

软实力

美国电影、流行乐、
电视和快餐的全球统治

【加拿大】马修·弗雷泽 著

WEAPONS OF
MASS
DISTRACTION
Soft Power and American Empire



新华出版社

软实力

美国电影、流行乐、电视和快餐的全球统治

[加拿大] 马修·弗雷泽 著

刘满贵 宋金品 尤舒 杨隽 译

新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

软实力: 美国电影、流行乐、电视和快餐的全球统治/ (加) 弗雷泽著; 刘满贵等译. —北京: 新华出版社, 2005. 5

ISBN 7 - 5011 - 7081 - 9

I. 软… II. ①弗…②刘… III. 文化—产业—研究—美国 IV. G171.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 044915 号

京权图字: 01 - 2004 - 3551

Weapons of mass distraction: soft power and American empire

by Matthew Fraser

Copyright © 2004 Key Porter Books Ltd

Chinese translation copyright © 2005 by Xinhua Publishing House

All rights reserved

中文版专有权属于新华出版社

软实力: 美国电影、流行乐、电视和快餐的全球统治

责任编辑: 贾晓伟

装帧设计: 伍民力

照 排: 北京汉书鸿图文化传播有限公司

出版发行: 新华出版社

地 址: 北京石景山区京原路 8 号

网 址: <http://www.xinhupub.com>

邮 编: 100043

经 销: 新华书店

印 刷: 河北高碑店市鑫昊印刷有限责任公司

开 本: 787mm × 980mm 1/20

印 张: 16

字 数: 220 千字

版 次: 2006 年 12 月第一版

印 次: 2006 年 12 月北京第一次印刷

书 号: ISBN 7 - 5011 - 7081 - 9

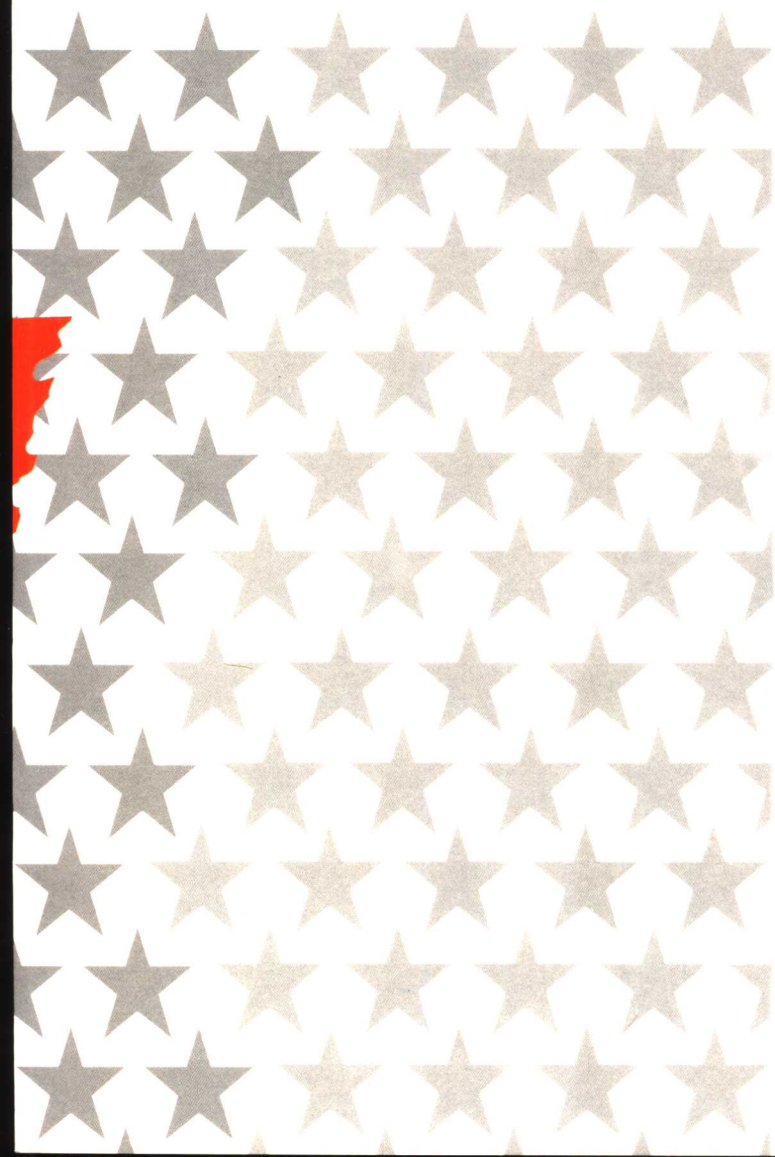
定 价: 29.80 元

本社购书热线: (010) 63077122 中国新闻书店电话: (010) 63072012

图书如有印装问题, 请与印刷厂联系调换 电话: (0316) 2838225

● 关于作者

马修·弗雷泽，加拿大《国民邮报》总编，知名学者，曾任赖尔森大学教授。



新华出版社已出国际政治类部分图书

- 文明的冲突与世界秩序的重建 [美]塞缪尔·亨廷顿 著 29.80元
- 文明内部的冲突与世界秩序 [德]迪特·森格哈斯 著 20.00元
- 后外交时代：不受约束的美国 [美]伊沃·达尔德 著 28.00元
- 倒计时：美国女总统 [美]罗伯特·沃森 等编 32.00元
- 大象和孔雀：解读印度大战略 [美]斯蒂芬·科亨 著 25.00元
- 富人的软肋 [美]特雷莎·沙利文 著 16.00元
- 不情愿的资本家 [美]琳达·兰黛尔 著 15.00元
- 流氓国家——谁在与世界作对 ... [美]克莱德·普雷斯托维茨 著 22.00元
- 50年战争 [美]理查德·克罗卡特 著 38.00元
- 反恐时代 [英]理查德·哈克策罗德 著 32.00元
- 变——日本变局将如何改变世界均势 ... [美]米尔顿·埃兹拉蒂 著 21.00元
- 全球化与人类命运 [俄]根纳季·久加诺夫 著 24.00元
- 人类关注的全球政治 [美]梅尔·格托夫 著 23.00元

译者的话

这是一本详尽论述美国的“软实力”及其在国际外交事务中的角色的论著。作者马修·弗雷泽是加拿大《国民邮报》总编辑，著名学者，曾任赖尔森大学教授。他借助本书指出，在走向帝国、称霸全球的进程中，美国不仅一直仰仗着自己的硬实力即强大的政治、军事实力耀武扬威，而且一直在依靠着自己的软实力即流行文化进行潜移默化式的渗透，从而达到向全球推广美国生活方式和价值观的目的。

“软实力”这一概念是哈佛大学教授约瑟夫·奈创造的一个词汇，意为“具有象征意义的流行文化资源”。

本书按照电影、电视、流行音乐和快餐四部分，追溯了美国外交政策中这几大软实力的起源、发展及其对当今世界的影响。称其为一幅美国流行文化娱乐业的全景图，似乎并不过分。

第一章电影部分回顾了美国电影工业自好莱坞早期以来对于美国软实力的重要意义。1945年好莱坞借助盟军取得二次大战胜利崛起之时，美国政府为了加强好莱坞在欧洲的影响，直接补贴其各大制片厂1000万美元，即为一颇有说服力的范例。该章还以印度宝莱坞为主例，详细展现了非西方文化对好莱坞影响的抵制能力。

第二章电视部分讨论了包括有线电视新闻网、音乐电视台在内的美国电视节目在全球无处不在的现象。作者还探讨了穆斯林世界及其他非西方世界对美国电视节目的反应，以及美国及其西方盟友之间一再爆发的电视大战，如彩色电视制式、高清晰度彩电标准之争等等。

第三章音乐部分将全球流行音乐的讨论置于国际事务的大背景下，如白宫得知美国电台节目制作人诺曼·帕蒂兹在开罗举办了数次引人注目的流行乐队演出，并确定了哪类美国音乐可以征服穆斯林青年后，资助他建立了面向阿拉伯世界的“萨瓦之声”广播电台。此外，作者还介

绍了“世界音乐”的兴起以及非英语音乐在美国正在走向成功的现象。

第四章快餐部分的焦点是美国快餐业在全球的扩展及其对西方世界和非西方世界的影响。一位可口可乐院外活动集团成员曾经说过一句名言：“各国对待可口可乐的态度就是该国与美国关系的晴雨表。”作者深入探讨了可口可乐与麦当劳在美国外交事务中的角色，阐述了“可口可乐殖民化”和“麦当劳统治”这样的概念，甚至提出了“两个拥有麦当劳的国家根本不会互相宣战”的“金拱理论”。当然，作者也注意到了，在反对美国的“全球化”运动中，这两大品牌作为美国的符号已经成为反美人士的攻击目标。

在本书的结论部分，作者提出了“可口可乐会使事情变得更好吗”的问题，并给予肯定的回答。作者认为，尽管对于美国软实力的褒贬尚难定论，但它的确推广了虽然存在争议但最终有益于世界的价值观和信仰。不过，在作者肯定答案的背后，仍然给读者留下了一系列有待思考的问题：美国软实力在未来意味着什么？当世界人民继续生活在美国帝国强权统治下的和平中，这个帝国到底能够在21世纪持续多久？由于世界秩序正在被改造为一个缺乏中心的“电子封建主义”状态，民族特征将会淡化乃至消失吗？

《软实力：美国电影、流行乐、电视和快餐的全球统治》（原名为《媚惑大众的武器：美利坚帝国的软实力》）一书是一本颇具吸引力、很有启发性、容易让人产生争论的著作。作为译者，我们怀着极大的兴趣阅读了它后，尽管发现该书涉猎范围宽泛，翻译工作存在着一定难度，还是非常愿意通过我们的努力，尽可能将比较满意的译本奉献给我们的读者，也为研究“文化生产力”的学者们提供一点素材。

本书从西方视角出发，所举事实未必准确，表达的观点也未必都正确，相信读者阅读时能够加以鉴别。

我们期待着对本书译文的批评指正。

译者

序

这是一本有关美国实力的书，它将论及美国实力的源头、影响，以及这种实力所激发的似是而非的强烈反应。

如果要问这本书有什么原创性，可以这样说，其新意就在于它是对美国将“软”实力作为国际事务中的一种战略资源的独到分析。我们在这里所关注的并非五角大楼的军事实力，而是美国流行文化在美国外交政策中的工具性角色。这本书的新颖性，就在于它在全球地缘政治学的复杂变迁中，将好莱坞、迪斯尼乐园、有线电视新闻网、音乐电视台、麦当娜、麦当劳大叔以及可口可乐提升到了一个较高的地位。

在本书随后的论述中，或许其中心论点看上去有些奇特，有些争议，甚至富有煽动性。本书将要指出的是，对于美国的超级大国地位而言，尽管其军事实力和经济实力是绝对必要的因素，但从历史上看，软实力在美国的外交政策中一直是一个至关重要的战略资源。在第一次世界大战期间，美国最有影响的对外使者之一就是查理·卓别林。第一次世界大战结束20多年后，当第二次世界大战爆发的时候，米老鼠和唐老鸭引导着迪斯尼外交将美国的价值观传播到全世界。在今天的互联网信息时代，软实力在由美利坚帝国主导的新世界秩序中，影响力也日益剧增。

无可否认，即便在美国领导人中，“帝国”这一概念也容易引起争议。乔治·W·布什总统曾经宣布：“美国根本没有扩张为帝国的打算，也没有建立理想国的念头。”可是，布什总统为了推翻可恨的阿富汗政权和伊拉克政权，却向世界展示了令人畏惧的美国硬实力中的军事力量。一时间，虽然人们并不情愿，但是，对美国的帝国主义野心的讨论突然变成一个时髦的话题。在美国炸弹横扫巴格达地区的轰炸目标时，人们称美国为“用精确制导炸弹统治世界的帝国”。尽管美国一再宣称

自己并不愿意当霸主，但是，美国强权下的世界和平新秩序现状也是并非就能轻易驳倒的事实。

如今，没有任何一个国家对美国全球独一无二的超级大国地位存有异议。对美国是一个“超级大国”的认识，通常都是基于实质性的事实，尤其是美国硬实力的优势。然而，长期以来，美国一直在通过非军事手段，简言之，即通过其软实力的扩展、侵略和影响，使其对世界的统治得以大规模实现。就定义而言，假如说硬实力建立在事实的基础上，那么，软实力就是建立在价值观的基础上的。美国的软实力——电影、流行音乐、电视、快餐、时装、主题公园——传播、确认、强化着人们共同的规范、价值观、信仰和生活方式。硬实力发挥威慑功能，软实力起诱惑作用；硬实力发挥劝诫功能，软实力起说服作用。

具有讽刺意味的是，许多美国人仅仅是模糊地意识到了美国软实力对世界的影响，而美国的对手们却从来没有低估过美国软实力的影响。

如今，美国流行文化无处不在。在印度，流行歌星麦当娜是超级明星。在中东，年轻人伴随着音乐电视台的旋律起舞，而他们的政治领袖也在看有线电视新闻网。巴西的青少年喜欢穿戴耐克牌的运动鞋、T恤和棒球帽。美国篮球超级明星迈克尔·乔丹在中国是备受崇拜的英雄。肯德基在天安门广场边上开了一个分店，星巴克咖啡店也在故宫里面开了分店。在西方，一座迪斯尼乐园就建在巴黎郊外，在那里，坐在咖啡店里的知识分子一边捧着可口可乐啜饮，一边指责美国的“文化帝国主义”。几乎在有电视的每一个角落，人们每天都在观看美国的电视节目——从白天的肥皂剧到黄金时段的连续剧。美国的软实力无可回避，它时时都在传播其隐含的价值观及美国人信奉的自由市场、自由民主的观念。

对美国软实力的反应形形色色，很难确定。软实力激发的不仅仅是敬畏和羡慕，还有愤恨和敌意。反对全球化的抗议者经常谴责美国为在“美国牌”商业价值观驱使下的文化主宰。反对美国文化象征的敌对热情很容易点燃，而美国文化象征总是让人们联想到引发深深忧虑的世界主义。在法国，虽然精英阶层对在同一价值观基础上建立文明共和国的美国存在深切的历史共鸣，但他们仍然对好莱坞和麦当劳深恶痛绝，公

开谴责美国的“可口可乐殖民化”。即便在加拿大这个美国本土之外美国人最多的地方，当地的爱国主义色彩中也含有根深蒂固的反美情结。在非西方世界，美国的文化象征以及公司标志，从音乐电视台到麦当劳，都遭遇人们的憎恶，原因恰恰是因为它们太诱人。如果说美国式的文化全球化具有颠覆性，恰恰就是因为它的强大信息传播效率惊人，极易让人欣然接受。当伊斯兰什叶派领袖援引《可兰经》禁止本地电视屏幕上出现音乐电视的时候，他们的禁令就是向美国开战的象征性宣战。在有些国家，如受益于美国硬实力保护的沙特阿拉伯，仍然在排除美国软实力的象征，但精英人物毫不掩饰对凯迪拉克和“海湾流”车型的偏爱。

这种对美国软实力强烈而又相互矛盾的反应，对世界上不可抗拒的美国无处不在的现象形成了严峻的挑战。从传统上说，美国的外交政策一直痛苦地在利己性现实主义的冷静考虑和道德性理想主义的崇高使命之间难以抉择。正如富兰克林·罗斯福曾经说的那样：“我们在人道主义方面的主要目标，取决于我们实现这一崇高目标的综合实力。”今天，在21世纪开端，美国的外交政策似乎在一种更加充满自信的单边主义找到了灵感，这种单边主义就是所谓的“布什主义”。

布什主义产生于2001年9月11日，当时，全世界在惊悸中难以置信地目睹了纽约世界贸易中心在硝烟中坍塌，瞬间化为曼哈顿南区的一大堆扭曲的钢铁废墟。奥萨玛·本·拉登的太空时代暴徒发动的恐怖主义暴行不仅仅是针对美国的，而是针对整个价值观和信仰体系的。伊斯兰恐怖主义分子没有特定的要求。他们的事业表明更大的野心：摧毁西方文明。而西方文明的领军人物就是大恶魔撒旦：美国。

在美国报复庇护本·拉登基地组织的塔利班政权时，美国对阿富汗的军事打击迅即在整个伊斯兰世界激起了猛烈的报复行动。那些狂热的美国的仇敌，没有能力与美国的硬实力抗衡，于是把目标锁定在常见的美国软实力的象征上：麦当劳、可口可乐、比萨店、肯德基和汉堡王。没有任何一个美国流行文化的象征能够逃脱原教旨主义者歇斯底里的恶意破坏行为。全世界很快就感受到了这些自发暴力行动的影响。国际旅游业在令人惊恐的打击中逐渐停摆。各大航空公司几近破产边缘。股票

市场暴跌，市值以数十亿美元为单位蒸发。由于害怕再遭恐怖主义袭击，沃尔特·迪斯尼公司关闭了自己的主题公园——迪斯尼乐园。米老鼠似乎正在逃往迪斯尼的巢穴，以逃避真主的愤怒。

不过没过多久，美国军队就开始了报复行动，再次展示了自己的实力。当布什总统宣布美国将要为消灭邪恶世界开展全面“圣战”的时候，他的措辞让人们想起中世纪的“十字军东征”——基督徒为从异教徒手中重新夺回圣地的远征。关于一个时隐时现的“文明冲突”幽影的不祥预言似乎颇有先见之明。美国对本·拉登在阿富汗的恐怖主义组织的剿杀，是“布什主义”宽泛解释的首次展示。推翻伊拉克独裁者萨达姆·侯赛因，给世界传递了一个更为强烈的信息：美国准备将自己的意志强加于全世界，哪怕是采取单边行动也要一意孤行。然而，美国滥用硬实力的武断行为再次遭遇对美国软实力象征的激烈反应。从布宜诺斯艾利斯到基多，从汉城到马尼拉，麦当劳的“金拱”标志都成为反美暴力行动的目标。对于美国的敌手们来说，麦当劳已经成为替代美国大使馆的首选目标。

毫无疑问，美国在全球的主宰地位主要建立在美国硬实力的优势上。但是，崛起的美利坚帝国的影响、威望及合法性将要依赖其软实力的效力。自古至今，希腊帝国，罗马帝国，法兰西帝国，奥斯曼帝国，大英帝国，没有哪一个帝国对自己软实力的影响漠不关心。美利坚帝国能否持久不衰，同样也要依赖其软实力的效力。

本书将从历史和现实的角度，详尽地分析软实力在美利坚帝国的崛起中所扮演的复杂角色，论述分为电影、电视、流行音乐和快餐四大主要部分。在随后的论述中，将要追溯上述文化的起源、历史沿革以及软实力资源在美国外交政策中的现实角色。在本书的结尾部分将要展示给读者的是：美国的软实力军火库中的确拥有令人生畏的媚惑大众的武器。

目 录

译者的话	(1)
序	(1)
引 言	(1)
软实力	(3)
帝国与全球化	(9)
流行文化的地缘政治学	(19)
第一章 电影:实力和魅力	(24)
电影和美国的实力	(26)
美国佬滚回去:好莱坞帝国主义	(35)
好莱坞和冷战	(44)
杰克·瓦伦蒂和好莱坞的“硬球”政策	(58)
米老鼠的睦邻政策	(71)
从好莱坞到宝莱坞	(94)
今日好莱坞帝国主义	(112)
第二章 电视:全球性帝国的乐土	(118)
冷战时期的电视:美国生活方式	(120)

电视标准与国际政治·····	(126)
好莱坞和全球黄金时段·····	(132)
信息大战:电视新闻·····	(144)
对闭路电视的抵制·····	(166)
全球化,还是本地化?·····	(179)
 第三章 音乐:流行音乐走向世界·····	(185)
音乐向帝国进军·····	(187)
我想上音乐电视·····	(206)
世界音乐走向世界·····	(221)
我们就是世界·····	(243)
 第四章 快餐——可口可乐殖民化和麦当劳统治·····	(250)
可口可乐殖民化·····	(251)
麦当劳统治全球·····	(272)
“金拱”预防冲突理论·····	(291)
 结 论·····	(297)

引言

2000 年秋，美国国务卿马德琳·奥尔布赖特在对朝鲜的正式访问中饶有兴趣地发现，在这个奉行斯大林主义的严酷国度里，美国流行文化的感染力并非遥不可及。奥尔布赖特国务卿此前已被告知，难以捉摸的朝鲜领导人金正日绝对是美国篮球明星迈克尔·乔丹的追星族。

奥尔布赖特有了主意。她抵达平壤的时候，正式送给金正日的见面礼是一个篮球，上面有芝加哥公牛队大明星迈克尔·乔丹的亲笔签名。金正日十分激动。

“他非常喜欢迈克尔·乔丹。”奥尔布赖特后来回顾说。

更让奥尔布赖特吃惊的是，金正日显示出他对好莱坞电影十分了解，这位朝鲜的统治者显然着迷地看过许多好莱坞电影录相带。奥尔布赖特国务卿回到美国后披露：“他告诉我，他同意奥斯卡的选择。”^①

仅仅几个月之后，一次异乎寻常的外交事件披露了金正日对美国文化的迷恋在其家庭所造成的影响。2001 年 3 月初，日本警方在成田机场扣留了一位刚刚乘坐来自新加坡的班机抵达的胖乎乎的朝鲜人，有两名年轻女人和一名 4 岁男孩陪伴着他。他们四人在旅途中所持的是多米尼加共和国的假护照。

最初，这位矮胖的戴眼镜朝鲜人说自己叫“庞雄”，中文

的意思是“胖熊”。但是，日本警官并不相信。他们经常截获持假护照进入日本的朝鲜罪犯。这位胖乎乎且又步履蹒跚的人虽然看上去并不像毒品走私犯，但总有些不同寻常的地方。首先，庞雄并不像多米尼加共和国公民的名字。再者，在这四名亚洲人中，没有一个会讲西班牙语。

就在日本警官继续坚持讯问的时候，这位陌生的朝鲜人决定亮明身份。“我叫金正男。”他说，“是金正日的儿子，到这里来是想看看东京的迪斯尼乐园。”

日本当局大吃一惊，赶紧对这位做出如此非同寻常声明的被扣押者进行背景调查。更让他们吃惊的是，他的相貌确实就像 29 岁的金正男——金正日的大儿子。

金正男为什么对游览迪斯尼乐园如此痴迷？一个可能的解释来自他那非同寻常、用斯大林式的专制统治了朝鲜几十年的家庭。从任何尺度说，朝鲜这个“铁幕王国”都是世界上最令人难以捉摸的国家。朝鲜存在着一种自相矛盾的意识形态，一方面奉行强烈憎恨西方、隔绝西方的官方政策，另一方面精英人士对西方的所有事物都非常痴迷——包括迪斯尼乐园。

身材矮胖的金正男在父亲的斯大林主义王朝成长的时候，几乎与外部世界完全隔绝。他被送往瑞士读书，但他不爱学习，更喜欢开着跑车兜风。作为一个年轻人，金正男把主要兴趣放在计算机和女朋友上。

不过，他这次东京之行，似乎是专为迪斯尼乐园而来。他身边的 4 岁男孩，应当是他自己的儿子。东京的迪斯尼乐园，是 20 世纪 50 年代在加利福尼亚建立的迪斯尼主题公园原型的翻版，距离成田机场只有半小时的车程。至少可以说，金正男对米老鼠和唐老鸭的痴迷让人觉得饶有趣味。经过日朝两国政府一系列的匆忙协商，最终决定尽快将金正男驱逐出境。

不知道金正日对儿子异常出轨的行为怎么想，但他本人对好莱坞电影和美国体育明星的痴迷却是众所周知的，所以他很难因为儿子喜欢米老鼠、唐老鸭、普路托和古菲而责斥他。当然，试图使用假护照进入日本是另一回事。正如《亚洲时报》指出的那样：“我们很有把握地断定，金正日就像当年的维多利亚女王一样，一定不会开心。”

金正男对童话王国的迷恋，与他父亲对迈克尔·乔丹的崇拜一样，均显示出美国软实力的强大吸引力。不过，这并不能遏止金正日发展具有硬实力的大规模杀伤性武器。金正男制造的迪斯尼乐园事件过后不到8个月，布什总统即将朝鲜抨击为威胁全球安全的“邪恶轴心”的组成部分。到了2003年年中，美国和朝鲜逐步走向直接对抗的局面。即便是米老鼠直接出面干预，恐怕也难缓和这场危机。

软实力

本书的原副标题是：美利坚帝国的软实力，由此引出一系列术语的精确定义。

让我们先从软实力开始。第一个提出软实力这一概念的是曾在克林顿政府担任过国防部副部长的哈佛大学教授约瑟夫·奈。奈将软实力定义为“在国际事务中运用媚惑替代胁迫实现所渴望结果的能力”。奈特别指出，美国的全球影响不能仅仅依靠经济实力、军事力量和威慑能力。硬实力作为一种含蓄的威胁是必需的，而且应该在必要的时候运用——就像在阿富汗和伊拉克所展示的那样。然而，美国在世界的领导地位必须要依靠软实力来维护，也就是说，要靠美国生活方式、文化、娱乐方式、规范和价值观对全球的吸引力来维护。简言之，美国

的领导地位只有建立在道德基础上，才是更有效的领导地位。^②

软实力与残忍的武力相比，具有看不到暴力的优势。再者，它能以较小的代价索求并非无关紧要的较大的功效。如果麦当劳的巨无霸汉堡、可口可乐和好莱坞的电影能够帮助维持和平，实现同样的长期目标，为什么非要动用地面部队、航空母舰和洲际导弹呢？软实力也包括有助于输出美国模式的艺术交流和学术机构的安排——比如巡回展览和学者交流项目。如果外国学生在美国攻读学业，他们学成归国的时候，已经在美国深深经历了美国价值观、生活态度和思维方式的浸润。

许多年来，人们一直在对美国文化的吸引力展开分析和辩论。有许多人一直在强烈批判所谓美国“文化帝国主义”所带来的后果。正如马德琳·奥尔布赖特在2000年末卸任前不久所说：“有些人说我们国家霸道，将全球化等同于美国化，对我们的汉堡包说三道四。”毫无疑问，抱怨美国全球“麦当劳统治”的法国知识分子将会认真琢磨奥尔布赖特联系到麦当劳巨无霸汉堡的双关语。针对美国软实力的敌意经常出现，也是体现美国软实力效力的一个反衬。

但是，首批谴责美国软实力的大合唱并非来自巴黎人的咖啡馆文化，而是来自美国内部。这一自我批判风潮的历史背景是动荡不安的20世纪60年代，以及在美国许多校园里爆发的学生激进主义运动。1969年，赫伯特·希勒出版了《大众宣传工具和美利坚帝国》一书，书中指出，美国国务院为了进一步扩大美国资本主义的利益，正在向全世界发动一场“电子侵略”——领军先锋是CBS、RCA和NBC等美国传媒巨头。20世纪60年代，具有相似思想倾向的批评家们在批评美国的帝国主义时说，美国大众文化已经成为一种统治世界的麻醉工具。有些批评家宣称，美国正在利用自己的超级大国影响操纵