

The Spectacular Achievements of Propaganda

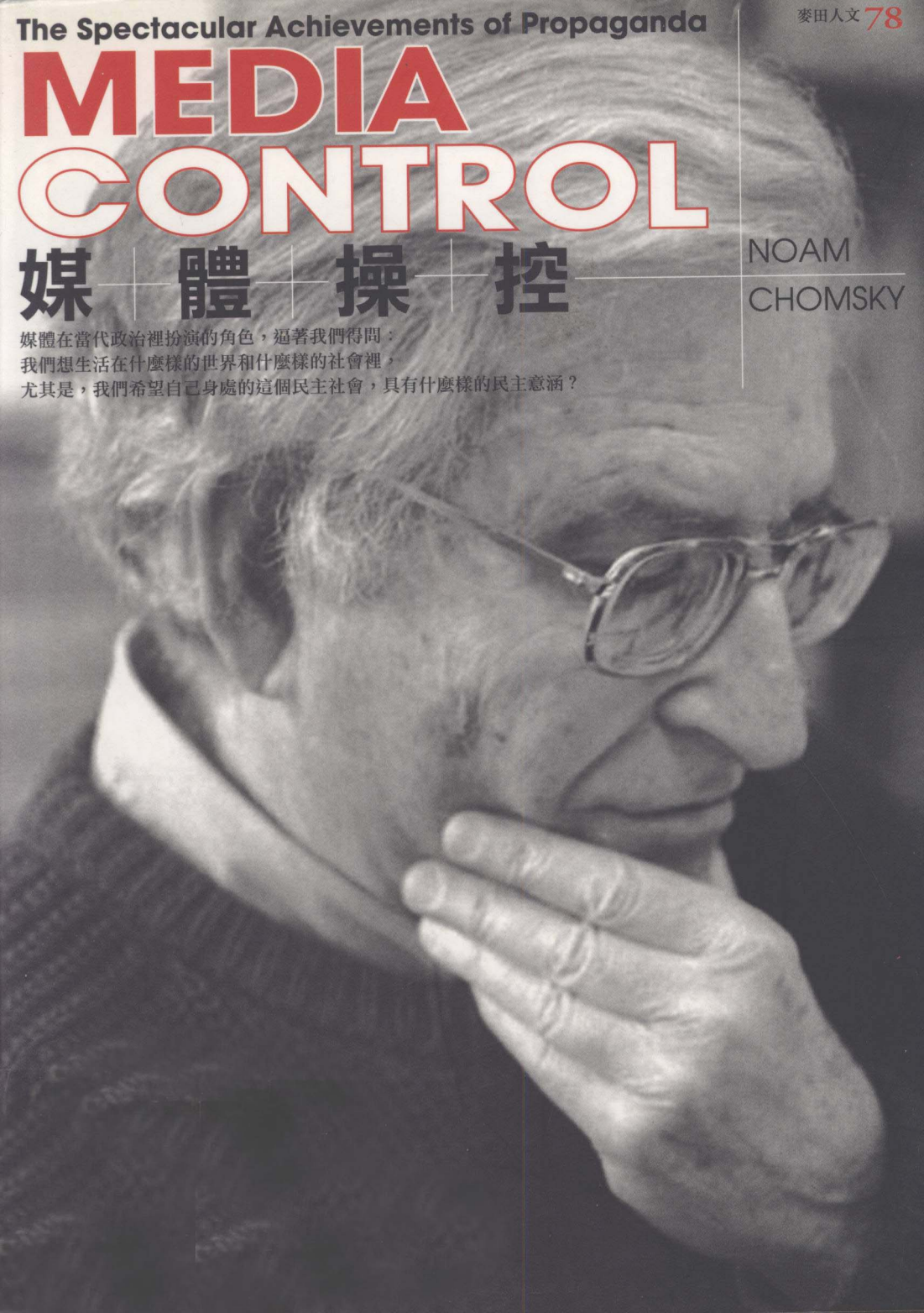
MEDIA CONTROL

媒 + 體 + 操 + 控

NOAM

CHOMSKY

媒體在當代政治裡扮演的角色，逼著我們得問：
我們想生活在什麼樣的世界和什麼樣的社會裡，
尤其是，我們希望自己身處的這個民主社會，具有什麼樣的民主意涵？



麥 田 人 文

王德威／主編



MEDIA CONTROL

Copyright ©1991, 1997, 2002 by Noam Chomsky

Chinese translation copyright ©2003 by Rye Field Publications, a division of Cité Publishing Ltd.

Published by agreement with Seven Stories Press through the Chinese Connection Agency,

a division of The Yao Enterprises, LLC

All rights reserved.

麥田人文 78

媒體操控

作者 杭士基 (諾姆·喬姆斯基) (Noam Chomsky)

譯者 江麗美

主編 王德威 (David D. W. Wang)

平面設計 Wang Zhi Hong Studio

責任編輯 吳莉君、吳惠貞

發行人 涂玉雲

出版 麥田出版

台北市信義路二段 213 號 11 樓

電話：02-2351-7776 傳真：02-2351-9179

發行 城邦文化事業股份有限公司

台北市愛國東路 100 號 1 樓

電話：02-2396-5698 傳真02-2357-0954

網址：www.cite.com.tw 電子信箱：service@cite.com.tw

郵撥帳號：18966004 城邦文化事業股份有限公司

香港發行所 城邦(香港)出版集團有限公司

香港北角英皇道 310 號雲華大廈 4/F,504 室

電話：25086231 傳真：25789337

新馬發行所 城邦(新馬)出版集團有限公司

Cite(M) Sdn. Bhd.(458372U)11, Jalan 30D/146, Desa Tasik,

Sungai Besi,57000 Kuala Lumpur, Malaysia

電話：603-90563833 傳真：603-90562833 電子信箱：citekl@cite.com.tw

製版印刷 中原造像股份有限公司

初版一刷 2003 年 7 月 1 日

有著作權·翻印必究 (Printed in Taiwan)

ISBN986-7691-34-2

售價 200 元

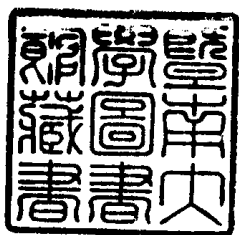
※本書如有缺頁、破損、倒裝，請寄回更換。

感謝台南紡織社會福利基金會贊助

The Spectacular Achievements of Propaganda

MEDIA CONTROL

媒 | 體 | 操 | 控



杭士基(諾姆·喬姆斯基)——著

江麗美——譯 金恆煒 | 馮建三 | 張錦華——導讀

導讀

Chomsky現象——金恆煒。007

Actions speak louder than words——馮建三。013

是宛如寓言的表述嗎？——張錦華。019

目次

+ 1

MEDIA CONTROL

The Spectacular Achievements
of Propaganda

媒體操控——宣傳的驚人成就。027

引言。029

宣傳的早期歷史。031

民主的旁觀者。034

公共關係。041

操控輿論。049

宛如真實的表述。054

異議文化。057

敵人來了。060

選擇性的認知。064

波灣戰爭。070

+ 2

THE JOURNALIST FROM MARS

How the "War on Terror" Should Be Reported

火星來的記者——「反恐戰爭」應如何報導。083

導讀1

Chomsky現象

金恆煒 〈當代〉雜誌總編輯

杭士基（Noam Chomsky）在兩個領域中都卓然成家，不同的是，其境遇截然相異。一方面他是公認的語言學大師，另一方面他卻是不合時宜的政治評論家，全然不受重視。遂而造成了奇異的杭士基現象。

杭士基的學術發皇甚早，而且一出手就形同「典範」轉移。1957年他出版《句法結構》（*Syntactic Structures*）一書，挑戰了傳統的學習理論，尤其是史基納（B. F. Skinner）開出的刺激—反應學說，杭士基提出轉換語法的語言學理論，從而根本上改變了心理語

言學的目標以及在語言上的看法。杭士基證明語言使用者能夠生成無數可能出現的句子，從而使心理學家認識到語言此一行為遠比想像的要複雜得多。換言之，杭士基無疑是進行了語言的革命，其影響之大，迄今不墜。

然而，杭士基備受爭議的是他的政治評論。他不折不扣是「異議分子」，而且是美國少數雖處於邊緣卻持續發聲不輟的「個體」。他批判美國的體制不斷，聲音很多卻很微弱，因為主流媒體連正眼也不看他一下，冷嘲熱諷還是餘筆。

記得有一次和美國《時代》雜誌（*Time*）的記者談到此公，他滿臉不屑的說，美國媒體從不把他當一回事。確實，杭士基自己就慨乎其言的說，身為語言學家的他應數學家之邀，去談論他的理論，常有人表示尊敬與興趣，儘管他對於數學家的行話相當無知；然而他一旦試著從反對立場呈現美國外交時，一些公認的外交政策專家即嘗試阻止他的發言，理由是他並非合格的外交政策專家。可見其冷與其熱之不同如此之大。

杭士基是不是「政治」的「外行」，當然有見仁見智之處，不過，杭士基之名聲所以遠颺，得與美國作家 Gore Vidal 一樣受人推崇，當然在於他活力四射的堅持上。總之，你可以不贊成或反對杭士基的論點，但你不能不反思杭士基的言論，他的批判基本上立基在更美好的事物上，他也有一套道德標準去衡量已知的事實；完全符合「批判性」的定義。

從這個角度來看杭士基的《媒體操控》，就可以知道杭士基雖然突出媒體的作用，但不是把媒體當成「孤立」的機制，而是國家資本主義不可或缺的一環；企業視媒體為壟斷品，並以此取得無盡的資源。

杭士基全力攻伐的是美國國家主義，而其運作就是從「宣傳」著手，從1916年威爾遜（W. Wilson）總統開始一直到美國遂行的「紅色恐慌」到今天，美國在企業界與媒體支持之下，完成了儀式性的愛國觀念，於是不問原則，不問是非，也不問事實，用杭士基的話：「事情的真相埋在無數謊言堆疊而成的龐大建物底部」，

「歷史是造假」，媒體不但進行「選擇性的認知」，而且是「馴化」大眾的武器；在《媒體操控》中，他一再強調「人們黏在電視機前」的現象，大眾（你）因此選擇不關心真正發生的，而是掉頭回去看超級盃足球賽，但必要時，媒體還要激起大家對敵人的恐懼。

杭士基最不滿的是，許許多多與主流價值與意圖不符的「事實」，卻不受全國性報紙的青睞，電視台也拒播，而杭士基則努力以「不見天日」的材料，來展現美國行為的真正動機；他站在「政治不正確」一邊。即使真的代表「正義」，可憐也只是喧嘩，眾聲下必須豎起耳朵努力傾聽到的微言。

杭士基到底能造就什麼成績？他的言論具有什麼意義？探究起來，老實說一定極端分歧。他的論域明顯的是自成一格，可能完全悖逆權力邏輯，相信他也不願意寄身其中。

導讀2

Actions speak louder than words

馮建三 政治大學新聞系教授

事實勝於雄辯，人人朗朗上口。難題在於，事實是什麼？這不是後現代論者的提問，不是哲學上的冥思玄想，也不是以「事未易察，理未易明」作為諒解新聞失實的藉口。

這是意有所指，是本書作者杭士基許多年來，不厭其煩，再三提醒其國人及世人的一件「事實」：美國的主流媒體簡直就是最高明的宣傳者。最高明，因為身在其中，習焉不察，迥然有別於威權國度中的有良知之人，後者意識清楚，前仆後繼，以政府及受其嚴厲管制的媒

體為敵。這樣，我們就看到了一幅非常奇異的景象：號稱與共產主義對立的自由主義信仰之國度，其媒體從業人員雖然毋須聽命於高官，不從命雖然也大致沒有丟掉差事之虞，但依本書之說，美國的媒體居然是三者有其一，承擔了列寧口中「集體的宣傳者」之角色！他們的價值觀、想法，乃至於利益與出身背景，與政商界人士重疊之處，多於衝突。

杭士基之說，不免惹來非議。總有人愛指控他是工具論者，看不到政商之間的衝突，看不到記者的自主，看不到媒體揭發權貴的隱私瘡疤，看不到凡夫俗子的能動性。不過，行為的發言效能，比起言詞，更強更有力（actions speak louder than words），對吧？1960年代的杭士基已經是語言學眾所公認的原創思考者，若不是對常人心存信念，若不是認定高懸標準鞭策媒體仍有作用，他如何能夠、如何願意四十年如一日，專業之外，並且通過各種訪談與講演，以及數量驚人而適時更新的文字，持續抨擊美國主宰權勢集團的虛偽（特別是外交

政策)？杭士基老而彌堅，不知老之將至、已經至，雖然早就可以從心所欲，卻選擇繼續「逾矩」，攻堅邪惡。

杭士基的指控，其實是一種提醒。如同在評論英國報紙對巴黎公社事件的報導時，馬克思提醒人們，「直到現在，還有人以為，基督教的神話能夠在羅馬帝國時代成長，原因是印刷術尚未發明。正巧相反。當代的日報與電報，頃刻間將各種事件傳遍全球，編織了更多的神話……一天之內，神話數量之多，遠比先前一世紀所製造者，還要來得可觀」。

世人，特別是台灣人，迷信美國的程度，已至豈有此理的地步，正需要杭士基的當頭棒喝。這裡不妨舉個與媒體有關的例子。

由於我國新聞局的定位錯亂，近十年來，許多有識之士認為，既然新聞局先前的管制效能不彰，且與新聞局亦職司國家宣傳的職掌衝突，因此應該改制。其中，爭執惡鬥不已的藍綠，在美國之前，有了共識。現在，各

政黨流派都說，台灣有必要模仿美國的聯邦傳播委員會（Federal Communication Commission, FCC），成立傳播委員會。

但是，這個委員會比起新聞局，會高明多少？裁判固然重要，遊戲規則（如媒體的公私產權比例、結構及內容的規範寬鬆等等）更是重要。但多年來，吵著要換裁判的聲浪，淹沒了要徹底翻修規則的呼籲。即便我們只談裁判，但FCC是怎樣的裁判呢？四十多年前，FCC前首席經濟學家史麥塞（D. Smythe）就有了指控，說FCC是美國私人產業的「欽定工具」。今年6月，苦勞網整理了美國「公信力中心」（the Center For Public Integrity）發佈於5月22日的報告，揭露FCC官員在最近八年，總共接受了各大媒體集團280萬美元的旅行招待，其中這些官員最常被招待的地方是賭城拉斯維加斯，達330次。FCC主席邁可·包威爾（Michael Powell）接受了8萬4921元美金共44次的旅行招待，其中目的地最多的也是拉斯維加斯，總共11次。另外一名

FCC 政策計畫辦公室主管羅伯·佩珀 (Robert Pepper)，從1996年9月到2003年3月的79個月中，總共被招待104次，共花費14萬9595美元。若說FCC和傳播媒體是互利互生的體系，是美國官商勾結、「裙帶資本主義」的具體典型，誰曰不宜？

馬克思批評媒體，卻無礙於他的事業起於在報社擔任總編輯，無礙於他終生勤勞地通過撰寫時事評論與分析，既多少貼補家用，也作為干預社會的手段。杭士基也是這樣。我們希望台灣也會有更多的人，努力戳破主流媒體的說法與意識，讓國人能夠洞視，美國所提供的防護傘不但可能不是台灣安全、幸福與否的最大保障，反而不無可能是賣台的真正根源。

