

Discourse Power

媒体话语权

美国媒体如何影响世界

张国庆 著

中国人民大学出版社

媒体话语权

美国媒体如何影响世界

张国庆 著

中国人民大学出版社

· 北 京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

媒体话语权：美国媒体如何影响世界/张国庆著. —北京：中国人民大学出版社，
2012. 9
ISBN 978-7-300-16463-2

I. ①媒… II. ①张… III. ①传播媒介-影响-研究-美国 IV. ①G219.712

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 227980 号

媒体话语权
——美国媒体如何影响世界
张国庆 著
Meiti Huayuquan

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010 - 62511242 (总编室)	010 - 62511398 (质管部)	
	010 - 82501766 (邮购部)	010 - 62514148 (门市部)	
	010 - 62515195 (发行公司)	010 - 62515275 (盗版举报)	
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京宏伟双华印刷有限公司		
规 格	170 mm×250 mm 16 开本	版 次	2012 年 10 月第 1 版
印 张	16.75 插页 1	印 次	2012 年 10 月第 1 次印刷
字 数	222 000	定 价	39.00 元

序言

“话语权”是近年来文化与传媒研究和政治研究中出现频率颇高的一个词。简言之，“话语权”指的是影响和控制舆论的权力与能力。话语权决定公众舆论的走向，还进一步影响社会的发展方向。

我的学友张国庆先生多年来从事美国媒体的研究，他本人也在中国媒体上就国际事务发表过诸多评论，取得了可观的影响和知名度。他在2011年1月出版的《话语权：美国为什么总是赢得主动》一书中，曾很通俗地阐释过美国在世界上的话语权问题。而美国媒体在扩大本国的全球话语权的过程中，扮演了重要角色。

这本新书更为理性和系统地从学术上阐述了美国主流媒体是如何赢得社会尊重进而获得话语权的。本书剖析了美国媒体话语权的四个来源，即“赢得信任感，增加吸引力，强化依赖感，提高服务性”，揭示了美国媒体与政府相互监督、相互合作又相互推动的复杂关系，以及媒体同国会、利益集团、大企业的利益关联。本书还分析了美国媒体在国际上长期保持领先优势的原因。

和同类著作相比，本书有几个突出的特点。

一是揭示了媒体市场化和集团化所带来的“双刃剑”效应。一方面，美国媒体通过市场化获得财政上的独立，给自己的相对客观和超脱奠定了经济基础。另一方面，在赚取巨额广告收入的同时，媒体也受到广告商无孔不入的影响。美国媒体的话语权，尤其是在其集团化之后，归根结底同它们背后控股的财团脱离不了干系，它们所拥有的新闻自由也就不能不具有很大局限性。从经济的角度研究媒体话语权，是一个重要的尝试。

二是深入剖析了媒体与政府的关系。媒体同政府是一种互为“双刃

剑”的关系。书中列举了几位美国总统借力或失利于媒体的案例。善于和媒体打交道，能够提升总统和政府官员的执政力与话语权；反之，政客一旦得罪或忽视媒体，就可能在舆论和政治上遭受致命的打击。对于媒体来说，政府（包括国会、州政府和地方政府、司法机构等）既是不得不依靠的重要信息渠道，又是监督的对象和争夺话语权的对象。过于偏向政府和过于仇视政府，对媒体都是不利的。美国媒体的历史，就是一部同政府互动关系的历史。

三是深入探讨了媒体的意识形态及其在价值观传播中所起到的重要作用。本书对美国社会和媒体意识形态的分析是一个最大的亮点。美国主流媒体获得国内外话语权的重要原因，就是它们的报道倾向同美国社会的价值观融为一体。它们的关注点，同美国普通公众和社会精英的关注点基本一致而且相互渗透。美国对外传播其价值观的热情，主要源于其社会而非其政府。美国掌握国际话语权的主要中介，是它的媒体、文化产业、企业，以及以非营利组织为代表的公民社会。如果美国媒体脱离了公民社会，就成为无源之水、无本之木。值得一提的是，在推动美国慈善事业方面，美国媒体也发挥了不小的监督和促进作用。

在阅读本书的时候，读者应该会想到中国的国家话语权、媒体话语权、国际形象、文化软实力等等当下的热门话题。本书的许多实例、分析和观点，都对探讨上述话题具有借鉴意义。但是，就我这个第一读者来说，从本书中看到更多的是美国特色而非媒体运作的一般规律，是中美社会、体制、文化、观念、意识形态的反差。美国媒体的性质、规范、归属、价值观都同中国媒体不同。美国主流媒体同商业集团、政府、社会的多角互动关系，与中国政府对主流媒体和公众舆论的指导作用也是完全不同的。同样都是“弘扬主旋律”，主导者、目标、角色、手段却差别很大。如此看来，对美国媒体话语权的研究，必须以对美国的整体认识为基础。这一点，本书的确做到了。

本书的撰写十分注意遵守学术规范，在参考了大量中英文著述的基础上阐发自己的观点。丰富的案例和恰到好处的图解及数据，都对读者更好地理解美国媒体赢得话语权的“路线图”有所帮助。作者对美国媒

体的研究保持了客观和理性的态度，既总结了其赢得话语权的成功经验，也指出了其在自律、公司化、官僚化和垄断化等方面所面临的挑战与问题。伊拉克战争的案例更是呈现出美国媒体在国家安全和独立报道方面所面临的尴尬与困境。

如果说这样一本严肃的学术著作还有什么可以改进之处，那就是鲜活的资料尚嫌不足。中国学者研究美国，基本上根据的都是美国的书面和网上资料，很少有通过实地考察和个人接触获得的第一手材料。当然，对于张国庆学友这样一位年轻研究人员来说，这样说近乎苛求。之所以敢如此苛求，是因为我在中国社会科学院美国研究所工作时，同国庆结下了私人情谊，知道他是一位非常勤奋而又对自己要求很高的人。衷心希望他能在本书付梓之后，能更多、更深入地了解美国社会，以便百尺竿头更进一步。

王缉思

2012年初秋于北京大学

前言

每个人一生中，都该认真地做几件事情，否则在走向暮年时就会有遗憾和不安。

在写作这本书时，我有一种深深的充实感，因为是在做一件非常有意义的事情。尽管十年的准备已经使本书具有了丰富的素材，但我还是选择了闭关三月，居闹市中，心游书海。

这是生命中难得的快乐日子，因为有使命感的牵引，更有灵感光顾时的快慰，以及创新和创见带来的小小成就感。每天伴着音乐和香茶，读书，思考，写作，并不断收获发现新材料、新问题和新角度的愉悦，无论外面刮风下雨，内心都是暖洋洋的。

源 起

喜欢的事情就容易做好。对于国际问题和话语权问题，我似乎有一种天生的敏感和热爱，这份研究不是营生，不是任务，而是兴之所至，信手拈来。因为喜欢，所以不会觉得枯燥，因为喜欢，所以能够坚持。毕竟，学术研究是一个长期的积累过程，在你的成果没有出来之前，你无法要求社会肯定你，这个时候，你就需要自我肯定，相信自己的选择，相信自己的“爱”。

使命感也很重要。由于长年从国际的视角看问题，所以能够比较清楚地意识到中国目前的不足和短板所在。尽管有后发优势，但不得不承认，我们在媒体话语权方面，与有着数百年基础和完整的话语权体系的美国有着很大差距。并且，这些差距已经制约了我们的发展，影响到我们在国际舞台上的表现和日趋丰富的海外利益。这也是我将学术青春中最好的十年倾注在媒体话语权上的原因所在——他山之石，可以攻玉，更可奠定我们的强国之基。

美国发展的历程说明了媒体话语权问题的重要性。说到美国的优势，很多人都会想到它的军事和经济实力，却往往忽略了，美国最大的优势其实是在话语权上，它所占的许多便宜，它所拥有的巨大影响力和博弈力，都源自其话语权优势。美国既有美元霸权，也有话语霸权，而在话语霸权中，媒体话语权是重中之重。

在我研究美国崛起和强大的历史时，发现了一条重要的“暗线”，就是美国媒体的发展是与国家的强大互相辉映的，美国媒体与政府虽互相监督，但更多的时候，则体现出互相推动的效应。美国媒体也很清楚，只有国家强大，它们才会更有市场，也更有国际话语权，这也使得美国媒体在维护国家利益、维护主流价值观方面不遗余力，并在对外事务中与政府配合默契。

美国媒体并不像看上去那样自在和清澈，其与政府、国会、财团和利益集团之间的利益关联，不仅影响到它的运营，也间接影响到美国的内政外交。除去利益羁绊，政府及其他利益体对媒体的影响和公关，以国家利益和国家安全为名的“高压线”，行业自律及媒体之间的互相监督，媒体的自律意识及新兴媒体崛起所强化的社会监督，都在相当程度上影响到媒体的话语权，也使得媒体无法享用“完整版”的“新闻自由”。更进一步地说，由于传播媒介的垄断已达到惊人的程度，美国媒体的话语权在很大程度上都是其所属财团话语权的延伸。

知道美国媒体的真相很重要，知道其赢得话语权的路径更为重要。一方面，这有助于我们的媒体不断做强做大，从而有朝一日成为国际上有影响力和公信力的“话语权航母”；另一方面，也有助于我们更深入、全面地了解美国社会及其内外政策，与美国媒体打交道。

站在巨人的肩膀上，发展就会更快一些。必须承认，通过几百年的发展，美国媒体已经相当成熟，其在赢得和巩固话语权方面有着丰富的经验，这对于正在成长中的中国媒体非常有参照意义，尤其是它们在维护国家利益和民众利益，宣传核心价值观及尽可能“洁身自好”方面的经验。不仅如此，美国媒体走过的弯路，遭遇的挑战，对我们也是很好的警醒和借鉴，而美国政府与媒体打交道的得失成败，也值得我们各级

政府学习或引以为戒。

受众

这本书是写给那些关心媒体话语权问题、渴望中国媒体更加成熟并拥有更多话语权的人，是写给那些需要与中外媒体打交道、希望对美国的“权力游戏”规则有更深入认识的人，更是写给那些希望自己以及自己的企业、组织乃至我们的国家拥有更多话语权的人：

政府官员。无论是推动中国媒体发展，还是与外国媒体打交道，抑或是在新兴媒体时代更好地塑造政府形象、进行政策及危机公关，都有必要深入思考媒体话语权问题。推荐阅读：“媒体与白宫相互影响”和“新媒体、新挑战”两章。

媒体人和公关人士。从美国媒体赢得话语权的经验中汲取营养，是更迅速和稳健发展中国媒体的重要途径，而为了更好地与媒体和受众打交道，公关界人士也同样需要对美国媒体运作的诸多“潜规则”有全面把握。推荐阅读：“赢得话语权需要利益平衡”和“用自律保护话语权”两章。

企业家。无论是向中国媒体借力，还是与外国媒体尤其是美国媒体打交道，那些希望能拥有更多话语权的企业精英，那些希望能更好地开展海外业务的企业家，都有必要深入了解成就并影响媒体发展的经济因素，所谓成也萧何，败也萧何。推荐阅读：“话语权与物质基础密切相关”。

涉外工作者。美国媒体在战争中的作用不可小视，伊拉克战争就是最好的例子，了解这些，有助于防范相关风险。同样地，美国媒体与政府及各利益体的复杂关系，也需要认真研究，这有助于我们更好地开展工作，保护我们的海外利益。推荐阅读：“活跃在战争与国家安全第一线”。

未来的领袖人物。那些志存高远的人，不但要有强烈的话语权意识，更要有国际视野，若能从根本上明了话语权的源泉，就更能水到渠成地走向自己的目的地。推荐阅读：“话语权是什么”。

关心中国命运的人。过去一些年，中国在话语权问题上吃了不少亏，被抹黑，被挤压，被阳谋，我们的媒体缺乏与中国崛起相适应的国际影响力，我们在与美国媒体打交道过程中也不够游刃有余，这都需要我们

有更积极的话语权意识和更多话语权手段。不仅如此，美国媒体配合政府进行的价值观传播，也十分值得注意。推荐阅读：“传播价值观”。

当然了，这本书更是要请学界的专家们批评指正。这本书对于媒体话语权问题只是一个初步的探讨，写作构架和思路也是一种尝试，殷切希望能得到业界专家、学者的斧正。而我更希望的是，大家都能为中国成为未来世界庞大的“思想市场”作出贡献。就像我在书中提到的，中国乃至亚洲亟须发展的，就是思想产业。在思想产业中，话语权研究将是一个极富拓展空间的领域。

感 恩

这不只是我一个人写就的著作。首先要感谢的是我的父母，还有我遇到的一些恩师，比如已故的王兴华先生。就话语权而言，父母可谓是我最早，也是最好的导师和活生生的“教材”。赢得话语权的几大因素——信任感、吸引力、依赖感和服务性，都频繁出现在父母的生活中。这也使我意识到，为什么普天下大多数父母对于子女都有着不可替代的话语权？那是因为，他们是子女最信任的人，他们的人生观和生活智慧对子女有着很大的吸引力，他们是子女感情和生活中依赖的人，他们的爱和付出让子女无以为报……同样地，那些对我们有知遇之恩的恩师和长辈，他们都是我的话语权研究的现实之源。

曾先后活跃在历史和现实中的“话语权大师”们，更是给了我丰富的写作素材和启发，比如美国的西奥多·罗斯福和富兰克林·罗斯福，法国的戴高乐和英国的丘吉尔，还有像普利策和李普曼这样的传媒大家，无论是看他们的传记，还是著作，都有一种与他们畅谈的感觉，悠远而绵长。读过的几百本书仿佛是几百次历史的“穿越”一般，在本书中，您也随处可见他们的“身影”和思想的光辉。

生活更是良师益友。其实对每个人来说，人生的幸福与成功，都与话语权的得失密不可分，在单位，在家中，在社会上，无时无刻不表现着话语权的重要性，如何树立良好的个人形象，强化他人和组织对我们的信任感和依赖感，以吸引力赢得人气、以服务精神赢得民意，都在相当程度上决定了我们能否最大限度地发挥个人能量，获得更大成长空间，

创造祥和、温馨的生活氛围。人生，不是得到，就是学到，在话语权问题上更是如此。

需求产生动力。对于媒体话语权的深入研究，不仅得益于互联网、智能手机等新媒体、新技术的发展，更得益于时代的需要，尤其是中国崛起所面临的种种考验，都凸显了话语权问题的重要性，天时、地利、人和，也便有了这番尝试，这本我的心血之作和感恩之作。

感谢生活！感谢所有支持和帮助过我的人，还有那些让我们成长的过眼云烟！

张国庆

2012年8月于北京

目 录

第一章 话语权是什么 / 1

关于话语权的研究 / 3

赢得话语权的四大要素 / 8

不完整的话语权 / 19

第二章 话语权与物质基础密切相关 / 25

从财务独立到广告依赖 / 27

公司化和集团化趋势 / 37

第三章 赢得话语权需要利益平衡 / 53

保护受众利益和维护国家利益 / 55

与国会和利益集团共生 / 66

第四章 媒体与白宫相互影响 / 75

美国媒体如何影响政府决策? / 77

美国总统的“新闻课” / 88

争出来的话语权 / 99

媒体受到白宫的反影响 / 106

第五章 活跃在战争与国家安全第一线 / 123

战时新闻管制与越战的“教训” / 125

五角大楼对越战报道的反思 / 128

“9·11”与国家安全至上 / 129

伊拉克战争中的美国媒体 / 131

媒体最终与布什政府分道扬镳 / 146

第六章 传播价值观 / 151

美国媒体的意识形态 / 154

美剧走俏全球与好莱坞效应 / 171

美国媒体的“慈善力” / 179

媒体—智库—政府的利益联合体 / 185

第七章 用自律保护话语权 / 199

新闻自律是对话语权的保护 / 201

美国媒体的内容监督和纠错机制 / 205

管理漏洞与媒体自律的新发展 / 219

第八章 新媒体、新挑战 / 227

新兴媒体的崛起与时代背景 / 229

Facebook 效应 / 233

社交网站政治化：从茶党运动到英国骚乱 / 239

谁在挑战社交网站？ / 246

第一章 话语权是什么

- ◎ 关于话语权的研究
- ◎ 赢得话语权的四大要素
- ◎ 不完整的话语权

有一种有趣的说法：《华尔街日报》是管理美国的人看的报纸，《纽约时报》是那些自认为在管理美国的人看的报纸，《华盛顿邮报》是那些自认为应该管理美国的人看的报纸，《今日美国报》是那些自认为应该管理美国但读不懂《华盛顿邮报》的人看的报纸，《洛杉矶时报》是那些如果有空不介意管理美国的人看的报纸。

传统的媒体（media）定义是具有广播、印刷等多种形式且制造、传输大量内容的传播组织。但更丰富的定义，则涵盖了流行文化（电影、电视剧、音乐、动漫）和新兴媒体（互联网、社交网站、移动传媒）的内容。^① 美国媒体对话语权的争夺和维护是全方位的，无论是传统媒体，还是新兴媒体，抑或是流行文化，都在相当程度上丰富了媒体话语权的内涵，也强化了美国在国际上的话语权。

关于话语权的研究

20 世纪 70 年代，法国哲学家米歇尔·福柯（Michel Foucault）提出了“权力话语”（power discourse）的概念，认为话语就是人们斗争的手段和目的，进一步地说，话语是权力，人通过话语赋予自己以权力。事实上，福柯的学术研究中最主要的题目就是权力与知识的关系（知识的社会学），以及这个关系在不同的历史环境中的表现。福柯的逻辑是，权力不是一种固定不变的、可以掌握的位置，而是一种贯穿整个社会的“能量流”，能够表现出来有知识也就是权力的一种来源，因为这样的话你可以有权威地说出别人是什么样的和他们为什么是这样的。这不仅是话语权（discourse power）一词的来源，更说出了话语权的真谛——它是一个能量流动的过程，是一个社会各种力量合流的过程，更是一个语言、知识和文化影响世界的历史过程。

意大利共产党领袖、思想家安东尼奥·葛兰西（Antonio Gramsci）提出的文化领导权（cultural hegemony）的争夺问题，则丰富了话语权的内涵，他的“文化领导权”理论主要是指一种非暴力的思想文化意识形态的控制手段，它是通过被统治阶级的积极同意取得的。在葛兰西看来，在资本主义国家中，上层建筑中的市民社会（即意识形态—文化

^① 参见〔美〕戴维·帕雷兹：《美国政治中的媒体内容与影响》，第2版，4页，南京，南京大学出版社，2010。

方面)起着比政治社会更加重要的作用,在经济上占支配地位的资产阶级的统治不光是靠军队和暴力来维持的,在相当程度上是靠他们在市民社会中广为宣传从而被人民大众普遍接受的世界观来维持的。这既可以解释美国对文化和价值观输出的热衷,以及美国媒体“顺应民意”的意识形态取向,也可以部分地解释为什么20世纪80年代发生了大规模的媒体并购案。

说到媒体并购及政府的话语权意识,就有必要提及德国哲学家、有“当代黑格尔”之称的尤尔根·哈贝马斯(Jürgen Habermas)之于“合法化危机”^①(legitimacy crisis)的解决途径,也即,治疗这种合法化危机的方法就在于要消除金钱、权力侵入文化领域的现象,实现交往行为的合理化。耐人寻味的是,他的《合法性危机》出版于1974年,正是美国财团开始大规模侵入文化和媒体领域的“前夜”。在预警之外,哈贝马斯的另一个贡献是,提出要选择恰当的语言进行对话,他将传播能力视为有效地参与决策的必要条件,而这种能力是指知道怎样合理地运用言语来实现目标,以及提出有说服力的论据。^②哈贝马斯认为,交往行为本质上是一种语言行为,要实现交往行为合理化,就需要在对话中做到:(1)语言具有可领会性,也就是合乎语法;(2)语言要具有真实性,所作陈述合乎实际情况,或具备实现的前提条件;(3)语言要具有正当性,指的是所说的话要遵循正当的社会规范;(4)语言要具有真诚性,也就是指说话要言出心声。而这四条,也正是美国媒体赢得公信力和受众(audience)好感的关键所在。

说到语言,就不能不提到瑞士语言学家费尔迪南·德·索绪尔(Ferdinand de Saussure),这位现代语言学的重要奠基者开创性地提出了语言的关系学,也即语言的各个方面是建立在各种关系的基础上的,其要素价值取决于其所处的总体环境,并且它通过自我关照、自我调节的形式构成了人们与外部世界打交道的独特手段。在他之后,美国语言学家和人类学家爱德华·萨丕尔(Edward Sapir)进一步引申出三个重要观

① 这种理论在1983年出版的《交往行为理论》中得到进一步完善。

② 参见[美]斯蒂文·小约翰:《传播理论》,416页,北京,中国社会科学出版社,1999。