安全、民主。软实力不是通过强制或收买,而是通过吸引和说服来达到既定目的的能力。而公众对美国外交政策的意见和态度是美国软实力的重要组成部分。当各国就对美国重要的问题做出决定时,公众对美国外交政策的看法似乎确实很重要。外国领导人在权衡决策时,似乎确实注意到了本国民众的态度——比如是否派遣军队进入危险地带——这可能会引发严重的公众担忧或反对。公共外交并不是解决美国特定政策日益不受欢迎的灵丹妙药。

公共外交能改变人们的思想,冷战时期针对共产主义国家的美国之音、自由欧洲电台/自由电台,在东欧、中欧有数以百万计的听众,电台的新闻报道、时事评论与分析栏目影响了听众对本国政府宣传的态度。广播是赢得人的“思想和心灵”的“软实力”,广播的听众遍布全世界。在冷战的前三十年,美国之音作为中情局的秘密宣传工具,以及国务院的公共外交工具,其以非裔美国人爵士乐为特色的无线电广播,在美国外交和安全政策中发挥了至关重要的作用。公共外交”一词是特定时代和地点的产物。它符合美国在谈论国际信息时的需要,避开了可怕的“宣传”这个词(让它可以自由地专门用来描述美国敌人的活动)。

在整个冷战期间,西方试图通过无线电广播向苏联和东欧人民传达信息并施加影响,但遭到了苏联和东欧当局的极端抵制。对于西方广播公司来说,对抗干扰是昂贵的,但对于苏联、东欧共产党的当局来说,进行干扰的成本更高。双方都利用了先进的技术方法:西方产生强大的信号广播信息,否则苏联和东欧公民将无法获得信息;苏联、东欧当局阻止这些信息的传播,这场技术之战持续了 40 多年,直到 1988 年的一个晚上,它突然停止了。

2 广播与冷战时期美国公共外交

美国之音电台广播计划(The VOA Radio Ring Plan)作为美国第一个全球宣传平台运作。美国之音宣称“不管是好的,还是坏的,我们将告诉你真相。”美国之音是美国新闻署直接面向东方的唯一最重要的机构,其输出内容从新闻到威利斯·科诺弗(Willis Conover)的爵士乐广播无所

不包。美国之音找到了将苏联干扰的影响降到最低的方法,到 20 世纪 60 年代,它已经有权进行大规模广播,冲破噪音,播报苏联政府希望对本国人民隐瞒的重大进展,比如恢复核试验。美国之音和其他西方国际广播公司对包括赫鲁晓夫对斯大林的谴责,大韩航空 007 被击落,以及切尔诺贝利灾难等新闻,都留下了自己的印记,进行了播报。

每一分钟都有大量的金钱被全世界数以百计的广播电台用来保持不间断的新闻、评论和简单的宣传,广播是冷战的前线之一。自由欧洲电台及其姊妹电台自由电台也是冷战的产物。自由欧洲电台早期主要是煽动性的反共宣传。在理论上,美国之音是作为美国政府的官方发言人,而自由欧洲电台/自由电台的目的则是为美国公民发声。自由欧洲电台/自由电台最开始由私人基金会建立,而这些私人基金会最初都是由感兴趣的商人和前军事和情报人员组织。自由欧洲全国委员会是自由欧洲电台的母公司,其创始成员包括艾伦·杜勒斯(Allen Dulles)、卢修斯·D·克莱(Lucius D. Clay)将军和德怀特·D·艾森豪威尔(Dwight D. Eisenhower)将军。创始人设想了一个由企业和个人捐赠支持的系统,“并邀请公众通过个人订阅的方式参与”。这种私人结构的明显优势应该是显而易见的。

无线电广播在东西方阵营的“文化”冷战中发挥了关键作用。这一点在分裂的柏林表现得最为明显,铁幕两边的各方都在争相定义政治叙事,塑造公众舆论。美国资助的广播公司美占区广播电台很快成为美国对德意志民主共和国发起的宣传攻势中最重要的组成部分之一。美占区广播电台成立于 1946 年,据报道是整个 20 世纪 50 年代德意志民主共和国最受欢迎的新闻和信息来源之一。东德的听众认为,尽管美占区广播电台本身是一个宣传广播机构,但它客观地替代了东德国营的、公开的宣传媒体机构。

广播是赢得人的“思想和心灵”的“软实力”,广播的听众遍布全世界。在冷战的前三十年,美国之音作为中情局的秘密宣传工具,以及国务院的公共外交工具,其以非裔美国人爵士乐为特色的无线电广播,在美国外交和安全政策中发挥了至关重要的作用。

公共信息委员会是一战时美国开展公共外交的重要机构。广播在这一时期公共信息委员会的活动中,发挥了一定的作用。广播是继报纸之后出现的大众传播媒介,与报纸相比,它具有时效性强、收听方便、传达速度快、在一定程度上能够克服语言障碍跨越国界传播、感染力强、受众面广、抗自然灾害能力强等传播优势。广播在传播新闻方面的优势也是明显的。新闻的价值主要体现在两个方面。

一是“新”，二是“快”。而广播在这两个方面都具有天然的优势。“新”是因为它有灵活报道的优势，“快”则是它的迅捷、快速的特点，几乎可以与新闻事件同步报道。

像在欧洲一样，盟国在太平洋战区利用广播、传单和报纸吸引大众，以放弃对日本及其盟友的支持。

杜鲁门宣布了“真理运动”，特别是美国之音，开始大量制作尖锐的反苏节目。即便如此，广播的相对新颖性和未经证实的结果为麦卡锡提供了一个方便的目标，因为他试图提高自己作为美国主要反共分子的声誉。然而，如果说 1953 年是一个低谷，那也是一个转折点。此后不久，美国新闻署开始反弹，而麦卡锡则面临指责。

毫无疑问，《美国音乐》是美国之音在东欧和苏联所有广播节目中最成功的。1955 年开播后，该剧迅速成为整个冷战时期美国最有效的公共外交武器。威利斯·康诺弗 (Willis Conover) 每周主持五到七晚的节目，时长两小时。他演奏了 40 分钟的大乐队音乐和 40 分钟的爵士乐，每小时以 15 分钟的英语新闻或采访作为开场白。尽管爵士乐在国内不那么流行，但康诺弗认为这是爵士乐独特的宣传形式，他的广播与美国新闻署的新使命很好地配合，即制作更多积极的内容，向世界展示美国。1959 年，康诺弗在接受《纽约时报》采访时表示：“爵士乐是完全自律和无政府主义的混合体。音乐家们在速度、音调和弦结构上意见一致，但除此之外每个人都可以自由地表达自己。这是爵士乐。这就是美国。这就是音乐的有效性……这是对美国发生的事情的音乐反映。我们在这里不太容易意识到这一点，但其他国家的人可以感受到这种自由的元素。他们喜欢爵士乐，因为他们热爱自由。”

“爵士时刻”在铁幕后吸引了大批观众，1959 年，康诺弗访问波兰和 1960 年访问南斯拉夫时，听众把他当作来自自由世界的先知来欢迎。康诺弗的节目还帮助反击了苏联关于美国种族主义的可怕遗产和南方吉姆·克劳 (Jim Crow) 种族主义的专制面孔的报道。苏联不失时机地告诉世界，美国人在海外拥护人权的同时，却在国内侵犯了本国少数民族的权利。1959 年 9 月，康诺弗在《纽约时报》上发表了一篇特写文章，大约在马克·查尔斯·帕克 (Mack Charles Parker) 被私刑处死的六个月后。帕克是一名 23 岁的非洲裔美国人，他被指控在密西西比州强奸一名白人妇女。对于美国的致命种族制度，康诺夫在他的美国之音广播中加入了一种富有表现力的文化民主信息，他坚信这有助于抵消苏联对美国种族主义国家的描绘。“爵士乐也帮助他们相信美国是他们想要相信的那种国家，”他解释道。

“爵士乐纠正了美国是种族主义国家的说法。”

历史学家 A·罗斯·约翰逊 (A. Ross Johnson) 认为，广播电台在冷战期间的长期胜利，是因为它们作为更公开的宣传工具的历史：“如果不是 50 年代和 60 年代在中央情报局的领导下形成了这些机构，制定了它们的政策和编辑方针，广播电台不可能在 70 年代和 80 年代产生如此大的影响。”

美国之音政策的目标应如“美国之音宪章 (Voice of America Charter)”所述：通过无线电广播与世界各国人民直接沟通，符合美国的长远利益。是有效的，美国之音必须赢得听众的关注和尊重。这些原则将指导美国之音的广播：(1) 美国之音将把自己打造成始终可靠和权威的新闻来源。美国之音的新闻将是准确、客观和全面的。(2) 美国之音将代表美国，而不是美国社会的任何一个阶层。因此，它将对重要的美国思想和制度进行平衡而全面的展示。(3) 作为官方电台，美国之音将清晰有效地介绍美国的政策。美国之音还将对这些政策进行负责任的讨论和发表意见。

以下是美国目前活动和未来建议的摘要：广播：美国之音已经用所有东欧国家的语言广播，而且没有增加的打算。但是，我们正在不断努力，使我们的节目更有效地达到我们目前的外交政策目标。美国之音仍然是来自美国新闻和有关美国信息的最重要的单一来源。现在除了保加利亚以外的所有国家都停止了干扰，美国之音的潜力已经大大增加。

美国比较美国和自由世界的广播努力与共产主义的努力，以每周广播节目小时数为标准，但由于可用频率是一个主要的限制因素，我附上每天使用的频率小时数的比较，供你们审查。总之，苏联、共产主义中国和阿拉伯联合共和国每天使用 1727 的频率小时进行国际广播，而美国广播公司和英国广播公司总共使用 2308 频率小时。美国广播公司包括美国之音、自由欧洲电台、自由电台网络、武装部队广播和电视服务 (Armed Forces Radio and Television Services, 简称 AFRTS) 和美国私人国际广播组织 (WRUL)、(KGEI) 和 (WINB)。

美国之音以 38 种语言向全世界广播，使用每天 815 的频率小时，而自由欧洲电台只向东欧广播，每天使用 461 频率小时，自由电台只向苏联广播，每天使用 235 频率小时。

美国之音通过英国广播公司 (BBC) 的国内和外部服务、全印度广播电台 (All-India Radio) 和全球至少 22 个其

他国家广播网络,以及拉丁美洲超过 1400 家独立广播电台转播。据统计,美国之音在登月和行走期间的听众人数超过 5 亿。对苏联俄语广播的干扰持续不间断,但向苏联的英语传输和向红色中国发送的两个普通话频道是清晰的。

1976 年 7 月 12 日,福特总统签署了美国之音宪章(P.L. 94-850)。通过无线电广播与世界人民直接沟通符合美国的长远利益。宪章指出,要想有效,美国之音“必须赢得听众的关注和尊重”,作为“一贯可靠和权威的新闻来源”,提出“对重要的美国思想和制度的平衡和全面的预测”,并清晰而有效提出“美国的政策”。

美国之音报道的新闻必须自由传播,并保持可信度和竞争力。新闻广播不得歪曲事实或事先加以限制。他说:“美国之音多年来已经证明,它是一个机警、有竞争力、极有能力和可信的国际广播机构。美国之音……与英国广播公司一起成为收听人数最多的两家国际广播公司。”美国新闻署的高层管理人员必须更加经常地出现在美国之音,美国新闻署的人员和业务应该整合到大大改善的设施中。

1977 年 6 月 9 日,美国新闻署署长莱因哈特在参议院外交关系委员会国际行动小组委员会上的发言。在谈到国际无线电广播问题时,请允许我以一些统计数字作为开始:全世界有远超过一亿人每天收听外国政府广播电台发出的广播。其他关于国际广播的统计数据也同样惊人。大约有 80 个国家每天向其他国家的人民广播,他们每周传输 21000 多小时的广播。大约 17 个国家每周播出 300 多个小时。苏联是世界上最多产的国际广播公司。它每周以 84 种语言向境外传输近 2000 小时的节目。紧随苏联之后的是中华人民共和国、埃及和美国之音,美国之音每周用 37 种语言广播 788 个半小时的节目。(如果包括自由欧洲电台和自由电台,每周总计 1809 小时。)德意志联邦共和国、中华民国、英国广播公司、朝鲜和阿尔巴尼亚紧随其后。其他六个华沙条约组织国家每周广播近 1500 小时。

由此可见,国际广播已成为许多国家实施外交政策的重要因素。美国长期以来一直认为,能够继续向世界各国人民传播我们的政策、理想和自由信息的传统,对我们的安全和和平结构至关重要。美国之音,在国会批准的授权下运作,全面客观地播放国际新闻,讲述美国社会和文化的多样性,并以非争论的方式解释美国的外交政策。特别重要的是我们对苏联和东欧的广播,那里的审查和控制的媒体使该地区的人民对美国、对他们自己国家和世界上的重大事件的想法扭曲或不充分。极权主义的领导人可以以这样或那样的方式,在他们的边界上停下来,或者有选择

地接纳或控制其他通讯媒介,而国际广播,除非被干扰,直接进入听众的家中。在苏联和某些东欧国家,自由电台和自由欧洲电台受到严重干扰。然而,美国之音的广播在这个时候似乎被这些政府勉强接受为美国政府的官方活动。

卡特总统认为正常的国际事务需要与世界各国进行沟通。无论是对苏联和东欧的这些人,还是对世界各国的领导人及其人民,美国之音都是美国公共外交中最有效的组成部分。通过这个渠道,美国不仅可以讲述美国的故事,而且可以直接对世界人民自由地谈论人权和美国的价值观。它是执行美国外交政策的重要工具。

3 广播在冷战时期美国公共外交中的作用评估

自成立以来,无线电广播已被证明是一种独特而强大的大众传播形式,特别是在政府参与外交事务时。在向更广泛的社会范围延伸,包括那些没有资源获得电视或互联网等更昂贵媒体的人;即使在这个信息无处不在、技术先进的时代,无线电广播在向战区人民传递信息方面也发挥了关键作用。

在 45 年的历史中,美国自己曾试图混淆、操纵或以其他方式影响俄罗斯和东欧的外国人口。他们还源源不断地发出亲美的声音通过美国之音、自由欧洲电台和自由电台网络的广播,向苏联地缘政治轨道上的电台观众进行反共产主义广播。在美国冷战的漫长过程中,这样的努力相当于一场单独的全球信息攻势,以牺牲美国纳税人的利益为代价。这项大规模的公共资助计划最终为美国私营公司创造了一种乐于接受的文化和政治氛围。美国学者克里斯汀·古德塞(Kristen R. Ghodsee)认为,要真正了解今天互联网支持的虚假信息在整个美国媒体中的传播,很值得重新审视美国赞助的宣传渠道在冷战中关于虚假信息传播的对整个苏联集团及其他地区史诗般的战斗中所起的先锋作用。

无论美国在中东的公共外交多么努力,如果阿拉伯公众对美国在当地的政策不满,这些努力都无法改变阿拉伯的民意。行动胜于语言,只有当美国外交政策反映了阿拉伯世界的利益,阿拉伯世界才会相信美国的公共外交行动。公共舆论最终是由落地的外交政策效果决定,而不是如何兜售政策。美国政府使用严格的编辑控制,将其广播实体限制在其外交政策目标的范围内。一个国际行动者最有力的声音不是说什么,而是做什么。

作为美国外交政策“软实力”一翼的公共外交的新兴思想和活动,在美国国际关系中扮演着历史性的角色。作

为冷战时期开展公共外交的主要机构，美国新闻署运用图书作为媒介强化共产主义的“邪恶”形象，美化自我形象。苏联解体，俄乌冲突的现实引人深思。过去横跨亚欧大陆的世界一极，竟然在没有外敌入侵的背景下主动宣告解体。作为竞争对手的国家通过共公外交活动，潜移默化改变公众观念，最终改变国家行为的方式值得警惕，也为我国意识形态领域的工作敲响了警钟。

参考文献：

[1] Ralph A. Uttaro, *The Voices of America in International Radio Propaganda*, *Law and Contemporary Problems*, Vol. 45, No. 1, *International Telecommunications* (Winter, 1982), p.105.

[2] 毕一鸣, *世界广播电视发展史——视听传媒的历史变迁*, 2010年, 北京: 中国广播电视出版社, 第76页.

[3] Kristen R. Ghodsee, *An American Tale, The Baffler*, MAR - APR 19, No. 44 (MAR - APR 19),P.42.

[4] Kristen R. Ghodsee, *An American Tale, The Baffler*, MAR - APR 19, No. 44 (MAR - APR 19),P.42.

[5] Kristen R. Ghodsee, *An American Tale, The Baffler*, MAR - APR 19, No. 44 (MAR - APR 19),P.48.

[6] FRUS,1917-1972, Vol VII, *Public Diplomacy 1964-1968*, PP: 58-59.

[7] FRUS,1917-1972, Vol VII, *Public Diplomacy 1964-1968*, PP: 59.

[8] FRUS,1917-1972, Vol VII, *Public Diplomacy 1964-1968*, PP: 147-148.

[9]FRUS,1917-1972, Vol VII, *Public Diplomacy 1969-1972*, PP:61.

[10] FRUS,1917-1972, Vol VII, *Public Diplomacy 1973-1976*, PP: 395.

[11] FRUS,1917-1972, Vol VII, *Public Diplomacy 1973-1976*, PP: 404.

[12] FRUS,1917-1972, Vol VII, *Public Diplomacy 1977-1980*, PP: 129.

[13] FRUS,1917-1972, Vol VII, *Public Diplomacy 1977-1980*, PP: 171-172.

[14] FRUS,1917-1972, Vol VII, *Public Diplomacy 1977-1980*, PP: 172.

[15] Kristen R. Ghodsee, *An American Tale, The Baffler*, MAR - APR 19, No. 44 (MAR - APR 19),P.38-39.

[16] 刘欢. 竞争性公共外交与国家身份建构——以冷战时期美国对苏联的竞争性公共外交为例 [J].*北京外国语大学*, 2023:1-66.

基金项目：国家社会科学基金一般项目“广播与冷战时期美国公共外交研究“(22BSS003)。

作者简介：高文知，湖南长沙人，黄冈师范学院，博士研究生，副教授，研究方向：公共外交，美国史。