

no.4

第四场争锋

媒介、霸权、应对

王光宇 / 著



天津出版传媒集团

天津人民出版社

第四场争锋：

媒介、霸权、应对

王光宇 著

天津出版传媒集团

天津人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

第四场争锋：媒介、霸权、应对 / 王光宇著. —
天津：天津人民出版社, 2017.11
ISBN 978-7-201-12513-8

I. ①第… II. ①王… III. ①传播媒介—研究—美国
IV. ①G219.712

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 277940 号

第四场争锋：媒介、霸权、应对

DISICHANGZHENG FENG MEIJIE BAQUAN YINGDUI

王光宇 著

出 版 天津人民出版社
出 版 人 黄沛
地 址 天津市和平区西康路 35 号康岳大厦
邮政编码 300051
邮购电话 (022)23332469
网 址 <http://www.tjrmcbs.com>
电子信箱 tjrmcbs@126.com

责任编辑 赵 艺
封面设计 王 烨

印 刷 天津市纳彩印刷有限公司
经 销 新华书店
开 本 880×1230 毫米 1/16
印 张 21.5
字 数 330 千字
版次印次 2017 年 11 月第 1 版 2017 年 11 月第 1 次印刷
定 价 68.00 元

版权所有 侵权必究

序

丁军

《第四场争锋：媒介、霸权、应对》这本专著的作者王光宇是我的博士研究生。2006年，他作为南开大学广播电视新闻专业的本科生与我在思想政治理论课的课堂相识，这个小伙子我当时已有所耳闻，是当年天津市高考市内六区的文科状元，教学过程中我发现这是个兴趣广泛、思维敏捷、志向高远很有发展潜力的年轻人。2010年，保送攻读传播学硕士研究生的王光宇与我重逢，并表达了希望就读我的博士研究生的愿望。对于我这位始终从事外国问题及其比较研究以传播主流意识形态为己任的思想政治理论课教师来说，遇到一位外语基础扎实有新闻传播学教育背景的考生着实是一件欣喜之事。2012年，王光宇以优异的成绩考取了我主持的国外马克思主义研究学科博士研究生。修业期间，他先后发表了《发挥微信在主流意识形态传播中的作用》《浅议网络传媒在马克思主义大众化中的作用》等一系列研究成果，在此基础上选择《冷战后美国媒介霸权建构与中国媒介应对研究》为毕业论文，将马克思主义大众化国家主流意识形态传播与抵御以美国为首的西方国家通过媒介的文化侵略有机结合，发挥既立足于马克思主义理论学科又知晓传播学专业的优势，出色地完成了毕业论文，此次出版的这本专著就是在其博士毕业论文的基础之上丰富、加工、修改而成。

《第四场争锋：媒介、霸权、应对》一书以冷战后美国建构全球媒介霸权的模式与行径为研究对象，其研究内容主要包括：美国全球媒介霸权建构的时代背景；美国全球媒介霸权建构的基础；美国全球媒介霸权建构的模式；美国全球媒介霸权的实施手段；我国媒介应对美国媒介霸权的战略战术等，对美国媒介霸权的建构、影响和如何应对进行了全面、系统、深入的梳理和研究。

该书的研究特色主要体现在以下几个方面：

第一，问题导向的深入研究。冷战的结束标志着“美苏争霸”的世界格局随着苏联社会制度的根本改变而宣告瓦解。在世界范围内，马克思主义与西方资本主义文化意识形态的强对抗性逐步减弱，意识形态的多元化似乎正在将世界统一到“普世价值”的体系中来。此后的近30年间，世界逐步向“地球村”演进，全球联动特别是文化领域的一体化不得不让人们思考，我国电影市场为何普遍被好莱坞大片占据？丰富多样的世界文化在媒介产品中的表现到哪去了？谁才是当今文化全球化的逻辑制定者和幕后推手？鉴于此，本书作者选择“第四场争锋”作为标题意指美国媒介全球化的新霸权主义本质，力求对上述问题进行客观、系统的剖析。研究这一问题要求学者必须具备高度的马克思主义理论学养及丰富的传媒领域专业知识，以跨学科研究视角横贯历史的深刻与现实的多元，脚踏实地解决“西方文化意识形态入侵”这一紧迫的时代性命题。从一定意义上说《第四场争锋：媒介、霸权、应对》这本专著填补了这方面研究的空白，其创新意义不言而喻。

第二，参阅中外文资料的广角研究。为使整个研究论证更加充分，内容更加翔实，作者通过多种渠道查阅中英文资料，我也通过在国外工作的朋友帮助他收集和购买了多种相关图书资料，尽力占有美国媒介霸权问题研究方面最权威、最前沿的资料。经过艰苦的筛选、翻译、梳理、加工过程，他提炼出了支撑这本专著研究框架和学术观点的理论学说。丰富的文献资料为本书的写作奠定了坚实的基础。

第三，具有应用价值的务实研究。本书以冷战后美国在苏东剧变的历史背景下大肆建构全球媒介霸权带来的全球性问题为切入点，重点解读了美国媒介霸权的建构模式即全球八大传媒集团的文化意识形态输出和控制，及美国媒介霸权的实施手段即利用操纵信息传播、输出媒介文化、管控新闻媒体等手段实现文化意识形态霸权。在此基础上，作

者力图为中国媒介在新时期如何有效应对全球媒介霸权挑战，实现主流意识形态自强民族文化自信的目标规划可行性战略和可操作性战术体系。

将博士论文加工修改并出版既是对博士学习阶段的总结和检验，又是为日后从事教学科研工作的蓄力和铺垫。博士刚刚毕业走上工作岗位，王光宇就获得了天津市哲学社会科学青年项目，并以鉴定结果“优秀”提前结项。相信王光宇会以此为契机迎来科研的高峰期，祝愿他以这本专著的出版为新的起点，在今后的科学研究工作中取得新的成绩。

目 录

绪 论 / 1

第一章 美国媒介霸权建构的时代背景 / 10

第一节 全球霸权形式的时代变迁 / 10

- 一、霸权的基本概念和不同释义标准 / 11
- 二、冷战中全球霸权形式呈现及特点 / 12
- 三、冷战后全球霸权形式转换及原因 / 13

第二节 美国媒介霸权的建构基础 / 18

- 一、传媒全球化的时代属性 / 18
- 二、世界不平衡的媒介基础 / 24
- 三、美国国际化的媒介实践 / 28

第三节 学术界媒介霸权研究综述 / 31

- 一、国外学者媒介霸权理论研究 / 32
- 二、中国学者媒介霸权理论研究 / 38

第二章 美国全球媒介霸权的建构模式 / 44

第一节 美国媒介集团发展脉络概述 / 46

- 一、美国巨型媒介集团的形成与特征 / 46
- 二、媒介集团国际扩张的本质与影响 / 49

第二节 时代华纳集团国际媒介霸权战略 / 52

- 一、时代华纳集团发展历程概述 / 52

二、时代华纳集团媒介霸权战略 / 56

三、启示与应对 / 59

第三节 迪士尼集团国际媒介霸权战略 / 62

一、迪士尼集团发展历程概述 / 62

二、迪士尼集团媒介霸权战略 / 67

三、启示与应对 / 72

第四节 维亚康姆集团国际媒介霸权战略 / 76

一、维亚康姆集团发展历程概述 / 76

二、维亚康姆集团媒介霸权战略 / 78

三、启示与应对 / 83

第五节 默多克新闻集团国际媒介霸权战略 / 88

一、默多克新闻集团发展历程概述 / 88

二、默多克新闻集团媒介霸权战略 / 93

三、启示与应对 / 98

第六节 贝塔斯曼集团国际媒介霸权战略 / 101

一、贝塔斯曼集团发展历程概述 / 101

二、贝塔斯曼集团媒介霸权战略 / 105

三、启示与应对 / 109

第七节 环球广播公司国际媒介霸权战略 / 111

一、环球广播公司发展历程概述 / 111

二、环球广播公司媒介霸权战略 / 113

三、启示与应对 / 118

第八节 索尼集团国际媒介霸权战略 / 122

- 一、索尼集团发展历程概述 / 122
- 二、索尼集团媒介霸权战略 / 126
- 三、启示与应对 / 130

第九节 维旺迪集团国际媒介霸权战略 / 132

- 一、维旺迪集团发展历程概述 / 132
- 二、维旺迪集团媒介霸权战略 / 134
- 三、启示与应对 / 140

第三章 美国全球媒介霸权的实施手段 / 143

第一节 施行媒介管控——美国操纵国际信息传播 / 144

- 一、操纵英语信息载体 / 145
- 二、操纵新闻信息传播 / 147
- 三、操纵文化信息流动 / 150
- 四、操纵传播信息标准 / 153

第二节 攫取媒介效能——美国席卷国际意识形态 / 154

- 一、美国媒介利用普世价值感召主权国家意识形态依附 / 155
- 二、美国媒介利用人权问题颠覆主权国家意识形态稳定 / 159
- 三、美国媒介利用国际民主煽动主权国家意识形态动荡 / 163
- 四、美国媒介利用生活方式摧毁主权国家意识形态根基 / 166

第三节 压榨媒介手段——美国把控国际新闻传媒 / 170

- 一、美国媒介议程设置理论的极端利用 / 170
- 二、美国媒介新闻管理体制的极端干预 / 176
- 三、美国媒介全球舆论环境的极端操控 / 180

第四章 国际社会应对美国媒介霸权的既有经验 / 188

第一节 美国全球媒介霸权的影响与危害 / 188

- 一、促使媒介国际战略地位确立 / 188
- 二、威胁全球主权国家信息安全 / 194
- 三、灭亡世界差异文化潜在动机 / 203

第二节 美国媒介霸权的应对研究与实践 / 208

- 一、国际社会应对美国媒介霸权的理论研究 / 208
- 二、国际社会应对美国媒介霸权的实践经验 / 225

第五章 中国媒介应对美国媒介霸权的战略战术 / 242

第一节 坚定确立媒介战略,及时制定高教战术部署 / 243

- 一、全力打造媒介思想文化强国 / 245
- 二、全力提高信息管理利用能力 / 248
- 三、全力夺取舆论阵地主导地位 / 249
- 四、全力参与媒介市场竞争建设 / 251

第二节 改革完善媒介集团,鼓励参与全球市场竞争 / 253

- 一、中国媒介集团化运营现状及桎梏 / 254
- 二、尊重市场规律深化媒介体制改革 / 258
- 三、发挥市场作用激活媒介运营活力 / 261

第三节 挖掘整理媒介元素,大力弘扬优秀中华文化 / 271

- 一、国际媒介发掘本土文化元素的既有经验 / 273
- 二、中国媒介发掘本土文化元素的潜力空间 / 276
- 三、弘扬优秀中华文化对抗媒介霸权的策略 / 280

第四节 培养锤炼媒介人才,着力打造优质专业团队 / 286

一、当前我国媒介专业人才培养现状及桎梏 / 287

二、新时期我国媒介专业人才培养基本理念 / 291

第五节 改革创新媒介监管,积极推进全面融合进程 / 297

一、改革媒介监管模式的时代价值探讨 / 297

二、当前我国媒介监管领域存在的问题 / 301

三、改革我国媒介监管模式的主要途径 / 307

第六节 研究发展媒介技术,抢先占据国际传播高地 / 311

一、媒介技术发展包含的基本文化规律 / 312

二、中国抢占国际传播高地的技术途径 / 319

结 论 / 324

主要参考文献 / 326

绪 论

冷战的结束使得国际战略格局发生了天翻地覆的变化。在西方世界欢呼“世界新秩序”的黎明来临之时,对东方世界而言社会主义前进道路遭遇了前所未有的重大挫折。因此,部分悲观的东方学者以“历史的终结”来形容这一特殊历史时期。然而无论主观态度如何,美国在冷战结束后成为世界唯一的超级大国是不争的事实。近年来,随着欧盟的强势崛起和中国的社会主义建设日新月异,世界格局逐渐走向“一超多强”的历史阶段。我们必须清醒地认识到:一方面,当今美国在经济实力、科技实力为核心的综合国力上仍处于相对领先的地位;另一方面,美国的国家属性和社会属性决定着其资本主义扩张性不会消失只会增强。因此,在当今时代背景下,美国主导的全球政治、经济、文化扩张在世界范围内不断引发政治纠纷、军事冲突、经济摩擦、民族矛盾等全球性、区域性事件,给世界人民和平与发展的理想蒙上了帝国主义的阴影。然而通过对客观世界的理性分析,美国逐渐调整着其全球实施霸权的模式——由“硬性霸权”向“软性霸权”转化。在这一战略思想的主导下,大规模政治打击、军事行动、经济制裁逐渐被常规的、潜移默化的文化扩张和意识形态渗透所取代,这对全球主权国家而言是更为危险的。而在这一趋势中起到核心渠道作用和扮演“先行官”角色的就是全球媒介系统。针对软实力的战略地位和影响,习近平总书记指出:“如果一个民族、一个国家没有共同的核心价值观,莫衷一是,行无依归,那这个民族、这个国家就无法前进”。诚然,美国通过建构媒介霸权推动文化扩散和意识形态控制从而最终实现“不战而屈人之兵”的政治企图是昭然若

揭的。因此可以认为，世界政治力量对媒介的掌控和把握在当代已经成为重要的、具有国际战略价值的命题，值得深入研究和理性思考。

一、媒介霸权问题的缘起

20 世纪 70 年代，西方世界进入大众传播时代，而对于全球而言，这一时间点则推移到冷战的结束。大众传播自诞生起就与国际政治有着密切的关系。《华盛顿邮报》曾载文指出：“为寻找瓦解共产主义的方法，整个西方世界用了半个世纪的时间和数万亿美元之后突然发觉方法就隐藏在电视新闻里。电视新闻大大打开了苏联人和中国人的眼界，于是要求民主、自由的行动开始出现。由此，这两个国家开始发生动乱”。冷战的结束和 1993 年信息高速公路的诞生使得世界几乎被媒介重构——以信息空间争夺和信息资源占有为核心的全球“信息战场”横空出世。打破亚洲壁垒的不是核武器而是十几颗美国的同步通信卫星，世界开始进入信息化时代，而信息也逐渐成为一种战略资源。信息的载体是媒介，拥有媒介控制权就自然占领了信息主动权。因此，从媒介全球化的趋势看，世界成为“地球村”的脚步不可阻挡，而美国在这一格局中具有先天的优势地位也是不争的事实。传媒全球化本质上就是美国凭借其经济实力和科技优势主导的一场全球信息革命，它是以媒介的全球覆盖和信息的全球联通为标志，却是以美国垄断全球传播媒介、控制信息文化传播和发展为基本条件的。世界媒介格局陷入了深刻的不平等：信息文化的单向流动和媒介产业的全球垄断在经济发展和精神文化两方面同时将世界其他国家特别是广大发展中国家推向了悬崖边缘。这一不通过武力只凭借媒介发展建构起来的“和平霸权”就称为“媒介霸权”。

事实上自冷战后期开始，敌对阵营双方的意识形态相互攻讦已经使双方意识到媒介的重要性，可以说初步的媒介尝试和探索是从 20 世纪 70 年代开始的。对此，广大发展中国家曾多次表达了强烈不满，并在联合国大会上多次提出“信息均衡流动”主张和维护主权国家信息安全

的呼吁。“信息非殖民化”议题在1976年被首次提出,同年在科伦坡举行的第五次不结盟国家会议上,发展中国家再次倡导建立“世界信息和传播新秩序”。然而,这一主张遭到了美国“信息自由流通”主张的强烈攻击。自此之后近20年间,“世界信息和传播新秩序”与“信息自由流通”之争成为了国际媒介领域的首要对立,本质上就是美国维护自身信息强势地位与主权国家要求信息平等之间的矛盾。苏东剧变和冷战的结束使得这一对立的双方实力更加不平衡,从此,建立“世界信息和传播新秩序”的主张销声匿迹。1990年,联合国通过决议,永久停止考虑国际信息新秩序议题。“21世纪,美国大众传媒的掌控权力加速集中到社会上层,这一速度比过去20年间整体速度还要快。这是美国历史上从未出现的情形:6家大型传媒集团掌控了美国最具影响的新闻媒介和娱乐媒介……而这几家传媒集团在规模和传播力上比历史曾有的和现存的所有组织和机构都更为强大。他们彼此勾结而成的全球关系网导致了媒介国际性卡特尔的出现……媒体整合的力量将以娱乐的基本逻辑和价值标准来培养新时代的人们”。^①全球媒介产业化浪潮下的媒介集团兼并重组进一步加剧了全球媒介垄断,美国在21世纪初期逐渐建立起了“可掌控”的全球传播体系和全球媒介市场,并以此为基础大肆推行媒介霸权。时至今日,媒介霸权问题已经完全超越了媒介问题本身,成为了一个国际战略问题和全球安全问题。伴随着媒介霸权衍生的概念是“文化意识形态”概念。所谓文化意识形态是相对于政治意识形态而言的,着重强调了在媒介霸权的助力下,霸权国家向广大主权国家施以文化性质的意识形态入侵,并最终试图实现自下而上的意识形态颠覆和重建。

近年来,随着中国和平崛起步伐的加快,中国的国际战略地位显著提高。习近平总书记指出:“强国一定会寻求霸权的论断并不适用于中国。回顾我们悠久的历史和文化背景,这并不是中国的文化基因”。然

^① [美]贝戈蒂克安:《媒体的垄断》,河北教育出版社,2004年。

而,来自美国为首的西方国家的媒介霸权却深刻地挑战着发展中国家的传播和文化事业的发展,具有强烈意识形态攻击性。与此同时,这种霸权又具有隐蔽的侵略性,在技术“权威性”与文化“先进性”的掩盖下施行意识形态的潜移默化。传播学者休杰认为,“假如认为信息是权力的一种,那么掌握电子传播系统就意味着可以发号施令”。与此同时,媒介霸权是当今美国综合国力突出的体现,并非是单一的技术优势和机遇条件所能支撑的。因此,从全球经济社会发展规律上看,媒介霸权将在较长的历史时期内普遍存在,其影响将是深刻而漫长的。有学者以“第四种霸权”来形容媒介霸权的时代属性,并指出对广大发展中国家而言,对抗媒介霸权的道路才刚刚开始,我们必须做好“打持久战”的准备。随着新媒体、微媒体时代在中国的普遍到来,新兴媒介技术为中国社会带来翻天覆地的媒介革命和全新的媒介体验、媒介运行格局的同时,我们必须清醒地认识到,美国从未也绝不可能放弃其对华媒介霸权战略,相反,这一战略的执行将越发隐蔽而难以防范。

美国之所以选择推行媒介霸权作为其全球霸权战略的先行者和排头兵,正是由于看重媒介霸权对被霸权国文化意识形态的冲击是潜移默化却又影响深远的。近年来,西方资本主义社会的主流意识形态伴随着美国主导下的世界传媒体系的全球扩张大肆入侵中国在内的发展中国家和地区,从编辑出版领域到广播电视传媒领域,从好莱坞大片的风靡到迪士尼乐园的火爆,美国的概念和文化意识形态核心元素在全球受到了越来越狂热的追捧和越来越稳定的认可与接受。更为可怕的是,在美国主导全球媒介霸权的扩张过程中,韩国、日本等媒介大国纷纷充当了这一战略行动的马前卒和帮凶。这些国家的媒介产品行销全球各国,文化在世界范围内的知名度和认可度均大大超越了被霸权国本土文化。特别是对中国而言,由于与韩国、日本存在地缘上的亲近性与文化上的近似性,中国受众特别容易接受来自韩国、日本的媒介产品,如流行电视剧、流行音乐、动漫产品等。近年来,“韩流”席卷中国文化娱乐市场的现象充分表明,韩国文化在中国的普遍认可度与接受度已经开

始威胁到中国本土传统文化与民族文化的传承和安全。为此,广电总局在2016年发布罕见的“限韩令”,针对单一国家的媒介入侵行为加以特殊限制,表明了国家对这一危机有着清醒的认识和判断。这一危机之所以必须被我们重视是由于媒介入侵表面上为被霸权国带来繁荣丰富的媒介文化产品以促进被霸权国媒介市场的发展,本质上则是将霸权国的文化意识形态融入到媒介产品之中,并潜移默化地在被霸权国进行受众“培养”。久而久之,中国年轻一代媒介受众的主流价值观念、生活习惯等都会被严重改变和扭曲,进而影响到整个社会的文化意识形态安全。而这一切的幕后主宰者并非韩国、日本等国,而是美国及其全球媒介霸权战略。因此归结而言,媒介霸权问题是一个跨领域、跨学科的综合性问题,也是一个有着强烈现实指向性和历史紧迫性的专业问题。通过对该问题的深入研究,中国媒介必须找到应对美国媒介霸权入侵的有效途径,并对世界新型霸权体系的动向保持警觉。

二、本研究的结构和思路

冷战结束后,美国凭借“超级大国”雄厚的经济基础和媒介实力,在全球推行媒介霸权。这种“软霸权”的推行为美国全球文化渗透和综合国力的霸权主义扩张开辟了新的路径,对世界各主权国家信息文化安全和国际地位产生了强大而深远的威胁。面对这一严峻挑战,习近平总书记指出:“核心价值观是文化软实力的灵魂、文化软实力建设的重点。这是决定文化性质和方向的最深层次要素。一个国家的文化软实力,从根本上说,取决于其核心价值观的生命力、凝聚力、感召力”。本质上,“硬实力”与“软实力”的对抗本处于相异的层面,对我国而言应对美国“软霸权”挑战的最有效途径即是以“软实力”加以回击。因此,本研究围绕美国媒介霸权建构与中国媒介应对策略的主题,分章节论述:美国媒介霸权建构的时代背景,美国全球媒介霸权的建构模式,美国全球媒介霸权的实施手段,国际社会应对美国媒介霸权的既有经验,中国媒介应对美国媒介霸权的战略战术。

第一章围绕美国媒介霸权建构的时代背景展开,主要论述冷战后全球霸权形式的时代变迁以及美国全球媒介霸权的建构基础问题。本章还涉及到学术界对媒介霸权问题的各类研究及成果的综述。本章的研究目的在于揭示美国是在怎样的时代环境下,凭借怎样的基础性条件开始建构全球媒介霸权的。

第二章围绕美国全球媒介霸权的建构模式展开,主要论述美国媒介集团发展总体脉络,世界八大传媒巨头:时代华纳集团、迪士尼集团、维亚康姆集团、默多克新闻集团、贝塔斯曼集团、环球广播公司、索尼集团、维旺迪集团的媒介霸权战略体系、特点、执行情况及对中国媒介的基本启示。本章的研究目的在于揭示美国凭借媒介集团国际化运营推行全球媒介霸权的基本模式,为中国媒介在体系建构方面应对全球媒介霸权提供经验。

第三章围绕美国全球媒介霸权的实施手段展开,主要论述美国施行媒介管控以操纵国际信息传播市场,攫取媒介效能以席卷国际意识形态领域,压榨媒介手段以把控国际新闻传媒格局的种种行径。本章的研究目的在于揭示美国利用先进的媒介知识和技术水平占据并掌握国际媒介动态的基本事实,为中国媒介在运营管理方面应对全球媒介霸权提供经验。

第四章围绕国际社会应对美国媒介霸权的既有经验展开,主要论述美国全球媒介霸权的影响与危害以及国际社会对美国媒介霸权问题展开的应对研究与抵御媒介霸权的实践经验。本章的研究目的在于为中国媒介应对美国媒介霸权入侵提供理论支持与经验积累。

第五章围绕中国媒介应对美国媒介霸权的战略战术展开,主要论述中国媒介应对美国媒介霸权入侵应采取诸如完善媒介集团、弘扬中华文化、培养媒介人才、改革媒介监管、发展媒介技术等战略战术,以积极态度面对挑战的基本思路。本章的研究目的在于为中国媒介应对美国媒介霸权入侵提供可行性战略战术方案,为决策者战略战术制定与执行提供参考。