

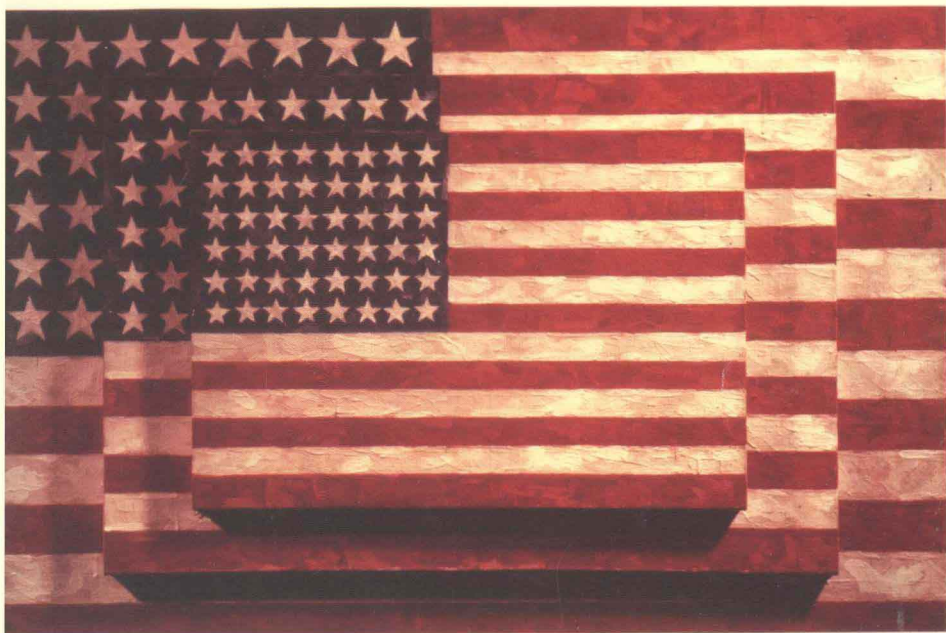


大学译丛

[美]赫伯特·席勒 著

刘晓红 译

# 大众传播与美帝国



Herbert I. Schiller

Mass Communications and  
American Empire

上海译文出版社

# 大众传播与美帝国

〔美〕赫伯特·席勒 著

刘晓红 译

## 图书在版编目(CIP)数据

大众传播与美帝国/(美)席勒(Schiller, H.)著;刘晓红译.

—上海:上海译文出版社,2013.6

(大学译丛)

书名原文: Mass Communications and American

Empire

ISBN 978-7-5327-6037-4

I. ①大… II. ①席…②刘… III. ①大众传播-研  
究-美国 IV. ①G219.712

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 276415 号

## MASS COMMUNICATIONS AND AMERICAN EMPIRE

by Herbert I. Schiller

Copyright © Herbert I. Schiller

本书根据 Westview 出版社 1992 年版译出

Published by arrangement with Westview Press, a subsidiary of Perseus L. L. C.

All Rights Reserved

图字: 09-2005-078 号

## 大众传播与美帝国

[美]赫伯特·席勒 著 刘晓红 译

责任编辑/张吉人 装帧设计/未氓设计工作室

上海世纪出版股份有限公司

上海译文出版社出版

网址: www.yiwen.com.cn

上海世纪出版股份有限公司发行中心发行

200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc

常熟市文化印刷有限公司印刷

开本 890×1240 1/32 印张 6.75 插页 2 字数 160,000

2013 年 6 月第 1 版 2013 年 6 月第 1 次印刷

印数: 0,001—4,000 册

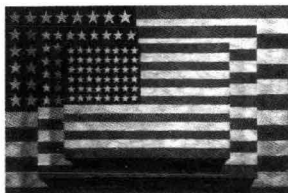
ISBN 978-7-5327-6037-4/G·179

定价: 30.00 元

本书中文简体字专有出版权归本社独家所有,非经本社同意不得转载、摘编或复制  
如有质量问题,请与承印厂质量科联系。T: 0512-52219025

# MASS COMMUNICATIONS AND AMERICAN EMPIRE

HERBERT I. SCHILLER



上海译文出版社

# 第一版序言

这本书的出版可谓非常及时，它朝着纠正传播学著作中的严重失衡现象迈出了坚实的一步。

如果我们采用保罗·F·拉扎斯菲尔德(Paul F. Lazarsfeld)在20世纪40年代初期首次做出的那个有价值的区分——“批判”学派和“行政”学派<sup>[1]</sup>，那么，在上一代人中，传播学领域的学者和学生们所看到的“批判”学派的著作较少，相比较而言，他们所看到的“行政”学派的著作较多。拉扎斯菲尔德所谓的行政学派的研究主要是指在由大众媒介本身或由广告商、代理商和政府等支持机构设定的参照框架内进行的研究。这种研究想当然地认为制定权限的这些机构的基本方针是合理的。大量资金被投入到行政性的传播研究中，尽管这些资金与投入到自然科学研究中的资金相比微不足道，但近年来增长迅速，尤其是因为最近对发生在发展中国家的“动乱”的政治经济根源的认识迫切要求解决传播外交的效率问题。尽管市场调研主要用来促进大众媒介更加高效地实现其作为商业机构的组织目标，但是自第二次世界大战以来，心理学家和社会学家们所做的研究已经默认了相同的权限。从20世纪50年代开始，经济学家、政治学家以及人类学家纷纷被吸引到传播的行政研究中，特别是有关发展中国家的研究，就像传说中的亚瑟王宫殿显现一样具有戏剧性。《异议的学派》(*The Dissenting Academy*)一书说明了这一点。

拉扎斯菲尔德所谓的“批判”性研究在北美仍然少见。这类研究通常

---

[1] Lazarsfeld, Paul F., "Remarks on Administrative and Critical Communications Research", *Studies in Philosophy and Social Science*, Vol. 9. Columbia University.

是一些陈旧的研究领域中附带涉及的研究。相关的著作有C·赖特·米尔斯(C. Wright Mills)<sup>[1]</sup>，罗伯特·A·布雷迪(Robert A. Brady)<sup>[2]</sup>，瑟曼·阿诺德(Thurman Arnold)<sup>[3]</sup>，罗伯特·S·林德(Robert S. Lynd)<sup>[4]</sup>等人的文章。或者像丹尼利恩(Daniellian)的著作《美国电话电报公司》(ATT)那样，内容陈旧，以至于只能作为历史材料参考。

赫伯特·席勒(Herbert Schiller)的这本《大众传播与美帝国》(*Mass Communication and American Empire*)之所以成为批判传播研究中的一部优秀作品有以下几个原因。首先，它第一次以全面分析的方式，联系美国大众传播两个最重要的功能——经济功能和政治功能，批判地研究了美国大众传播的结构与政策。其次，席勒教授从现实主义的立场出发研究问题，利用企业和政府的信息来源的广泛性和多样性来解释大众传播的动力与结构问题。在这本著作中，没有玩弄任何繁琐的计量经济学模型，而是分析了与媒体的董事会、立法者相关的现实问题。最后，贯穿全书的观点使得该书与受黑人民权运动和越南战争冲击的美国大选所面临的问题相关。这些问题从不同的角度集中质疑了美国的一些机构的政策，认为这些政策可能把美国乃至全世界置于巨大的危险之中。由于大众传播媒介具有议程设置功能，它设置了日常生活中哪些议题需要关注或哪些问题是重要的，因此，如果确实要改变美国的议程或议程设置结构，就必须理解美国大众媒介的功能。基于以上理由，我认为《大众传播与美帝国》是一部有价值的著作，它应该成为社会科学领域内大学生的必读书目。

达拉斯·W·斯迈思

萨斯喀彻温大学

1968年12月

[1] Mills, C., Wright, *White Collar*, Chapter 15, (1951).

[2] Brady, Robert A., *Business as a System of Power*, Chapters 7—9, (1943).

[3] Arnold, Thurman, *The Folklore of Capitalism*, Chapters 7—8, (1937).

[4] Lynd, Robert S., *Knowledge for What*(1939).

## 二十五年来 的回顾

《大众传播与美帝国》写于 1965 到 1967 年之间，首次出版于 1969 年。此后世界力量的对比发生巨大变化。然而美国媒介/文化在世界的优势地位虽然不像过去那样稳固，但并未受到触动。1991 年的波斯湾战争为这种优势地位提供了新的标尺。

在波斯湾战争中，美国的信息垄断和控制从一个新的方面得到了证明。在美国国内、乃至全世界传播的关于这场战争的讯息和影像都是由一家公司——美国有线新闻网(CNN)提供的。而反过来，美国有线新闻网的新闻素材根本上来源于两个地方——五角大楼和白宫。这样，世界上大部分国家对波斯湾发生的事件及其意义的理解实际上都来自美国这个单一的信息源。<sup>[1]</sup>

那么，这种无与伦比的能力——规定、解释的权力在过去的 25 年中是怎样得以维持，甚至**加强**的？同样重要的是，在媒介—文化的影响力方面，20 世纪的 60 年代与 90 年代相比存在哪些差异？以下内容就是这些问题的答案。

《大众传播与美帝国》这本书的理论框架以 1945—1965 年间的三个地缘政治特征为基础。第一个特征就是美国依靠其经济、军事和信息的综合实力在全球范围内确立了其优势地位；第二个特征是辽阔的由

---

[1] Hamid Mowlana, George Gerbner, and Herbert I. Schiller, eds., *Triumph of the Image: The Media's War in the Gulf—A Global Perspective* (Boulder: Westview Press, 1992).

国家管理的地区的存在，该地区自称是社会主义，覆盖了世界近三分之一的人口。所有人都认定这个庞大的地区与以美国为首的阵营是对立的两极。第三个特征是近来从欧洲殖民地获得独立的民族国家在非洲、亚洲和中东地区兴起，这些国家构成的地域不同于以上两个集团，此外，它也包括中美洲和拉丁美洲的民族国家，这些国家虽然名义上已经独立了一个世纪，但事实上，它们在政治经济上仍然是美国（更早是英国）的附庸。

新兴民族国家和拉丁美洲国家共同构成了后来所谓的第三世界国家。有时它们被乐观地贴上“发展中国家”这个标签，或偶尔被称为“低工业化国家”。第三世界国家松散地组织在一起，其中著名的就是不结盟运动。当时，不结盟运动也无可非议地被看作是美国和西方国家的对立面。在这场运动中最具战斗精神的一些国家已经开展了民族解放斗争。

过去 25 年来的发展已经显著地改变了 20 世纪 60 年代的地缘政治的特点。例如，美国的公司经济这些年来增长迅猛，但是它在全球的地位却被削弱了。在美国国内，工业的基础结构显著收缩，与此同时，信息服务业的巨大增长已经在很大程度上改变了这个国家的劳动与就业。

同样严重的是，社会主义国家集团也大大收缩。这个集团中的工业化较高的国家（如前苏联、捷克斯洛伐克、匈牙利和波兰）已经基本上取消了其由国家制定计划的特征，并以不同的速度在不同的程度上重新建立资本主义制度和价值观。与世界资本主义抗争了 70 多年的主要一极令人难以置信地瓦解了。

20 世纪的 90 年代与 60 年代之间的另一个不同的社会环境就是不结盟运动几乎不再发挥作用。随着不结盟运动的衰落，与西方资本主义对立的另一极也暂时不复存在了。除了少数几个国家之外，其他第三世界国家的统治阶层接受了西方的市场经济，并且允许或者说无力阻止他们的国家被纳入世界市场体系。



简而言之，20世纪60年代中期的三个决定性的特征在接下来的25年中经历了180度的大转弯。接下来我们将逐个分析其中的每一个转变。

## 变化中的美国公司经济

目前我们不难看出，20世纪60年代中期，在美国大规模入侵越南并且遭受惨败之前，美国工业的实力曾经在世界范围内达到顶峰。美元是国际贸易和投资中居支配地位的流通货币。美国军队在世界的大部分地区驻防。联合国也完全被西方列强(主要是美国)所操纵。世界上大部分国家的影像和信息产品通常是美国生产的电影、电视节目、音乐、新闻和流行文化产品。

美国在全球的实力虽然没有全部、但已经部分地由过去的优势明显地转为劣势。虽然美国的工业实力在国际上每况愈下，但相对而言，在美国国内，公司的政治文化影响力却是无孔不入。以下将描述这种奇怪的现象。

早在20世纪60年代末、70年代初期，公司美国(corporate America)开始面对来自两方面的强大压力。一个压力就是德国(仅指西德)和日本随着其力量不断增强开始重返国际市场。在过去的20年里，这些彻底重建的、完全现代化的经济体大力争夺国际市场份额，再加上几只“亚洲虎”的出口压力，大大削弱了美国在全球的优势地位。

另一个压力就是全球性经济衰退的出现。它在初期并未引起人们足够的注意，但目前已持续了很多年。失业问题在几个工业化国家(法国、英国、加拿大、荷兰、澳大利亚等等)都已经非常严重。

美国公司竭尽全力应对或者说适应金融和技术领域的外国竞争和经济萧条。20世纪80年代，即里根时期的金融战略(如果可以用这个词)是接管和吞并大公司，并通过发行贬值的有价证券、垃圾债券来为兼并

提供融资。只要经济有所增长，这对交易的操纵者来说是非常安全的，并且极其有利可图。但一旦经济机器停转，偿还公司高额债务利息的能力就会急剧下降。减记资产账面价值和破产成为20世纪90年代美国经济的标志，而且让人看不到尽头。各种各样的投机行为和不断产生的债务几乎没有给多数处于困境的公司留下多少调整空间。

为维持其在全球市场上的地位，公司美国在技术上采取的措施更加扭曲、更具破坏性。它以令人难以置信的速度使社会秩序发生了颠覆，从而影响了各个行业、工人就业，乃至千百万美国人的工作环境。这种混乱的变化已经被作为一种技术福音强加到公众的头上，并且被贴上了神秘而可靠的标签——“信息社会”。随着所有表达观点的舆论喉舌一致认为向使用信息的社会的转变，是人类自五千多年前定居农业出现以来最激动人心的进步，计算机已经被广泛使用于政府机构、工厂办公室、工业生产过程、零售业和家庭之中。

计算机在经济领域的应用如此迅速令人始料不及。就在10多年前，我还天真地主张实行放慢发展的政策，建议“在计算机被广泛应用于各行各业之前，依靠全世界的力量系统全面地确定计算机的适用范围、标准、编码……[此外]，不要迅速传播这种标准和编码。这是绝对有利的，因为在全球权力和影响力不平等的时期，这为思考这个囊括了先进的通信以及其他技术的巨大联合体，并得出结论提供了时间。”<sup>[1]</sup>

当时提出的这个建议实际上落后于现实。计算机的应用已经势不可挡。20世纪80年代见证了计算机化的加速过程。经过充分的深思熟虑之后，美国社会实现了计算机化。政府支持的公司和军事项目已经为此作了几十年的准备，它们是使用计算机的先行者，后来计算机才被广泛使用。美国领导人在第二次世界大战后马上制定了著名的马歇

---

[1] Herbert I. Schiller, *Who Knows: Information in the Age of the Furtune* 500 (Norwood, N.J.: Ablex Publishing Corp., 1981).

尔计划，以否定欧洲人自身具有彻底复兴其经济的能力，就像这个计划一样，发展计算机和卫星(电信)对于维持美国工业优势和全球领先地位来说同样是一个卓有远见的开端。计算机化的起源向人们说明了一切。

自二战期间开始，半个世纪以来，美国军方已经从其天文数字般的预算中分流出大量的研究和开发经费用于发展新的信息技术，特别是计算机的研究。

五角大楼的兴趣远非是学术性的。它实际上希望获得的回报是各种数据和信息的处理能力，以使美国军事机构与其世界各地的部署保持及时的、持续不断的联系，并监视世界范围内敌友国家的通信。五角大楼在研发上的支出流向了公司、政府以及大学的实验室，其中相当大的一部分用于电子学、计算机和人工智能的研究。这些投资带来了信息时代的产品。这些产品在很大程度上解释了美国在该领域早期的世界领先的优势地位。

战后美国商界和政界的领导人部分地达成了—个共识，即认为政府没有效率，所以必须到公司中寻求最高的效率，这种观点在里根—老布什时期几乎被提升到权威的、经典的地位。但是，具有讽刺意味的是，像信息社会这个所谓的高效率的象征也是依赖政府的投入才得以存在。

例如，道格拉斯·诺布尔详细分析了军方对以计算机为基础的教育的发展产生的巨大影响，以及两者的关系对青少年教育造成了怎样的后果。此外，他还提供了一些资料，这些资料说明“虽然计算机科学不是军事科学的一个分支，但是70%的学术研究是由国防部资助的”。<sup>[1]</sup>

二战以后科学与技术的主要资助机构——(美国)海军研究室(ONR)、兰德公司、国家科学基金会(NSF)以及原子能委员会(AEC)无

---

[1] Douglas Noble, *The Classroom Arsenal: Military Research, Information Technology and Public Education* (London: Palmer Press, 1991), p. 283.

一不严重依赖军方的资助。

在 20 世纪 90 年代，军方资助开始收紧，因为随着“红色威胁”的消失，军事预算开始主要用于军事防御。这对于依赖政府（与军事一体）资金支持的信息和电子科学领域的未来研究来说前景不明，令人担忧。但是，使用信息的（information-using）经济基础仍然巍然不动，其效果显而易见。

## 新信息技术的主要使用者

新信息技术的狂热支持者和倡导者，特别是计算机专家已经把那些对新技术的用途提出质疑的人称作“技术恐惧者”，就像 19 世纪早期英格兰的机器捣毁者一样害怕新技术。但这并不是一个喜欢或讨厌新技术的问题，真正需要提出的是：谁是新技术的主要使用者以及他们使用新技术用来做什么？显然，这个议题与前面的问题密切相关，即这些新技术来自哪里？它们为什么获得如此慷慨大度的支持？

那么，谁是计算机、卫星以及相关设备的最大的使用者？不言而喻，军方、智能服务业对高速的全球通信设备感兴趣，并使用这些设备，除了它们，近年来这些新的数据处理和传输性能的主要受益者就是大企业。通过使用这些新技术，公司不仅可以在国内市场运作，而且同样可以在国际市场上运作。通过使用目前的尖端通信——价格不菲的服务，公司进行国际交易就像在国内一样容易。关于世界上任何一个生产地的数据都可以很快获得。资本能够以电子的方式从一个地方转移到另一个地方。哪里的劳动力便宜，全球公司就会到哪里雇佣劳动力，不管被它放弃的生产场地的工人所遭受的痛苦和为此付出的代价有多大。

毫不奇怪，目前，几千家大公司所占据的全球生产份额日益增加。这些公司中很大一部分仍然是美国的公司，尽管这个比重正在减少。

《财富》杂志根据其1990年排列的“全球500强”——世界上最大的工业企业名单指出，“在这个名单中，美国以167家企业榜上有名而列居各国之首。这个数字比日本、西德、加拿大三国公司的总和还要多……在全球500强的25种行业中，美国有14种行业排列在第一位。”尽管有这些信息作保证，《财富》杂志还指出，“尽管这些数字非常引人注目，但是美国的优势地位正在缓慢衰退。在1980年，在500强的前50位中，美国公司有23家，而日本公司只有5家。目前，这个数字演变为美国公司17家，日本公司10家”。<sup>[1]</sup>

这些大企业在全球经济事务中所发挥的决定性作用已经使它们（少数例外）凌驾于世界上大多数国家的政府权威之上。例如，一些主要的美国大公司的国际资产负债表展现的情况与国内政府的完全不同。虽然几年来美国经济整体上一直处于令人沮丧的贸易逆差状态，但是美国的跨国公司却保持非常好的运营状态，它们的账上总是有盈余，并且获取了丰厚的利润。

当这些跨国公司为获取最大利润率而在世界各地寻找低成本的生产场地（经济学家称之为“比较优势”）时，它们却在国内的总部留下了大量失业的工人、关闭的工厂，令人们失望。但是这些并不是资产负债表的项目，因此在计算跨国公司的效用时并不被考虑或者计算在内。

这样，在美国的全球公司保持非常良好的态势的同时，美国这个国家不仅失去了活力，并且其世界影响力也减弱了。事实上，直至目前，试图纠正这种逐渐加深的病态的最微小的举动都已经被公司及其政治代理人成功而有力地阻止了。公司及其代理人在美国国会和国家政治进程中具有举足轻重的地位，这是一种非常可怕的连环，将会毁掉美国的民主事业。

在当前这个已经建构起来的信息时代，几千家超级大公司通过使用

---

[1] “The Global 500: The World’s Biggest Industrial Corporation”, *Fortune*, July 30, 1990, p. 265.

最先进的信息技术无所顾忌地在全球范围内运营，这些公司不负责任的行为在国内造成的代价(包括物质成本和人力成本)促使美国的基本福利下降以及国际影响力削弱。曾经用来责问公司的政策和实践要求其负起责任的政治程序被阻塞了，国内的媒介—文化部门也自然地演变为公司运营的领域。

这些新的信息技术——电视、电缆以及通信卫星必定与计算机一样包括在内——已经使公司大举侵入国内的文化和舆论领域。

当然，我们不得不承认，自一个半世纪前的南北战争以来，美国的大企业在美国社会中虽然不拥有支配性的地位，但是却具有强大的影响力。今天，在新的通信设备的武装下，美国企业的强大影响力得到无法估量的加强。由于大公司是国家财富的主要积聚者，处于生产的核心，并且以最显著的位置出现在媒体或文化报道中，因此，其权威和资源是其他机构所无法企及的。

然而，在国内或国外使用新的信息技术满足自身利益需求之前，大企业已经大规模地接管了国内的传播机构。这种接管早在20世纪20年代无线电广播刚刚普及时就已经开始，在20世纪40年代末、50年代初电视出现以后进一步加剧，电子媒介大量地被企业机构、特别是“国内广告商”所使用。由于从无线电广播的早期开始，报纸、无线电广播和电视就大量地用于市场营销，因此，美国的信息机构也更加合理地被理解为销售机构了。

把尖端的通信设备以及辅助服务(如调查)广泛用于教导和说服消费者是发达资本主义最显著的特征，这种现象在美国非常盛行。大量的精力和财力被用于研究和创造消费者、制造实现这些目标的讯息和影像、尽可能多地占领人们(潜在消费者)的聚集地，这已经制造了一个带有浓厚商业色彩的社会环境。<sup>[1]</sup>

---

[1] Herbert I. Schiller, *Culture Inc: The Corporate Takeover of Public Expression* (New York: Oxford, 1989).

迫切希望接触和影响消费者的努力渗透到所有的场所或场合。无论是在节目编排中，还是在商业广告中，无线电广播、电视和报纸都是最常用的传递销售信息的渠道。无论如何，这一进程都不会止步不前。例如，体育已经市场化了。被吸引观看大型职业体育比赛的大量观众是为了满足大广告商的需要而被动员和组织起来的。为常规体育赛事提供资金的是国内的电视网和有线电视公司，而后的收入来源是国内的广告商和大公司。这笔巨额资金的一小部分会到运动员手中，并引起了人们对一些运动员所得到的超常水平的薪金的批评，但对流入电视网和有线电视公司所有人腰包的大笔资金却避而不谈。敢于提及这一现象的体育作家非常少见，敢于批评为这些利润丰厚的企业提供支持的源泉——广告——的体育作家就更少了。

因此，几乎没有一个文化空间可以存在于商业网之外。以音乐会为例，无论是古典音乐还是流行音乐，都有公司赞助商。再如，街区义卖和城市马拉松赛都带着各种公司的标识。近来，美国最具声望的科学与文化机构——史密森学会正式宣布允许在其部分展览会上使用公司标识。与此相类似，1万多所中学已经允许在其教室中播放带有商业广告的电视节目。为这种破坏教育的行为提供的辩护理由貌似合理，即认为孩子在家中就已经收看广告了，因此，在教室里播放商业广告并不是一种违背原则的特别行为。

公司赞助商的傲慢与大胆令人震惊。例如，雷诺·纳贝斯科公司——一家大型食品公司——成功地将其生产的一种产品的广告赫然印在美国农业部的官方出版物上。菲利普·莫里斯公司——一家烟草公司——是各类艺术活动的主要赞助商，它在赞助各类重大的演出或展览的同时谨慎地推介自己的烟草产品。对于侵入美国人生活的方方面面的商业行为来说，似乎没有任何限制。民主党的保守派为研究其参加1992年全国大选的策略召开了一次会议，这次会议聚集了“来自全国50个州的800位代表，其中包括国会议员、州和地方官员、大公司的院外活动集团等等。包括美国电话电报公司(A. T. & T.)、雷诺·纳贝斯

科公司、菲利普·莫里斯公司在内的公司赞助商提供了从 300 美元到 25000 美元不等的赞助款来支付为期三天的会务开销。<sup>[1]</sup>

目前，使公司消费信息和影像填满社会空间成为可能的设备和办法，往往被那些能够付得起使用费的人所使用或掌握。传播业（以及其他工业）在 20 世纪 70 年代开始出现解除管制的趋势，到 20 世纪 80 年代，这种趋势开始猛烈地得到推进，这一进程可以最恰当地理解为信息技术：已被人们选作用来提高公司利润的工具。<sup>[2]</sup>各种新的信息技术脱离社会的监管，在国内外广泛用于商业目的，它们降低了通信的成本、提高了管理决策的灵活性，即生产和工作可以从一地转换到另一地，但却不承担任何责任。

我们很难夸大社会责任的重要性。在解除管制以前，大公司在传播领域也许已经为所欲为。但是社会责任这一原则以管理机构——例如，联邦通信委员会（FCC）——实际存在的形式获得公认，并成为制度。

虽然联邦通信委员会仍然设立在那里，但已经今非昔比，它已经放弃了其社会管理权。无限制的兼并和集团化、完全不顾广播电视为公众利益服务的长期责任、通信卫星机构的私有化以及大量其他措施已经使传播业在国内外的业务中具有了相当大的自由度。

这种发展造成的后果之一就是国家共同体演变为一个有组织的消费群体，选民的政治意见被公司的观点所取代。从 20 世纪 60 年代末开始，最高法院的一系列判决对此采取了支持的态度，进入 80 年代以后依然如此，<sup>[3]</sup>这样，所谓的“公司言论”作为受保护的表达在第一修正案的保护下逐渐获得了合法地位。

在现有法律的支持下，公司使用大众媒介的权力得到了进一步加强，这种权力甚至强大到了似乎其本来就是如此的地步。美国电视业

---

[1] Gwen Ifill, "Democratic Group in Dispute over Goals", *New York Times*, May 7, 1991.

[2] Dan Schiller, *Telematics and Government* (Norwood, N. J.: Ablex Publishing Corp., 1982).

[3] See *First National Bank of Boston vs. Bellotti*, 1978.



多年来形成的经营方式，使得只有那些最具有经济实力的客户才能买得起针对家庭的电视广告时段。而最具有经济实力的客户实际上就是那些最大型的商业企业。因此，金钱统治与法律规定相辅相成的现象大行其道。

## 公司观点的国际化

公司的声音目前已经远远超越了各大洲的限制，就像公司的运营不再局限在国家范围内一样。通过与海外同行的合作，以其雄厚的经济实力为后盾，强大的美国公司在国际范围内获得了如同在美国国内一样的运营权力。相应地，20世纪70年代末在美国国内兴起的解除管制的浪潮波及到大洋彼岸，并很快成为英国撒切尔主义的主要观点之一。目前，解除管制已经在整个欧洲大陆盛行。这场运动在传播业部门尤其激烈。

就在不久以前，西欧的传播业还是国家专有的部门。但近几年来，接二连三地，在英国、法国、意大利、西班牙等国家，跨国公司以及国内公司的利益集团已经使国有广播公司和电话公司私有化和自由化（商业化）。

在类似的刺激下，拉丁美洲、亚洲和非洲也出现了不同程度的类似的转变。公司表达意见的自由、特别是发布销售信息的自由已经成为世界上大部分地区发生的共同变化。毫不意外的是，在作为公司表达自由的成功范例——公司支配的信息频道的鼓噪下，这些变化所带来的利润已经以压倒之势流向庞大的全球性公司。这些巨额利润已经使资本在世界范围的影响力获得难以抗拒的增长，与此同时，也削弱了资本的对立面——有组织的和无组织的工人运动。公司的媒介—文化影响力仍然得到了加强。

另外，20多年来还发生了一个惊人的变化。尽管在20世纪60年