

政府新闻学译丛

主编：叶 皓 方延明

PEARSON

美国政治中的媒体

内容和影响

第二版

THE MEDIA IN AMERICAN POLITICS
CONTENTS AND CONSEQUENCES

SECOND EDITION

【美】戴维·L.帕雷兹 著

David L. Paletz

宋韵雅 王璐菲 译



南京大学出版社

政府新闻学译丛

主 编：叶 皓 方延明

美国政治中的媒体

内容和影响

第二版

THE MEDIA IN AMERICAN POLITICS
CONTENTS AND CONSEQUENCES
SECOND EDITION

【美】戴维·L.帕雷兹 著

David L. Paletz

宋韵雅 王璐菲 译

THE MEDIA IN AMERICAN POLITICS



南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

美国政治中的媒体:内容和影响 / (美)帕雷兹著;
宋韵雅,王璐菲译. —南京:南京大学出版社,2010.12
(政府新闻学译丛)
ISBN 978-7-305-06534-7

I. 美… II. ①帕…②宋…③王… III. 传播媒介—影响—
政治—研究—美国 IV. G219.712

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 190141 号

Authorized translation from the English language edition, entitled
MEDIA IN AMERICAN POLITICS, THE CONTENTS AND
CONSEQUENCES, 2E 9780321077776 by PALETZ, DAVID,
published by Pearson Education, Inc., publishing as Longman,

Copyright © 2002 by Addison—WESLEY Educational Publishers Inc.
All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted
in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying,
recording or by any information storage retrieval system,
without permission from Pearson Education, Inc.

CHINESE SIMPLIFIED language edition published by
PEARSON EDUCATION ASIA LTD., and
NANJING UNIVERSITY PRESS Copyright © 2010

江苏省版权局著作权合同登记 图字:10-2009-176 号

本书封面贴有 Pearson Education (培生教育出版集团)激光防伪标签。
无标签者不得销售。

出版者 南京大学出版社
社址 南京市汉口路 22 号 邮编 210093
网址 <http://www.NjupCo.com>
出版人 左健
丛书中 政治新闻学译丛
主编 叶皓 方延明
书名 美国政治中的媒体:内容和影响
原著者 戴维·L. 帕雷兹
译者 宋韵雅 王璐菲
责任编辑 王其平 编辑热线 025-83593947
照排 南京紫藤制版印务中心
印刷 江苏南大印刷厂
开本 787×960 1/16 印张 29.75 字数 533 千
版次 2010 年 12 月第 1 版 2010 年 12 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-305-06534-7
定价 60.00 元

发行热线 025-83594756
电子邮箱 Press@NjupCo.com
Sales@NjupCo.com(市场部)

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购
图书销售部门联系调换

《政府新闻学译丛》

编 委 会

主 编：叶 皓 方延明

编 委：（按姓氏笔画为序）

卜 宇 方延明 左 健 叶 皓

李希光 吴锦才 陈昌凤 胡智峰

段京肃 曹劲松

《政府新闻学译丛》总序

叶 皓

现代社会,媒体潜移默化地根植于人们的生活和世界的每个角落,在反映世界的同时又在塑造世界。媒体的地位日益提升,政府与媒体的联系越来越紧密,社会管理的各个领域都需要借助媒体,这在全世界都成为一种趋势,并且这种趋势还将随着媒体的发展不断得到深化。在中国,越来越多的媒体事件,折射出政府应对媒体方面还存在很多薄弱环节。提高政府的媒介素养已经成为非常重要的现实课题。但以往国内的各个学科中,公共关系学从社会组织、企业的角度来研究应对媒体、开展公关的技巧;新闻学与传媒产业联系紧密,定位于新闻专业人员的培养;传播学主要研究传播的概念、理论、方法,以及不同的传播领域、传播行为。它们都没有站在政府的角度,专门针对政府与媒体的关系开展研究。我们在国内首先提出建立政府新闻学学科,就是为了填补这一空白,以超越传统学科视野,去研究中国政治生活领域迫切需要解决的问题。

相比较而言,西方国家新闻传播业发达,政府与媒体的博弈有着长久的历史,在政府应对媒体领域的实践与研究都远远走在我们前面。

在实践方面,正确掌握与媒体打交道的方法和技能,已经成为西方各国政府官员从事公共管理不可或缺的重要素养。正如英国前首相布莱尔所言:我们今天的大部分工作量,不管是按重要程度计,按时间计,按精力计,除了最核心的决策之外,其他几乎都是在和媒体打交道。美国为代表的西方国家在与媒体的不断博弈中,逐渐掌握娴熟的操控媒体的方法,形成一套应对媒体的机制。美国政府官员普遍具有强烈的媒体意识,将媒体作为政治营销、新闻执政、对外扩张的重要工具,时刻防范受到媒体的攻击。他们吸收传播学研究成果,运用拟态环境、议程设置和框架分析等专业理论,指

导与媒体打交道的活动;建立专门传播机构,包括美国新闻署等管理部门和美国之音等媒体,处理媒体事务,操控新闻报道;借助传媒专业力量,雇用公关、广告等专业人员和公关公司,开展各种政府公关活动;采取各种专业手段,包括聘请枪手、故意泄密、制造新闻、公关媒体、民意测验、政治施压,让媒体和记者成为自己的工具。

在理论研究方面,学者尼模和可斯指出:“很少人是从亲身经验认识政治的。对大多数人来说,他们的政治现实是经过大众传媒及群体传播的中介而出现。”因此,政治与媒体的关系很早就引起了西方学者的关注。由此产生的政治传播研究,在美、英等国受到相当程度的重视。美国为代表的政治传播学研究主要关注政治传播的效果和行为,研究政治对传播的控制与影响;欧洲的批判传播学者以西方马克思主义为指导,开展大众媒介政治经济学批判。目前,美英不少大学新闻学院已开设政治传播学博士专业,有的大学还设有政治传播学研究中心。

面对信息公开的要求和全球传播的大背景,我国政府亟待提高应对媒体、与媒体打交道的能力,特别是要在国际传播中通过媒体发出自己的声音,树立自己的国际形象。为此,借鉴西方国家的先进经验是必不可少的。《政府新闻学译丛》的编辑出版,正是要通过翻译、引进国外优秀研究成果,为读者提供全新的观察视角和研究思路。所选著述,基本上都是在海外已广为流传,受到公众好评的佳作。虽然西方学者的研究采用的是经验主义的和实证的、定性的和批判的研究方法,是在一定的政治体制框架内进行的,不能涵盖政府应对媒体的各个领域、各种情况,但我们相信,这些他山之石,一定能帮助我们以更加开放的视野和胸襟,去建设一个民主、文明、富强、和谐的中国社会。

泛政治化的新闻媒体

——中文版序

方延明

2008年9月,我们一行6人赴美国杜克大学作学术访问,其间听取了美国著名政治传播学者戴维·L. 帕雷兹的学术讲座,并进行了学术讨论。临别时,他向我们赠送了他的著作《美国政治中的媒体:内容和影响》,我对该书的精到论述深深着迷。回国后,立即与南京大学出版社联系,将其列入由叶皓先生和我主编的《政府新闻学译丛》第一批书目。经过后来的版权联系,帕雷兹先生也非常乐意在中国出版中文版。现在,由宋韵雅、王璐菲翻译的《美国政治中的媒体:内容和影响》一书得以顺利出版。在此特向帕雷兹先生和宋韵雅、王璐菲表示热烈的祝贺和感谢。

中文本译者之一宋韵雅是我的学生,现在又是我院年轻教师,她约请我写一个序言,算是给读者的推荐导读,自然不好推辞。

摆在面前的这部长达400多页的《美国政治中的媒体:内容和影响》,是一部值得所有从事新闻教育和新闻工作的人认真阅读的书,也可作为媒介管理者、政府执政人员的重要阅读书目,尤其是在当下,大众文化、信息文化、网络文化盛行的时代,媒介作为人们生活的重要组成部分,更是如此。它可以使我们近距离地了解、观察、思考美国政治中的媒体,并从中获得借鉴。

阅读该书,我以为有以下特点:

其一,内容新,形式新。

该书在政治学的视野下,纳媒介与文化、政治、社会于一体,从媒体、政党、政府、人民到利益集团,深入探究通过媒体表现出的大众文化,以及由包括政治内容、幽默、电影、女姓、媒介形象等议题在内的政治效果。同时,也

兼顾了其他形式,如以因特网为新媒体的舆论作用,其它诸如恐怖主义、色情问题、警察、民调等政治用途。其内容涵盖了人们如何获取价值观、信条和知识,以及如何作为公众舆论付诸表达等内容。另外,帕雷兹也没有简单地把媒体只界定为传统的载体形式,而是把流行文化也列入其中,应当说是有见地的。为了增强其可读性,该书还大量引用了实例、漫画、照片和逸闻趣事。比如,他在讲到政治权威经常是幽默的重要来源时,就列举了这样一则汽车保险杠上的标语:“尿布和政治家都需要经常更换——通常是出于相同的原因。”我以为这种幽默非常诙谐,既恰到好处,也不失其学术性;

其二,旗帜鲜明,充满挑战。

作为一本政治传播学的著作,作者在导言的开篇,大胆引用了曾担任过美国第三任总统的托马斯·杰弗逊的一段话:“民意是我国政府存在的基础,所以我们先于一切的目标就是保持这一权利;若由我来决定我们是要一个没有报纸的政府,还是没有政府的报纸,我会毫不迟疑地立即回答:我宁愿要后者。”该书实践了作者在导言中的承诺:“描绘媒体、分析媒介内容,以及解释媒体对美国民主政体的影响——民众、政治、政府和政策。”

与此同时,作者充分证明了以下五个观点:

1. 媒体无处不在,贯穿美国人的生活。
2. 媒介内容饱含明示和隐含的政治意义,尽管有时稍显复杂,但经常能够辨识。
3. 人们在公共生活中会运用一套手段影响媒介内容。
4. 经常可以探究和解释他们的成败。
5. 媒介内容可以对公众、政治、政府及其政策产生重要和可辨的影响。

其三,彰显了媒介文化的本质意义。

该书从理论和实践上告诉我们,没有超阶级的媒介,只有政治化了的媒介,也没有纯客观意义上的新闻客观。

该书在一些基本概念的诠释上亦有新意。比如对“新闻”的概念,他认为:“新闻,是由记者对世界新近事件的报道和记录构成。……大部分媒介内容是新闻,而大部分新闻是关于政治和政府的报道。”我以为后者很少有人论及,或许正是在这个意义上,促使帕雷兹完成此书。他引用理查德·尼克松对媒介的评价,“对于媒体而言,进展不是新闻——窘境是新闻”,可谓一语中的。他在强调新闻起决定作用的是时效性和接近性时,特别提出“新闻是适时的”,我以为“适时”二字充满了智慧;他在解读“时效”时特别强调“新鲜的信息或细节,必不可少”,在传统的“新”之外,加上“细节”。

2008年,我访问杜克大学与帕雷兹交谈时,他给我说过一句名言:“媒介

与政治家互为宠物”，我在阅读完全书后更有了深刻的理解。

帕雷兹一直强调美国的领袖经常去讨好媒体，希望以他们为题并使用正面报道的框架，推进其政策和个人的目标利益。为了说服百姓，总统要融入公众，正如理查德·布罗迪讲的：“美国人通过大众媒体的日常新闻报道了解并判断总统政策的得失，并以此为根据来评价总统。”基于此，“总统和他的助手就会为媒体重新编造和解释这些事实，进而蒙蔽公众”。帕雷兹特别列举了里根、乔治·布什、克林顿等与媒体不断博弈的大量事实，以说明“互为宠物”的事实根据和道理。

在论及新闻自由方面，帕雷兹举了海湾战争的例子。他说，当时军方在海湾战争期间召开新闻发布会，不提供信息，拒绝记者自由进入战场，甄选记者名单实施准入限制制度，他们授命公共事务官来监察记者访谈，施行彻底的新闻审查制度。

帕雷兹的视野非常开阔，在论及媒体对新闻的处理方式时，他提出，当下媒体面临小报化和公民新闻两大趋势。这和我国当下媒介发展中的趋势几乎完全一致，他所讲的公民新闻类似于我们今天讲的民生新闻。帕雷兹认为：新闻媒体必然不能满足民主对商议的要求。鉴于新闻的分散、历史视角的缺乏、精英导向、以人为中心的思想以及对广阔社会问题的疏离，新闻并不能给公众提供他们想要的甚至是必要的丰富观点。相反地，新闻媒体经常不能理解手头的一系列替代观点，很少解释或加强替代观点的立场和争辩，也很少传达这些观点可能产生的影响。这些失败的原因在于狭窄的新闻标准，客观性、新闻获取、转移、呈现过程以及小报化倾向所强加的限制。公民新闻和因特网也许会及时发送这种情况。

公民新闻致力于帮助人们融入(或重新融入)公共生活并参与(重新参与)到政治活动中。正如塔尼·哈斯所言，公民新闻的目的在于把注意力聚焦在整个社会及其不同分支关心的问题上，可以采用的方法是架构议题以鼓励理性评价和民众面对面的讨论(例如，通过地方论坛等)。

他还特别强调框架在新闻报道中的意义，认为运用中心思想赋予报道事件一定意义，“通过框架，新闻报道以一定方式来刻画事件、夹带观点、忽略某些方面而凸现另一些方面”。比如，在政府的掌控下，总统的每一次出面，一般不会有计划外的事情发生。里根第二任期内的办公厅主任唐纳德·里根说：“每次总统公开露面，他的行程安排都是事先计划好的，所说的每一句话都是有底稿的……总统时刻准备着做一场表演。”“表演”二字用得恰如其分。

一般新闻，大都通过片段式框架或提供议题的主题式两种架构议题去

影响大众。框架实际上是一种议程设置,帕雷兹特别强调国家新闻议程,它明确提出议程设置对新闻的重要议题可以用三种形式去支撑:

其一,是国家新闻议程和民意测验议题评估之间的长期对照;

其二,定期研究显示媒体议程的一系列变化如何和个体受访者的议题显著度的变化保持一致;

其三,通过横断调查比较不同媒体议程和各自受众的议题显著度。

然而,是谁在新闻议程中起到更显著的作用呢?显然是政治家。

他在谈到利益集团与媒体之间的关系时,从策划的意义上,提出媒体报道的四个阶段,即:制造事件,赋予事件显著性,强调新闻的细节,将事件架构成为一个新闻报道。

在对新技术的理解上,帕雷兹亦非常深刻。他认为,技术等影响了我们的生活,技术变革可以产生政治影响,而这种影响基于以下七个方面的因素:

1. 他给人们提供了获取大量信息、解释和反映意见的渠道,人们从未与之如此相近。

2. 鉴于人们既能够储存、复制、点评、修改材料并转发给他人,又能根据个人设计创作和传送材料,新技术提供了表达和讨论的论坛并增加了这方面的机会。举个例子来说,它可以是些虚假、讽刺、粗俗的网站,可作为幽默的憩息之所。

3. 它增加了民众参与政治的机会。

4. 它使利益集团和社会运动能够招收、组织和动员委员。

5. 它提高了政治候选人、当选和任命官员向公众传达观点和行动的能力。

6. 从更宽泛的意义上看,它极大地拓展了政府和公众的交流。

7. 因为它使公众能够直接向政策制定者表达个人偏好,所以新技术能够影响公共政策的制定和内容,甚至有直接民主(国民直接投票)的可能。

另外,本书的另一个重要特点是理论与实践的有机结合,所得结论几乎都是在大量例证的前提下概括出来的。同时在每章后面附有推荐阅读、推荐电影、网站,提供了延伸阅读的方便。另外,两个附录也均具有特色,一是围绕新闻评论展开的,基于内容和范围两方面对媒介中存在的政治主体进行分类,二是从电影中的形象看国会和国会成员,拓展了人们传统的媒介范围。

2008年6月20日,胡锦涛总书记视察人民日报社,明确提出:“新闻宣传工作必须坚持解放思想、实事求是、与时俱进,适应国内外形势的新变化,

顺应人民群众的新期待,以改革创新精神做好工作。要坚持用时代要求审视新闻宣传工作,按照新闻传播规律办事,创新观念、创新内容、创新形式、创新方法、创新手段,努力使新闻宣传工作体现时代性、把握规律性、富于创造性,不断提高舆论引导的权威性、公信力、影响力。要认真研究新闻传播的现状和趋势,深入研究各类受众群体的心理特点和接受习惯,加强舆情分析,主动设置议题,善于因势利导。”

应当说,帕雷兹这本《美国政治中的媒体》,给我们提供了一种可资借鉴的丰富内容,包括科学的舆情分析,主动的议题设置,以及如何按新闻规律办事的观念、形式、内容、手段等。诚然,这种借鉴是有选择的。

值得一提的是,该书的中译本,语言流畅,文字也很美丽,这可能是宋韵雅兼具新闻与英语两个专业优势的直接体现。

在即将结束这篇序言时,我想再重复一下我读后的体会:

媒体无处不在,生活不能没有媒体。

人们在公共生活中已经有了可以为自身利益而影响媒介内容的工具。

媒介内容具有广泛、显著、可识别的政治影响。

政治家、政府与媒体互为宠物。

是为序。

(作者为南京大学新闻传播学院院长、教授)

序 言

本书旨在探讨大众媒介中的政治内容,并进一步分析和阐释这些政治内容对美国民主政治的影响。

第1章介绍了本书的议题,提出了主要观点,指出了媒介中存在的四种政治内容。基于对政治幽默的独特研究,本章揭示了这些政治幽默的涵义——即影响,以及如何将政治幽默运用于媒体和政府的关系。这一章末尾引入新技术这一议题,关于新技术的政治用途和效果的讨论贯穿全书。

本书第一部分的其余章节对媒体进行了详细阐述。第2章介绍了广告、电视、广播、音乐产业、报纸、杂志、图书出版、电影产业等媒介形态及全球化、垄断问题。第3章内容围绕新闻展开,对新闻的定义、新闻采集、选取和呈现方式做出了解释。第4章介绍了相关法律规定以及这些有形的法律规定如何无形地阻碍或支撑媒介自由。

本书第二部分主要探讨媒体内容对公众的影响。由于背景、社会经济地位和政治利益各异,人们对媒体内容的反应方式各不相同。因此,第5章将人们对媒介内容的接受和反应纳入研究视野。接下来的两个章节探讨了政治社会化和公众舆论。第8章介绍了媒体对政治参与的描绘和影响。

本书第三部分围绕连接公众和政府的中介组织展开,阐释了媒介内容对它们造成的影响。第9章侧重于介绍利益集团和政党方面的内容。第10章探讨了选举和竞选活动。

本书第四部分以政府为议题,主要介绍当权者为博得正面报道运用何种手段应对媒体以及现状如何。这一部分的各章节相继探讨了国会及其成员(第11章)、总统直属机构(第12章)、包括警察和军队在内的官僚机构(第13章)、司法体系(第14章)与媒体的关系。基于各种分析和叙述,这一部分进一步阐明了媒介内容对政策制定过程和公共政策的影响(第15章)。最后

一章就未来，特别是互联网的效应展开讨论。

全书共有两个附录。附录一围绕新闻评论展开，从内容和范围两方面对媒介中存在的政治主张进行了分类。附录二全面总结了国会及国会成员在电影中的形象。

和其它作品相比，本书的创新之处在于：其一，深入探究大众文化，议题既包括政治内容，又包括幽默、电影和女性媒介形象等媒体内容的政治效果。其二，在兼顾常见议题的同时，还增添了其它话题，比如恐怖主义、色情作品、警察，以及新技术的政治用途等。

本书既非大部头专著，也绝非浓缩型的小册子。它不仅仅是一本教材，因为其内容还涉及大量观点、论述和主张，并从批判的角度分析了学术期刊、学术著作、流行书籍和杂志中的研究文章。本书发现了研究领域的大量空白，从而也带来了新的研究契机，应当可以激发研究者进一步深究的兴趣。

为了增强可读性，本书引入了实例、漫画、照片和逸闻趣事——这些尝试都无损于本书的学术姿态，不过，我偶尔也使用了一些不常见、甚至有些神秘的词汇。

作为本书的作者，我对媒体的矛盾心态在书中可见一斑。我既热衷于电影，又喜爱电视；既是广播和音乐的忠实听众，又是报纸和杂志的热忱读者；既沉浸于书的海洋，又流连于网络的世界。在我最好的朋友中，有记者，也有媒介内容生产的参与者。我在此特别感激《纽约时报》（国内版），因为书中的很多信息都来源于斯。不过，我常常以怀疑的态度来看待媒介内容，一度倾向于分析解构这些内容，而不是试图接受它们。

显然，这本书的读者少不了学者和老师，也会有来自国内外的学生，他们或修读政治传播学、媒体和政治学、政治和新闻学，或修读政治学、社会学、传播学、新闻学、语言学等专业的相关课题。这本书也许还会出现在美国政府和政治课程的必读书目中，因为有关那些课程的教材往往忽略了媒体。除了学术界，这本书也应该能吸引那些想了解媒体如何和公众、政治、政府相互影响的读者，就好比一本消费指南。

新版的修改

我很高兴第一版获得了好评，而第二版在采纳读者和书评人建议的基础上终于得以问世。其中关于小报化和公民新闻的讨论进一步延展，并被归入第3章。这一版在第15章中还拓展了对媒体和外交政策的论述。大多

数章节都包含“互联网”部分,通常出现在每章的“小结”之前。选读书目、文章、电影和网站也是第二版中的新内容,它们构成了书中的“深层阅读”、“推荐影片”和“网站选录”部分。由于网络上的信息很快就会过时,有一些网址会消失或改变,也会有新的网址出现,因此我们欢迎读者就书中纳入的网址或应该纳入却未被纳入的网址提出意见。第二版同时增加了新漫画,也删去了一些老漫画,照片的数量比第一版要多。

致 谢

iii

随着时间的推移,我的致谢辞也大为增加。这些年来,我收集和阅读了全世界许多有识之士的大作,有时也将它们影印下来,我从中受益匪浅。本书的尾注则是我对他们的致敬。

所有研究者都应感谢范德保大学电视新闻档案馆在保存、编辑和提供电视网晚间新闻和其它节目录像带方面所做的努力。档案馆费心费时的工工作代价颇高且不可或缺。位于俄克拉荷马大学的政治传播学档案馆也同样功不可没。CBS 新闻、《纽约时报》、佩尤公众与媒体研究中心提供的民意调查复本也为我们提供了很大的帮助。

在南加利福尼亚大学安尼伯格传播学院访问期间,一学期的教学科研经历使得我对本书中的一些议题有了进一步的思考。我要感谢前院长皮特·克拉克和苏珊·伊凡斯的邀请,也要感谢其他同事与我交谈并且如此好客,还要感谢行政、秘书和技术人员对我的额外援助。

在安尼伯格学院,有三位研究生做了我的研究助手,给了我很大帮助。他们的工作完全不容忽视:沙里·埃利希曼负责“限制”一章(第4章);迪尼恩·内森卡特负责“公共政策”一章(第15章);简·斯托克斯负责“接受”一章(第5章)。

在洛杉矶度过以及在离开洛杉矶之后的日子里,我的生活因为莱瑞·迪茨、卡伦·斯塔比那和讽刺作家哈里·谢尔的友谊而多姿多彩。有了谢尔的帮忙,我从马特·格勒宁那里引入了漫画。

杜克大学的几个本科生和我同甘共苦。我们合著了一些出版物或论文。如今他们几乎都各有所成。他们中有约翰·埃尼安、罗伯特·邓恩、玛莎·艾尔森、洛克·费米纳、皮特·沃扎德、苏珊·赫布斯特、丹尼斯·拉夫拉、芭芭拉·麦因特、佩吉·瑞察特、约翰·肖特、克莱·斯坦曼、劳拉·汤妮、理查德·维尼加、唐纳德·威利斯,以及 K. 葛斯瑞和威廉·哈瑞斯。

杜克本科生科林·布朗、克里斯蒂娜·周、特别勤奋的凯瑟琳·基、劳

伦·波卡洛、克里斯·普莱斯利、泰勒·桑森等人为这本书收集了漫画、连环画和照片。他们的工作既增加了本书的趣味,又起到教授知识的作用。

约翰·博伊尼和C.文森都是不可多得的研究助理,后来都成为了我的合著者和朋友。我还要感谢杜克大学的研究生丹·利平斯基、艾米·麦凯、詹妮弗·默罗拉、约翰·拉特利夫、大卫·斯彭斯、卡蒂娜·斯塔普莱顿和本科生林赛·潘宁顿对这项研究的协助。

我过去的学生、后来的同事罗伯特·恩特曼第一个锲而不舍地说服了我将有关政治传播学的想法写成书。我怀念我们两人合著的那本《媒介力量政治》(Free Press, 1981),我在这本书中也引用了那本书中用过的一些例子。

IV 本书写于北卡州杜汉——杜克大学所在地,历经了湿润的夏天、多雨的冬天、怡人的春天和秋天,几度春秋才最终完成。从1967年开始我就断断续续在杜克大学执教。我要感谢选修我的媒介与政治研究课程的学生,他们忍受了大量的阅读和写作业,以及我严格的打分,和据称是无常的性情。我特别要感谢那些为本书的手稿提供反馈的人。

杜克大学的很多学生一直积极地参与此书的编写工作,还有些学生,他们虽然与我从未谋面,但却无意中对本书做出了重要贡献。特别是米伯荷·伯奇、罗伯·克昂、凯瑟琳·德拉斯基、卡尔·科兰德、乔安娜·谢尔顿、盖尔·斯洛克姆和朱迪·伍卓夫。

感谢杜克大学政治学系的同事能够包容我固执的作风、反传统的课程和异质的幽默,还要感谢杜克大学研究委员会提供给我的虽然不多但不可或缺的帮助。

感谢杜克资料收藏管理员对我的众多问题几近完全正确的回答,还有他们明确有效的图书检索系统。

对本书提供帮助的还有柯蒂斯·甘斯、美联社的丹尼斯·帕特森、漫画家丹尼斯·雷诺,以及泰勒·西斯科,希斯科的帮助使得漫画重印许可容易了许多。

出版社的劳伦斯·西尔弗曼善解人意,她打消了我的各种顾虑并最终说服我签下了合约。她的继任者玛丽亚·哈特韦尔和值得尊敬的里奥·维格曼、皮特·格劳温都体现出了极大的耐心。能干的米拉·总是能认真处理好版权和许可的善后事宜。杰妮·爱瑞克从来都是积极响应。我尤其想感谢我现在的编辑埃里克·沙赫,他一直以来都不遗余力地给予我支持,鼓励我编写第二版;还有凯莉·维莱拉和瓦莱莉·萨堡斯基,她们一直和我并肩作战;谢谢梅根·高尔文-法克和伊莱娜·特利拉纳的大力宣传。

感谢玫琳·凯·布拉克利、安德琳尼·福克斯、海伦·施维索审读、点评和修改第一版的各个章节；还有保拉·格朗特的编辑。

谢谢塔米·布尔、斯蒂芬·弗朗茨西、麦克·哈根、小约翰·皮特尼、玛丽·斯塔基、达雷尔·维斯特和那些不愿公开姓名的审稿者，他们对第一版原稿的点评极大地提高了定稿的质量。谢谢艾米·布拉克、蒂姆·法克勒、保尔·弗里德曼、杰森·格拉斯、洛丽·考克斯·汉，他们对前一版的点评提升了第二版的质量。

我还想把感激和爱献给以下这些人：一直对我展现理解的西德尼·纳桑斯；独具幽默的杰克·奈斯尔和金格·科尔文；对标题的撰写功不可没的南希·波尔斯基和肯·弗里德莱因；令我和家人对卡罗莱纳剧院备感难忘的波勃·弗鲁文和蒙特·摩西；超级伟大的罗伯特·皮尔森；患难之交埃莉诺·卡特赖特；还有哈里·洛克林。希望他们能一直在我身边。

谨以此书献给我的孩子——盖布瑞尔·迈克·帕雷兹、苏珊娜·巴特娅·菲丽西提·帕雷兹，她们偶尔也参与写作并协助我完成调查。她们的个性、风格、才能以及她们给我的爱让我无时不想起她们的母亲达西，他们的祖母海蒂，以及生活所给予的报偿和幸福。

戴维·L. 帕雷兹

目 录

第一部分 媒体

第1章 导言	3
路径	3
媒介中的政治内容	4
电影中的政治内容	7
政治幽默	8
政治幽默的分类标准	10
支援式幽默	13
善意式幽默	14
削弱式幽默	15
颠覆式幽默	17
考虑因素	18
新技术	19
小结	21
第2章 媒介形态	26
广告	26
生产和投放	27
政治内容和效果	29
电视	29
广告	30
电视广播网的内容	30
有线电视	33
公共电视	34