

# 话语权

美国为什么总是赢得主动

张国庆◎著

从政者与媒体领袖不能不看的“国家启示录”

# 话语权

美国为什么总是赢得主动

张国庆◎著

## 图书在版编目(CIP)数据

话语权：美国为什么总是赢得主动/张国庆著. —  
南京：江苏人民出版社，2010.12

ISBN 978-7-214-06735-7

I. ①话… II. ①张… III. ①新闻工作—美国  
IV. ①G219.712

中国版本图书馆CIP数据核字（2010）第262079号

- 书 名 话语权：美国为什么总是赢得主动  
著 者 张国庆  
责任编辑 王 楠  
特约编辑 李 丹  
文字校对 刘彦章  
出版发行 江苏人民出版社（南京湖南路1号凤凰广场A楼 邮编：210009）  
网 址 <http://www.book-wind.com>  
集团地址 凤凰出版传媒集团（南京湖南路1号凤凰广场A楼 邮编：210009）  
集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>  
经 销 江苏省新华发行集团有限公司  
印 刷 北京同文印刷有限责任公司  
开 本 700毫米×1000毫米 1/16  
印 张 19  
字 数 271千字  
版 次 2011年1月第1版 2011年1月第1次印刷  
标准书号 ISBN 978-7-214-06735-7  
定 价 32.00元

（江苏人民出版社图书凡印装错误可向本社调换）

# 序

让人喜欢是一种魅力，让人信服是一种能力。

因为是做国际问题研究，尤其是美国研究，我对于美国崛起之路有着深入的认识。一般人提到美国的强大，都会想到它的军事、经济和政治力量，但却常常会忽视一个更为重要的因素，那就是话语权优势。

如果说美国是依靠着教育、机制和文化力量崛起的话，那么，它得以长期保持强势地位，则更多地依靠了话语权甚至可以说是话语霸权。实力使美国拥有话语权，而对话语权的深刻认识及灵活掌握则扩大了其话语权优势，这一点在内政外交上都有丰富体现。

反观我们，中国崛起面临的一个重要挑战，就是主动权时常不在自己手中，而影响主动权的是话语权。无论是被妖魔化、被潜规则，还是被定价、被声东击西，许多时候，都源于我们不懂得如何掌控话语权。

这一话题，有现实需求，并且将来会越来越需要。

事实上，美国真正在话语权上有所得，是在180年前的西奥多·罗斯福时期，那也是美国媒体市场化的开始。美国的走强与媒体的做大几乎是同步的，这并非偶然。虽然双方也时而会有较量，但更多的时候，则是相辅相成，互相促进的。在事关国家利益的问题上，二者更是表现出默契与和谐来。

美国话语权优势的形成，有着以下几个条件：

首先，美国政府认识到媒体的价值和力量，能够善加引导，并为其做大做强创造条件；同样地，国会和利益集团也十分重视与媒体打交道，他们不仅受益多多，而且客观上也增强了美国媒体的实力。

其次，媒体的自觉意识，明白国家的强大是媒体保持强势状态的关键所在，同时也很清楚，自身拥有公信力才是赢得政府和社会尊重，进而在国际上拥有话语权的根本。

除此之外，能够为美国说话的还有很多“志愿者”，比如美剧、和平队、慈善家、智库等等，它们是政府（国会）与媒体之外的第三种力量，也是更容易为人接受的软力量。

但归根结底，还是美国政府重视并善于影响媒体和舆论，对于媒体，既有胡萝卜，也有隐性的大棒；对于国外，则有清晰的定位和激励机制，维护着话语权和国家利益；而在危机面前，政府与媒体更是能做到精诚团结，常常能使危机变为转机。

作为经典案例，伊拉克战争的是是非非最能说明美国政府与媒体在话语权方面的合作与矛盾关系，此外，发生在2010年的“间谍门”、“丰田召回门”及“华为并购案”也颇能折射出美国的话语权“谋略”。

应该说，在话语权的控制力方面，美国具有先进性，不仅有较多成功案例，而且有着良好的话语权架构，是很好的他山之石。而我写这本书，归根结底，还是希望中国未来的上升之路能够因充分理解话语权的“真谛”而变得更为顺畅，这其中，如何打造我国的国际形象堪称事半功倍的系统工程。

本书的第二条线索，是对话语权的本质来源的揭示，也即成熟的传播网络、精心的国际形象策划、文化的张力和公信力的维系。缺一不可。换句话说，无论是政府还是企业话语权的取得和维护，

都需要从这几方面下工夫。

这本书，看上去是写给（中央和地方）政府、社会组织与企业领导者的，也是写给未来的领导者的，但它更是写给那些希望在生活中拥有更多话语权和主动权的普通读者的。

事实上，在人际交往中，也存在着话语权问题。比如有人威信高，说话大家爱听；又比如在家庭中总有拿主意的人；恋爱中也总是会有一方占上风；朋友交往中，也总会出现核心人物，人们喜欢听他说话，愿意跟随他。国际关系与人际关系，确实有很多相通之处。

这是一本准备了很久的书。曾经的行政和媒体经历带给我很多思考，也使我更方便站在不同的角度看问题，而多年在美国媒体及话语权问题上的学术研究，则促使我要将美国政府与媒体的关系、美国话语权的取得和巩固等比较通俗地展现给大家，力图能帮助中国赢得更多国际话语权，帮助企业更好地经营形象和媒体公关，也像朋友一样给读者们出谋划策。

在经历和思考之外，大量的阅读和写作也成全了这本书。10年来，我阅读了数百本中外专著，写作了上百万字的论文、课题和评论文章，得以集腋成裘。并且，在诸多公务及个人事务的处理中，我也反复运用了其中的很多办法，受益匪浅。

更学术一点儿的书将在稍后出版，现在呈现给大家的是一本“将深刻的内容说通俗，将复杂的事情说简单，将专业的问题说清楚”的面向大众的书。

在酝酿和写作的过程中，我得到了张晓辉、史卫、胡瑞佳等朋友及马晓霖等兄长在思路和信心方面的支持，写作时充盈着温暖的感觉。

而我最需要感谢的，是我的母亲。

很小的时候，母亲就让我明白了责任感和自律力是做人的根本，她本人更是我的楷模。在母亲的熏陶下，我也逐渐意识到，为什么作为普通人的她能有话语权优势，认识她的人很多都喜欢她，人们都很愿意听她说话、找她出主意，家长管教不了的孩子和她聊过后，往往会有很大的改观。

秘密何在？

在经过一番思考后，我突然意识到，母亲身上的许多品质和素养恰恰就是话语权的来源：

首先是正直和有公信力。比如在“文革”中，只要带头批斗老领导，母亲就有机会成为大厂的领导，但她坚决不干，并且想方设法维护老领导们。这在那个疯狂的年代是不容易做到的。更难得的是，她能长年如一地保持诚信和责任心。

公信力所在，话语权所养。

其次是善解人意，有文化内涵。很多人喜欢和母亲聊天、听她说话，这不仅是因为她喜欢读书、知识面广、与多数人都能有共同语言，更是因为她能设身处地为别人着想，让人有亲切感和知己感。

认同感所在，话语权所生。

传播力强，也是关键所在。母亲善于沟通，也善于化解人际交往中的尴尬和危机，最牛的是谈笑间她表达了意见，还不让对方觉得不自在，而其他人都根本没有察觉，跟着乐在其中。而我最受益的还是她通俗、幽默的谈话风格，这深刻地影响到我此后的演讲和写作——你讲话引不起别人的共鸣，你的文章别人看不进去，就是你传播的问题。

沟通力所在，话语权所长。

而最根本的是母亲心地的透亮和朴素，就像中国山水一样，让

人舒服、自在。让我们做子女都感到自豪的是，她一辈子没有对不起任何人，孝顺父母、善待朋友、关爱家人、尽心工作，并且从不记恨他人。

宽容心所在，话语权所强。

难得的是，母亲一生操劳，受尽辛苦，但她最大的心愿却是将来有机会建个孤儿“乐园”，从幼儿园到小学再到中学，免费而充满抚爱，让那些孤儿知道，爸妈不在了，但仍有很多爱他们的人，盼着他们健康成长……

她要求我：如果做官，就要做个能为老百姓谋福利的官，做个让周遭的人看到生活希望和美好的官；做学问，就要做个有良知的学者，为国家考虑，为百姓呼吁；有了财富，就要帮助弱势群体，尽可能为他人创造机会……

欣慰的是，一路走来，虽然也很艰难和孤独，但有了母亲的指引，我懂得了坚守，懂得了付出，同时也懂得了话语权的本质来源，就是让人喜欢、认同、信服和尊重，并始终怀抱希望，充盈智慧。

事实上，普天下多数母亲在家庭中尤其是对孩子是有着话语权的，她们也都是很好的话语权榜样。究其原因，一个很重要的方面，就是持续的付出——她们对孩子真诚的爱和服务精神，以及在价值观和文化方面的牵引。更重要的是，她们中的多数人都表现出令子女敬重的道德力量。

桃李不言，下自成蹊。

这也可以解释，为什么有些领导在退休之后依然会很有人缘，拥有令在任者都羡慕的话语权。

除去一些领导者退休之后仍能积极发挥余热的原因之外，在任期间，他们对于其他人有较多帮助，较多体贴，让人能感受到一种



人格力量也是很重要的原因。不仅如此，他们大多也有着令人认同和欣赏的才智和品格，使其他人发自内心地喜欢和接受。

话语权在哪里？

话语权就系于你清澈的眼波、温暖的手掌、博大的怀抱、智慧的脑海和坚定的步伐。

人生不是得到，就是学到。话语权也是如此。

# 目录

## CONTENTS

### 第一章 发现媒体

- >>> 新闻强，则国强... 2
- >>> 杰克逊为什么是奥巴马的“竞选顾问”？... 5
- >>> 厨房里的新闻内阁... 7
- >>> “鲶鱼”普利策的功劳... 10
- >>> 第一位“媒体帝王”... 13
- >>> 罗斯福栽树，后人乘凉... 16

### 第二章 媒体的“政治需要学”

- >>> 神化华盛顿的话语权智慧... 20
- >>> 从说事儿变成传说... 22
- >>> “笨蛋，是广告”... 24
- >>> 有“钱景”的专业... 27
- >>> 撂倒尼克松的女人... 31

### 第三章 白宫的胡萝卜

- >>> 里根没白当演员... 36
- >>> 白宫是最大的公关公司？... 40
- >>> “点菜”的人... 44
- >>> 不请自来的“高级”撰稿人... 47
- >>> “我给你独家新闻”... 50
- >>> 别有滋味的白宫咖啡... 53

## **第四章 看不见的大棒**

---

- >>> 排排队，分果果...58
- >>> “安全”让你没话说...61
- >>> 战争，让媒体走开?...64
- >>> 没有新闻法的“新闻超级大国”...69

## **第五章 公信力是话语权之母**

---

- >>> 批评出来的话语权...74
- >>> “《纽约时报》的精神”...77
- >>> 为什么新闻部和评论部不可以在同层?...81
- >>> 认错也要认得专业一点儿...84
- >>> 个性文字的魅力...88

## **第六章 制造新闻的人**

---

- >>> 舒默是谁?...92
- >>> 为什么会有所有权法大战?...96
- >>> 汇率之争也是话语权之争...102
- >>> 日本人怎么从挨打变成看热闹?...106

## **第七章 为什么受伤的总不是犹太人？**

---

- >>> “今天，我们都是以色列人”...110
- >>> 感情投资从娃娃抓起...112
- >>> 说死萨达姆...116
- >>> 当媒体成为公司...118
- >>> 批评精神的退化...121
- >>> 报社中的新官僚...124

## **第八章 七种武器**

---

- >>> 美剧在说话...128
- >>> 和平队的旗帜...132
- >>> 你爱听“铁公鸡”说话吗? ...134
- >>> 每个美国人都是说客...138
- >>> 会交朋友的新闻署...141
- >>> 美国人听不到的“美国之音” ...144
- >>> 会说话的智库...147

## **第九章 告诉别人你是谁**

---

- >>> 国家安全战略的妙用...152
- >>> 卡扎菲的“礼物” ...154
- >>> 做人不要太老实...158
- >>> 美国缘何刺破日本“入常”之梦? ...160
- >>> 那一票的威仪...164
- >>> 资源就是吸引力...167

## **第十章 把危机变成“母鸡”**

---

- >>> 向纽约市长学危机管理...170
- >>> 为了忘却的赛跑...173
- >>> 消费让危机走开...176
- >>> 东面挖坑，请向西行...178
- >>> 奥巴马撞上“漏油门” ...182

## **第十一章 话语权才是大规模杀伤性武器**

---

- >>> 媒体的军事作用...188
- >>> 包装出来的战争...193
- >>> 枪的后面顶着钱...196
- >>> 媒体与白宫的“二人转” ...199

- >>> 博客也燃情...202
- >>> 媒体的伊拉克“反击战”...205

## **第十二章 华盛顿的“阳谋”**

---

- >>> 媒体娱乐“间谍门”...210
- >>> 白宫的地板是丰田的天花板...214
- >>> 华为痛着中海油的痛...217
- >>> 民主党的“注意力经济”...222
- >>> “帮倒忙”的美联储...225
- >>> 阿桑奇抢走了美国多少话语权?...229

## **第十三章 会说话的大豆**

---

- >>> 大豆战钢材...236
- >>> 为了大豆的“演出”...239
- >>> 数据里长出的话语权...244
- >>> 争取话语权需要“亮剑精神”...248

## **第十四章 大象的声音**

---

- >>> 权重之变...252
- >>> 非洲的“惊喜”...256
- >>> 不把所有的鸡蛋放到一个篮子里...259
- >>> “狗窝秀”的终结...264

## **第十五章 包装中国**

---

- >>> 七种武器...270
- >>> 领导者是兜售希望的人...276
- >>> 心灵捕手...279
- >>> 人人都是外交官...282
- >>> 北京欢迎你...285
- >>> 13亿倍的机会...288

# 第一章 CHAPTER 1 发现媒体

美国成功的总统都有一个特点，那就是擅长与媒体打交道。在他们看来，媒体不是负担，不是敌人，而是翅膀，是助手。

## >>> 新闻强，则国强

在美国，以总统为代表的政府，与媒体之间一直存在着爱恨交加的关系。从华盛顿、杰斐逊时期总统对媒体的误解乃至造谣中伤的忍受，到杰克逊尤其是西奥多·罗斯福对媒体的善加利用，美国政府走过了一条漫长的路，而这段路程，也正是美国走向强大的过程。

说美国的新闻史就是美国的强国史，并不为过。

美国媒体有今天的强盛，与开国者的开明是分不开的。

按理说，作为美国国父的华盛顿，应该是得到媒体善待的，因为他的民望非常之高，为人也近乎完美。但遗憾的是，媒体却并不这样看，一些与华盛顿持不同政见的媒体，总是竭尽所能地攻击他的每项政策，并且拿一些莫须有的私事来说事儿，直到他退休之后都不放过。以致热衷读报的华盛顿，曾经一度取消了大多数报纸的订阅。

至于其他总统，从杰斐逊到麦迪逊，也都受过媒体不同程度的攻讦和谩骂，造谣更是家常便饭。尤其是杰斐逊，他承受的可是双重痛苦：一方面，要忍受媒体的攻击，另一方面，还要捍卫它们骂自己的权利。

你捍卫的人，整天没完没了地骂你，这种郁闷是一般人难以接受的，只不过，杰斐逊不是一般人，他是“二班”的。

杰斐逊的“二班”有两个支柱性的想法，使他最终超越个人与媒体的爱恨，将美国强大的种子保存了下来。

杰斐逊的第一个信念，是报刊在履行民主职能中的独特地位是不可

替代的。尽管他也十分郁闷媒体对他的指责乃至恶意诽谤，但他始终相信媒体会慢慢成长起来，变得有责任心，就像不懂事的孩童终究会长大成人一样。而做父母的又怎么会为了孩童的一些胡闹，将他们锁在小屋中呢？

民主，是从家里做起的，父母对孩子行宽容之道，能够耐心听取他们的意见，收获的将是成熟和有希望的未来。

杰斐逊的第二个信念，看上去有些理想主义，但却是靠谱的理想，那就是公共舆论会纠正报刊对其自由的滥用。

在一次私下谈话中，杰斐逊表现出对当时新闻界的忧虑，“作为信息传播的工具并为我们政府官员所羁绊，它们由于失信于民而使自己分文不值。”他相信媒体的自强，必将源自对民意的尊重和对事实的尊重，它们迟早会意识到对自由的滥用是要付出代价的。

遗憾的是，杰斐逊在有生之年没有看到媒体变得理智和富有责任感，所幸的是，在之后的日子里，美国媒体终究还是在民意的驱动下，走向了自律和自强。

提到杰斐逊，很多美国人都会感激他在教育上的贡献，尤其是他的弗吉尼亚大学。其实，人们更该感激的是杰斐逊对媒体发展的尊重和护卫，容忍它们的幼稚、容忍它们的偏颇，引导它们最终回到正轨上来，成为美国强大的推动力量。

换言之，如果作为美国国父的华盛顿、作为美国精神领袖的杰斐逊，对媒体全力反击，甚至听从周边人的怂恿，封杀那些媒体和撰稿人，就不会有今天这样强大的美国媒体，美国的强势话语权，也就无从谈起了。

人们虽然感慨华盛顿、杰斐逊、麦迪逊这些开国元勋对媒体及新闻自由的宽容与尊重，但需要指出的是，他们还不十分善于利用媒体，只是被动地忍让，而不是主动地引导其为社会发展及政治事务服务。

但这种呵护已足够重要了。它保留了美国媒体发展和做强的火种，也为此后美国社会的健康发展创造了一种氛围，从而最大限度地避免了集体走弯路。



许多年后，就连社会心理学家都感慨地说，美国媒体有强烈的揭丑意识，这部分地源自于这样一种认识——“在群体内的自我服务式吹捧会变得非常危险”，并且这种吹捧越齐心，对国家利益和政权的危害越大，伊拉克战争之前的美国媒体吹捧小布什政府就是很好的例子。