

谢立文 著

媒介权力论

结构/精神/目标

由于大众媒介是一种历史的变数之物，所以，对于大众媒介权力的研究不能耽于既有的现象与现实，而应该是在大众媒介历史的全部思考和评价中，考察其精神和命运的轨迹，及其在人类社会发展和进步中所起到的或好或坏的作用，更为重要的是要在纷纷扰扰的历史现象中廓清媒介权力的人道与义理。

Media Power

Structure

Spirit

Will

武汉出版社

谢立文 著

Media Power

Structure Spirit Will

武汉出版社

媒介权力论

结构/精神/目标

由于大众媒介是一种历史的变数之物，所以，对于大众媒介权力的研究不能耽于既有的现象与现实，而应该是在大众媒介历史的全部思考和评价中，考察其精神和命运的轨迹，及其在人类社会发展和进步中所起到的或好或坏的作用，更为重要的是要在纷纷扰扰的历史现象中廓清媒介权力的人道与义理。

(鄂)新登字 C8 号

图书在版编目(CIP)数据

媒介权力论/谢立文著. —武汉:武汉出版社,2011.5

ISBN 978—7—5430—5730—2

I. ①总结… II. ①谢… III. ①大众传播 传播媒介 研究

IV. ①G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 080065 号

著 者:谢立文

责任编辑:张建平

封面设计:雷汉林

出 版:武汉出版社

社 址:武汉市江汉路新华下路 103 号

邮 编:430015

电 话:(027)85606403 85600625

<http://www.whcbs.com> E-mail:zbs@whcbs.com

印 刷:武汉梅苑彩印有限公司 经 销:新华书店

开 本:880mm × 1230mm 1/32

印 张:10.25 字数:260 千字 插页:1

版 次:2011 年 5 月第 1 版 2011 年 5 月第 1 次印刷

定 价:22.00 元

版权所有·翻印必究

如有质量问题,由承印厂负责调换。



序

自从人类不平等社会来临,主体与主体之间的平等关系被打破,蜕变为主体与从体的不平等关系。视他人和他物为工具的自我意识在不知不觉中生长而成。尤其在进入个人利益主义的资本主义以及大机器时代以后,这种意识被进一步强化和放大。

“一切的媒介皆是权力的媒介。”“狗咬人不是新闻,人咬狗才是新闻。”这些明显带有工具目的性的断语被视为至理名言,因为它们是多么的符合当前的事实。在事实这一权威面前,在特定的历史条件(形势)之下,探寻人之所以为人的真正目的这样的人类活动已经无关紧要了,存在才是合理的,一切的认识只需跟随这些当前的事实与形势,不加太多置疑。

我们的智性在时间和空间中自我拓展的能力,那种通过与过去的关系看待现在,从未来的角度判断现在的能力,已屈服于眼前现成的固定想法,意识世界里的时空被限制在一个眼前即刻发生的狭小领域里,与之伴随而行的是没有能力辨别这些事件更广泛的意义与后果。于是,媒介在权力的工具性之外是否具有权力的主体性?媒介报道新闻在消费主义的目的性之外,是否应该具有别的更具人类学意义的目的性?这些需要在历史和文化的视域中,从历史的合目的性和合规律性出发思考的问题被现实的荫蔽而遮挡而模糊。

当一切都只看当下这种平面化、表象化的认知成为集体无意识时,事实与思想、历史哲学与历史本身相结合的认知方式也就更珍贵。托克维尔在致力于法国大革命的研究时认为,若要充分理解大革命及其功绩,必须暂时忘记今天看到的法国,而去考察那逝去的、坟墓中的法国。



在历史的考察中,托克维尔发现,法国大革命前,在上有国王敕令,中有政府和官员公告文书,下有文人著作、大众报纸乃至农民诉状等不同形式、不同层次的媒介中,普遍洋溢着一种着眼于人类新生的批判风尚。这种批判风尚以无私的信仰和慷慨的同情打破了等级的界限,甚至有了这样的奇观:那些最应害怕人民发怒的政府主要官员,竟然当着人民的面高声议论政府机构那些经常折磨人民的残酷的、不公正行为。人类历史的理性就是这样:历史不可能永远被封闭的体制所封闭,同样,为体制的媒介总有一天会被为人类的媒介所替代。

如果说人类历史是不断朝着正义和进步前行的历史,那么媒介权力的本质、强大及其意义就应该是基于人类的正义和进步,永不间断地代表着一种正义而且科学的时代精神,履行着一种批判的使命。有了此种认识,也就不难理解,何以在“民主的典范”——美好的希腊雅典城邦社会中,苏格拉底仍然要做城邦的牛虻,随时随地都盯住它,唤醒、劝导和责备它。并且预言,在他死后城邦“将永远沉睡不醒,除非上帝关怀,送来另一只牛虻。”

缘于对历史理性批判方法的认识和运用,本书在研究媒介权力问题时,引入了过去、现在、未来的对话体系,做了一些正本溯源、由表及里的工作:回到媒介权力的历史逻辑中,以市场逻辑和启蒙逻辑的变数,一方面紧紧地关涉着不同时期政治、经济、社会和文化因素,另一方面又构成了一种集动态的历史框架、动态的结构框架、动态的精神框架三位于一体的分析框架,在这样的框架中完成对媒介权力的历史分析、结构分析、精神分析;把握了媒介权力结构的本质特征及其演变,找到了针对媒介权力的两种控制结构——异化结构和介入结构;分析了媒介权力结构以及媒介权力的两种控制结构——异化结构和介入结构,以怎样的方式共同构成了一种双线气球式的互动结构关系,进而怎样地维护了西方社会的长期稳定。

谢立文

2010年11月18日

 目 录 

总 论

引 言	(3)
第一章 大众媒介权力研究的现状与问题	(10)
第一节 大众媒介权力定义的泛化	(11)
一 基于媒介支配事实的认知将媒介权力定义为控制	
二 权力即控制的定义忽略了大众媒介的历史性和现代性	
第二节 囿于表象的大众媒介权力形式	(18)
一 曝光的真相与假象	
二 说服的对称与非对称	
三 媒介操纵的正义与非正义	
第三节 局限于传受过程的权力效果研究	(28)
一 媒介作为权力主体的效果研究	
二 权力效果研究上的伦理修正	
三 传受关系框架下审视媒介权力的跨国行动	
第四节 在权力基础的历史变革中重新审视大众媒介权力	(37)
一 政治基础:表达和知晓的自由	
二 经济基础:利润与技术	
三 社会基础:共同价值观与民众的反应	
第二章 回到媒介权力的历史逻辑中	(41)
第一节 媒介权力的历史生成与本质特征	(43)

一	报纸的公共性与公众的形成	
二	大众媒介与批判的公众的融合	
三	大众媒介的权力是政治批判的自由	
第二节	媒介权力的目标及其演变	(52)
一	政治批判产生正义	
二	社会批判产生和谐	
三	人权干涉与文化扩张	
第三节	媒介权力历史生成与目标中的乌托邦	(63)
一	媒介权力目标的启蒙主义激情	
二	媒介权力激情的政治偏向	
三	媒介权力从政治批判的解构向社会批判的建构转型	
第三章	媒介权力的控制:异化	(72)
第一节	异化作为社会的一种控制手段和被控制状态	(72)
一	异化作为控制手段的思想渊源和现实动因	
二	异化成为控制媒介权力的一种手段	
第二节	控制媒介权力过程中异化的运作方式	(79)
一	社会冲突的弱化使媒介生存和人的生存广告化	
二	社会正义的弱化使媒介生存和人的生存个人主义化	
三	社会体制结构的强化使媒介生存和人的生存技术化	
四	自由市场的神化使媒介生存和人的生存垄断化	
第四章	媒介权力的控制:介入	(94)
第一节	媒介权力关系的楔孔结构	(95)
一	国家身份的变动性历史与国家意识的多元性发展	
二	权力精英的频繁转换	
三	媒体市场的分层化与公民社会的政治化	
四	公共媒体和私有媒体的博弈	
五	媒介专业主义对媒介利益主义的修正	



六 多场域的媒介权力过程及场域转换的可能性	
第二节 介入媒介权力的手段	(109)
一 广告既是经济目标也是政治目标	
二 法律是新闻自由需要时时面对的一堵墙	
三 出格的行为和言语是敲开媒介权力大门最好的敲门砖	
四 新闻采访转变为新闻制造	
五 惊世骇俗的定义和议题是媒介的宠物	
六 社会运动和暴力的介入	
第三节 媒介权力介入者的总体特征	(123)
一 传媒企业资本家及其雇佣者成为体制的臣服者	
二 媒体利用者带着强烈的个人目的驾驭媒介	
三 媒体使用者的冷漠为新闻自由设置障碍	
第五章 一种双线气球式的互动结构:参与对社会的控制	(127)
第一节 结构发挥作用的宏观情势	(128)
一 开放社会的本质要求	
二 社会理性批判的自觉	
三 稳定成为社会主流意愿	
第二节 结构发挥作用的微观情境	(139)
一 开放的全球信息网络	
二 社会力量的分割及流动	
三 成熟的公众能坚持独立的判断	
四 以新闻自律为核心的新闻伦理思想	
第六章 新媒体时代媒介权力的趋向与期待	(151)
第一节 网络权力的新特征	(152)
一 人人都可以成为权力主体	
二 网络可以在互动中汇聚权力放大权力	

第二节 传播力结合思想力提升网络权力	(156)
一 网络传播力的革命性潜质	
二 革命性潜质的实现需要思想的力量	
结语:媒介权力的层次与境界	(162)

分 论

第一篇 国际传播与国际影响力	(171)
第二篇 跨文化对话中的叙事	(182)
第三篇 和谐社会目标下舆论宣传的境界	(199)
第四篇 和谐社会目标下舆论的空间与运作	(207)
第五篇 经济伦理与媒介塑造	(216)
第六篇 媒介作为经济活动的动因	(230)
第七篇 和谐与异化的历史真相	(239)
第八篇 文化的精神与媒介的权力	(260)
第九篇 媒介控制的历史理性批判	(282)
参考书目	(297)
后 记	(308)



引 言

各种事实显示,媒介权力是指在媒介中支配事实的真相,进而支配公众对事实的认知和反应,并最终支配事实存在的价值与状况的一种力量。因事实的性质的不同,媒介权力可以在政治的层面展开,与民主代议、民主监督的成败相关联;也可以在社会层面行使,与社会正义、社会安全的维系相辅成。

对媒介权力的运作、所产生的效果的研究,一直是西方大众传播研究的基础和重心。但是,由于全部大众传播研究建基于对媒介具有强大效果的推测上,因此,无论主流学派,还是批判学派,都将自己的研究建立在“媒介控制大众(受众)”这样的权力模式中。其局限性表现为:一是建立在传到受的环节之上,简单地将媒介权力的主体等同于传者,将媒介权力的对象等同于受众;二是建立在既有的体制、现象和观念之上,常常简单地把媒介的权力与民主的程序相联系。无论前者还是后者,都不同程度地忽视了媒介权力所应有的复杂的本质、结构、目标和活性。

—

2005年法国媒体在巴黎骚乱中的表现,引发了诸多批评。巴黎北郊罗斯尼苏布瓦市市长佩内斯曾给法国电视二台主管和主管法国广电传媒的法国广电理事会写信,要求电视二台作出解释,为什么该台记者在本市的出现和本市出现首次纵火事件的时间相吻合。他在信中说,记者和“小流氓们”之间显得“很友好”,起码记者受到了骚乱者保护。佩内斯指责记者的出现“加剧、甚至引发了骚乱”,他甚至要求警方应该在传讯骚乱者的同时传讯记者。还有一些政治家和警方人士的批评认为,在群情激奋的骚乱期间进行连篇

累牍的报道,刊发具有视觉冲击力的画面,放大和刺激了骚乱者的情绪,用形象的话来说就是“火上浇油”。法国总统希拉克在一次正式讲话中表示,他将召见法国广电传媒机构全体负责人,要求媒体“更好地反映法国今天社会多元化的事实”。

从这些政府人士的反应看,媒体在此次骚乱中并没有完全成为政府的传声筒,所谓的“群氓”看起来也很懂得如何介入媒介,而且从“媒体应该成为政府的对立面”这一自由主义的精髓上看,媒体的表现是出色的:媒体展示了骚乱者的不满行动,批评了政府的失误,招致了政府人士的非议。但是媒介的行为又似乎具有某种不正当性,而对媒介的批评却似乎具有某种正当性。当骚乱新闻铺天盖地的时候,骚乱者的诉求转向了电视秀,骚乱者为自己能上电视兴奋不已,有一种把事情越闹越大的冲动,而事态越严重,又为媒体提供了更多新闻。这不禁让人产生疑问,在这种新闻与骚乱共生的情况下,媒介显然没有代表精英的利益,但是它又是否代表了大众的利益、公共的利益?而且在大众利益、公共利益与多元利益上媒介权力该如何取舍?

带着这种质询的眼光看,可以发现更多的媒体事件与已有的媒体权力观念相左。1998年美国克林顿遭遇了长达一年的性丑闻案纠缠和司法调查。在这个过程中,他成为美国历史上第二位面临弹劾危机的总统。但是,在公众的民意调查中,他的拥护率在现代总统中遥遥领先。在严峻的考验面前,公众对克林顿作为总统的支持率总是稳定地保持在65%左右,偶尔还上升到70%。从传统看,媒体对总统的公共性批判,是一种强有力的权力行为,是在很好地履行代议总统行为的责任。但是这种本应代表了民意的行为,在事实上却恰恰与民意相背离。这说明媒介权力在代表民意的问题上按惯例想当然的做法失算了。公众在本案例中的表现,还可以看



作是对大众文化理论成见的一种集体申辩：公众并没有成为被媒介彻底操纵的一群，而是有能力抵御在媒介报道中体现得非常明显的党派暗示、似是而非的报告的狂轰滥炸，以及势不可挡的负面材料和人身攻击。政治学家约翰·左勒认为，大众对莱温斯基丑闻的态度反映出“比起狂热的媒体，美国政治精髓更重要”。由此看，媒介权力在代表民意的问题上还有复杂的方面值得研究。

理性的公共运用，是媒介权力的关键性问题。理论认为，言论自由总是处在政府、媒介与公民相互博弈的三角关系之中。三者之间的博弈有助于维持媒介权力合理和有效地运作。那么这三者之间达成一致时，媒介又如何表现？对政治和社会的影响又会怎样？2001年9·11事件之后，美国政府、媒介和公众在“爱国主义”自我审查中保持了一致。原来CNN的战地记者彼得·阿内特对集体一致的状况提出了质疑。他说：“美国公众是不是应该了解故事的另一面？是不是应该有机会自己去作出理智的判断？”彼得·阿内特提出的质疑，是对理性的强调，理性在任何时候都是政治和社会的驱魔咒。理性只能存在于不同观点的辩论中，禁止了公共辩论，也就开启了趋向错误的大门。集体一致的结果是，美国以“萨达姆拥有大规模杀伤性武器”为借口发动了错误的战争。当灾难降临的时候，人们会源于恐惧失去理性，很容易被操控引入新的灾难之中。那么该如何构建合理的媒介权力机制，以保障危机产生时保持理性？

种种的媒介事例表明媒介权力问题的很多方面还有待解答。除了上文提及的方面外，至少还可以包括如下的方面：

当新闻被框定为“狗咬人不是新闻，人咬狗才是新闻”时，新闻的定义就需要正本清源了。有人以“公众想要知道的事和公众必须知道的事”加以澄清，想要知道的事是基于市场的逻辑，必须知道的事则是基于启蒙的逻辑。更为历史地看这种澄清还不够，还应该强调新

闻是一个过程,即提供事实,引发公共讨论和批判的过程。这样才能符合新闻历史生成时所表现出来的本质特征,才能时时警惕市场逻辑对启蒙逻辑的挤压和排斥,才能真正把握媒介权力彰显的前提和方式。

关于言论的两种理论:一种是自由放任理论,一种是民主理论。在人人即媒介的理想前提下,媒介与大众共为权力主体,基于自由的理论,国家可以被视为言论的唯一压制者。当人人即媒介的理想坍塌,媒介与大众共享权力主体的链条被割断,权力的私有化聚集对自由造成冲击时,基于民主的理论,国家被认为有必要出面来抵制这些势力,以国家扶植的公共自由来填补私人自由的盲区。

但民主的介入很容易产生专制和极权。美国9·11事件所产生的舆论一律,就是整个公众审查运动利用了一项重要的武器,那就是人们的一个普遍信息,认为新闻都是带有自由主义倾向的。在政治评论被包装成了爱国主义,而公众又充满了恐惧,希望看到政府为自己树立目标并采取有效行动的情况下,民主就蕴含了专制的目的,不管是记者还是喜剧表演家,只要被认为有自由主义倾向,他们就很难再让人相信是在尽民主的责任。民主的宰制带来舆论一律,只有消解这种民主与自由的悖论才能使媒介权力在健康的轨道上运作,如何消解还无法找到现成的答案。

从传统来看,自由主义理论是把政府作为新闻自由的唯一监视对象的。这种观点来自这样一个时期,即政府被认为是权力和主要的压迫来源的所在地。这一传统的观点将媒介权力的范围限定在政治的层面。那么当媒介权力的范围有了拓展,媒介权力已经在社会的层面展开时,在政治层面展开的权力方式和目标,与社会层面展开的方式和目标会有不同,把握这种不同才能揭示媒介权力的历史逻辑及其复杂性。



源于自由主义报刊的公共批判传统,有一种看法,认为自由的媒介是政治失败和社会不稳定的一个重要的因素。譬如戈尔巴乔夫解禁后的媒介被认为是苏联解体的助推器。事实上,以公共的批判随时向政府内腐败和错误的行为宣战,媒介权力实质上充当了纠错者的角色。苏联的崩溃与其说是因为对媒介自由的开放,不如说是因为对媒介自由的长期禁止。分析西方媒介权力用一种怎样的结构方式既坚持了媒介自由又维护了社会稳定,具有某种现实的意义。

人人即媒介的理想因网络等新媒体的出现正在日益地变为现实,可是媒介的权力却并没有在政治和社会的舞台上显现奇观。万事俱备,尚欠什么样的东风?

二

新闻自由与媒介权力是在特定的历史时期,经由市场逻辑和启蒙逻辑这两个体系的共同作用孕生而成的。媒介权力是一种历史的生成之物、历史的动态之物,只有回归历史的逻辑之中才能揭示媒介权力的本质特征、运行规律和现实问题。

从市场的逻辑看,大众媒介基于人性的需求和市场的需求而产生,最初是依靠发行来获取利润的。当大众对信息的需求与政府对信息之间的控制发生冲突时,媒介为了满足大众的需求开始了争取新闻自由的行动。此时,资本主义自由市场对新闻自由的召唤,是为了实现媒介(信息传者)的动机和满足大众(信息受者)的需求,表现出媒介和大众对权力、目的和意义的共享。在政治上展开行动的同时,在经济上媒介也发明了广告这一赢利的新手段。从一个方面看,报刊依靠广告的手段获得了经济上的独立,广告成为报业自由的助产士,证明媒介以市场为基础的体制具有合理性;但从另一个方面看,所谓自由报刊的助产士只不过是让报刊从一群人的宰制中自由地转移到了另一群人的支配之下而已。还有,按照最大的“受众商品”

原则,大众是媒介为了广告主的利益最需要支配的经济目标,而同时又是最不能得罪的媒介选择者。在这样的悖论中,媒介和大众共享权力主体的链条有可能被割断,但不可能一直被割断。

从启蒙的逻辑看,启蒙主义运动是“知识就是力量”在人类社会世界的展开。启蒙主义者的目标并不只是限于对已被接受的正统观念提出挑战,而是要把人类从恐惧和迷信的阴影中解放出来,让他们在自己的身上找到改造人类生活条件的力量。启蒙运动争取的言论自由,是思想传播的自由,是公共批判的自由。在启蒙运动中,媒介成为了具有批判意识的公众,一种独立的能够彰显权力的新闻业得以确立。这种新闻业依靠公众舆论,把针对政府的批评和公开反对立场提高到一种规范的高度。启蒙运动既是建构的,但更多是解构的。在它解构了封建权威政治,建立起了资产阶级民主政治之后,它又开始想要解构自己曾经信奉的这一切。启蒙主义被认为走向了反动。从维护国家和秩序的目的出发,实证主义者孔德在新的历史时期否定启蒙主义,要求公众服从国家。新自由主义者托克维尔、密尔等人则是按照新的需要对它进行修正,要求公众承认不平等的现实,在对待媒介权力的态度上,他们既对媒介公共批判的激情保持警觉,又始终坚信“自由的新闻业是自由的最最主要的民主工具”。对于媒介而言,启蒙运动留下了几个关键之物:一是认识到坚持公共批评,媒介才能拥有权力,现代新闻的概念被认为正是从这一功能上发展起来的;二是认识到媒介权力的经济基础,既可以建立在广告之上,也可以寄托在社会冲突之上;三是从政治的合理性考虑,中产阶级始终是媒介权力所要代表和加以维护的政治力量。

无论是媒介权力的市场逻辑还是启蒙逻辑,在进入资本社会后,似乎都成了矛盾之物、变数之物,正是这种矛盾和变数历史地生成了媒介权力的权力结构和异化结构。