



跨 | 文 | 化 | 传 | 播 | 丛 | 书

丛书主编：孙有中

美国国际形象 建构

美国之音新闻报道

宋 颖 著



世界知识出版社

美国国际形象建构

美国之音新闻报道

宋 颖 著

 世界事务出版社

图书在版编目(CIP)数据

美国国际形象建构:美国之音新闻报道 / 宋颖著.

—北京:世界知识出版社,2012.12

(跨文化传播丛书 / 孙有中主编)

ISBN 978-7-5012-4401-0

I. ①美… II. ①宋… III. ①美国之音(电台)—新闻报道—研究

IV. ①G229.712

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 292262 号

- | | |
|------|--|
| 书 名 | 美国国际形象建构:美国之音新闻报道
Meiguo Gouji Xingxiang Jiangou: Meiguozihiyin Xinwen Baodao |
| 作 者 | 宋 颖 |
| 责任编辑 | 柏 英 |
| 责任出版 | 刘 喆 |
| 出版发行 | 世界知识出版社 |
| 地址邮编 | 北京市东城区干面胡同 51 号(100010) |
| 投稿信箱 | guojiwenti@yahoo.com.cn |
| 经 销 | 新华书店 |
| 印 刷 | 北京京科印刷有限公司 |
| 开本印张 | 720 × 1020 毫米 1/16 12¼ 印张 |
| 字 数 | 233 千 |
| 版次印次 | 2012 年 12 月第一版 2012 年 12 月第一次印刷 |
| 标准书号 | ISBN 978-7-5012-4401-0 |
| 定 价 | 32.00 元 |

版权所有 侵权必究

总 序

在这个日益全球化的时代,“跨文化传播”已成为人们政治活动、学术研究乃至日常生活中使用频率最高的关键词之一。正如“全球化”这个歧义横生的词汇一样,因为使用语境的多样性,学界对“跨文化传播”的定义远未形成共识。在此,笔者暂且将它定义为通过传统大众媒体和新媒体展开的不同文化之间的交流,以区别于不同文化背景的个人与个人之间面对面的跨文化交际。

随着媒体技术的不断升级和媒体设备的全球普及,不同文化之间的交流越来越多地通过形式多样、层出不穷的媒体平台得以实现,这使得跨文化传播的重要性日益凸显。

在个人和组织层面,生活在不同文化区域的人们主要是通过媒体,一方面获取其他区域文化的信息,另一方面向其他文化区域传递自己的信息。跨国传播的电视和网络资讯让我们足不出户即可了解甚至体验世界文化的多样性;跨国公司或组织则通过不同的媒介载体发布海量的广告信息,实现其跨越文化或国家边界的市场占有或影响力的提升。

在国家层面,跨文化传播在国民经济中占有举足轻重的地位。随着后工业时代的到来,世界各国纷纷意识到文化产业在增加就业机会、提高国内生产总值和实现可持续发展方面具有传统产业不可替代的优势。于是,一场争夺世界文化市场份额的竞争已经拉开序幕。第二次世界大战以来,美国文化产品以好莱坞电影为标志挺进全球,为美国的经济腾飞做出了重要贡献。据《华尔街日报》2010年7月31日的报道,好莱坞电影的海外票房销售在规模高达320亿美元的全球电影市场中已占据近68%的份额。好莱坞电影成功的秘诀正在于其内容和形式的跨文化传播能力。

对于国家而言,跨文化传播不仅可以创造巨额的外汇,而且有利于提升自己的“软实力”。一般来说,一个国家的媒体在对内对外传播中,受国家利益和文化的影 响,倾向于塑造自己的积极形象和敌对或竞争国家的消极形象,以此提升自己的魅力和话语权,同时削弱对手的影响力。因此,当代世界各国都高度重视通过跨文化传播解释自己的立场、辩护自己的利益,争取其他国家政府



和民众的认同与支持。国家通过跨文化传播对“软实力”的追求,已成为当今信息时代国际关系领域的一个显著现象。

从文化本体意义上看,跨文化传播乃是一个相对独立的文化不断丰富自己、实现创新的必要条件。自我封闭的文化必然走向衰落和消亡,这已为大量历史事实所证明。相反,从中国的汉唐盛世到欧洲的近代崛起、再到美国的后来居上,我们一次又一次见证了跨文化传播的创新威力。

当然,在终极意义上,我们期待世界不同文化之间的交流和碰撞,最终为人类缔造一个文化多样性和普世性并存的丰富多彩、充满活力的和谐世界。而这一人类文明的美好愿景,最终也必须通过一代又一代人永不懈怠的跨文化传播来一步步实现。

跨文化传播的上述以及更多重要意义,注定了跨文化传播研究必将成为我们这个全球化时代的显学。

期待本套丛书的出版为进一步拓展和深化跨文化传播领域的研究做出令学界瞩目的贡献。

孙有中

2012年5月27日凌晨于多伦多

简介

随着全球化进程不断加深,国际社会愈发意识到良好国家形象的重要性。如何塑造、提升本国的国家形象成为各国政府的关注点。美国政府对此一直十分关注,尤其在“9·11”恐怖袭击事件后更加重视国家形象的塑造,试图化解世界范围内存在的对美国的“仇恨”,最终提升美国的“软实力”。作为美国政府的可操控媒体,美国之音为了解美国的国家形象战略提供了切入点。

本书以美国之音国际广播 2002 ~ 2008 年的新闻和社论文本为研究对象,借助温特的建构主义和萨义德的东方主义理论,通过文献研究、内容分析和批判性话语分析,呈现美国之音塑造了怎样的美国形象以及如何塑造的,揭示具有官方色彩的美国媒体机构如何借助媒体的力量推行其“普世价值”及其深层的原因。



About the Book

With the deepening of globalization, the international community increasingly realizes the importance of a good national image. All the governments attach great importance to this. The U. S. is no exception. Especially after the 9/11 terrorist attack, the U. S. takes it more seriously to improve its national image, so as to diffuse the worldwide hatred towards America and increase its “soft power”. Since VOA is the media with U. S. government background, it provides us with an ideal angle to know more about the U. S. national image strategy.

This book employs the Constructivism of Wendt and Orientalism of Said to explore what kind of U. S. national image the VOA builds and how it does so, in order to probe into the question of how the U. S. government advances its “universal values” via mass media and the reason behind it. Based on the primary sources of the news and editorials of VOA broadcasting from 2002 to 2008, this book makes use of the methods of documentation, content analysis and critical discourse analysis.

目 录

第一章 导 论	1
第二章 美国之音历史	28
第一节 二战期间	28
第二节 冷战期间	32
第三节 冷战之后	35
第四节 后“9·11”时代	39
第三章 美国之音塑造的美国国家形象——主题分布分析	42
第一节 美国之音新闻塑造的“我们”的形象	42
第二节 美国之音新闻塑造的“他们”的形象	52
第三节 美国之音社论塑造的“我们”的形象	71
第四节 美国之音社论塑造的“他们”的形象	77
第五节 主题有别的美国之音	86
第四章 美国之音塑造的国家形象——话语分析	89
第一节 美国之音新闻塑造的“我们”的形象——美国	90
第二节 美国之音新闻塑造的“他们”的形象——亚洲	100
第三节 美国之音新闻塑造的“他们”的形象——中东	116
第四节 美国之音新闻塑造的“他们”的形象——非洲	120
第五节 美国之音社论塑造的“我们”的形象——美国	126
第六节 美国之音社论塑造的“他们”的形象——亚洲	132
第七节 美国之音社论塑造的“他们”的形象——中东	137
第八节 美国之音社论塑造的“他们”的形象——非洲	142
第九节 美丑各显的美国之音	146
第五章 结 语	152
第一节 怎样的美国国家形象——优越的“我们”与低劣的“他们”	152
第二节 如何塑造美国国家形象——身份、“他者”与普世价值	154
第三节 美国之音的适应与变革	156
第四节 美国国家形象背后的傲慢与恐惧	158



附录：作为批判性话语分析对象的 50 篇“美国政治”主题新闻的标题	163
参考文献	166
后 记	186

第一章 导 论

国家形象与美国之音

军事和经济实力的强大并不意味着一国在国际社会受尊重、受欢迎。负面的国家形象会在很大程度上阻碍一国在国际社会的进一步发展。

国家形象不能简单地等同于国家的综合国力,国家形象是可以被塑造的。^①国家形象可以分为国内形象和国际形象。国内形象是一国国民对自己国家的综合认知,国际形象是世界上他国人民对该国的认知与看法。

国家形象的塑造分为“自塑”与“他塑”两类。^②“自塑”指该国自己的媒体(包括政府与商业媒体)等文化机构对本国形象的判断与评价;“他塑”指其他国家的媒体等文化机构对该国形象的判断与评价。一国“自塑”与“他塑”的形象经常是不同的。因此,一个国家发出自己的声音、积极主动地向国际社会展现自己国家的形象是十分重要且必要的。

国家形象的塑造还可以分为主动的塑造(如美国之音这样的政府可控媒体对美国国家形象的塑造)和无意识的塑造(如美国的商业媒体在追逐利润的同时产生的效应)。美国政府无法指挥商业媒体的运作。那么,为了依靠媒体塑造形象、更有效地传播自己的声音,美国政府必须要在美国之音这样的政府可控媒体上下功夫。而且,一个国家政府想要树立的国家形象并不是商业媒体能够完成的。实际上,商业媒体甚至会在国家形象塑造方面起到反作用。美国公共外交顾问委员会(United States Advisory Commission on Public Diplomacy)曾在2002年9月的报告中指出,美国本土的商业新闻和娱乐机构传达出的某些信息使他国民众对美国和美国政策产生了很深的误解。该委员会在2003年10月1日的报告中进一步指出,美国的情景喜剧、暴力电影和其他种类的娱乐节目充斥着阿拉伯和穆斯林世界,扭曲了当地观众对美国的认识。该报告举例说,在当地极受欢迎的《老友记》(*Friends*)、《豪门恩怨》(*Dallas*)和《宋飞正传》(*Seinfeld*)等美国情景喜剧并没有真实地反映美国人的典型生活方式。的确,全世界人民在美国商业媒体产品中领略到了美国的科技发达和文化多样性,但对美国的综合印象并不好。典型的案例就是,中东地区年轻人对美国的科技文化

① 孙有中,《国家形象的内涵及其功能》,载《国际论坛》2002年第5期。

② 程曼丽,《论“议程设置”在国家形象塑造中的舆论导向作用》,载《北京大学学报(哲学社会科学版)》2008年第3期。



等很推崇,但是对美国政府十分不满、抵触情绪强烈,这就对美国政府推行自己的政策造成了极大的困难。

本书的重点在于自塑和主动塑造的国际形象,美国之音就是一个绝佳的平台。美国之音国际广播一直致力于呈现美国的全景,向国际社会展示美国的方方面面,是美国政府塑造国家形象的主力军。虽经国际格局的变换、自身的机构重组以及不断受到国内和国际新成立的国际广播电台和电视台的挑战,美国之音依然持续不断地向全世界传送代表美国政府的声音。美国其他新建的国际广播节目均以美国之音节目为蓝本,创新之处也基于美国之音的成功经验。并且,“9·11”事件后美国政府对美国之音的预算投入不断增加。美国之音的监管机构——美国广播理事会(BBG)的年度报告(Broadcasting Board of Governors Annual Report)数据显示,2003~2011年美国之音的年度预算平均每年增长近737.5万美元,2011年度其预算高达2.051亿美元。同时,美国之音每年的播音小时数不断增加。2003~2011年,美国之音每周播音时数平均增加111.625小时,2011年的每周播音数为1893小时。由此可见,在“9·11”事件后美国之音在美国政府的对外传播中发挥着日益重要的作用。

美国之音研究简史

美国之音至今已有70年的播音历史,在国际新闻传播史上占有重要地位,受到国内外学者的关注。

国外学者对美国之音的研究起步早、数量多,更加关注美国之音作为一个机构的历史。从内容上看,国外的相关研究更多关注美国之音的历史。舒尔曼从美国外交、内政和文化等视角研究了美国之音,在第二次世界大战期间的播音历史,尤其是对法国的广播活动。^① 克鲁格勒主要分析了1945~1953年美国之音的状况。那期间的美国之音,深陷政府部门尤其是国务院的自由国际主义派与国会中的保守派之间的纷争,困难重重。^② 黑尔^③是一名资深的美国之音记者,他于2003年出版的《美国之音历史》是迄今为止关于美国之音60多年历史最新且最全面的著作。^④ 他目睹、亲历了美国之音的历史发展,因此能够为读者提供许多事件的一手材料,这对研究者来说是十分宝贵的。但遗憾的是,这本

① H. C. Shulman, *The Voice of America: Propaganda and democracy, 1941 - 1945*. Madison, Wis.: University of Wisconsin Press, 1990.

② D. F. Krugler, *The Voice of America and domestic propaganda battles, 1945 - 53*. Columbia: University of Missouri Press, 2000.

③ 黑尔在美国之音工作了36年(1962—1998),曾先后任外国新闻记者、新闻与实务部主任和节目部副主任。

④ Alan L. Heil Jr., *Voice of America: A History*. Columbia University Press, 2003.

书并不是一本研究性的著作。还有一些国外学者对美国之音的某些侧面感兴趣。布朗集中探究了美国之音历任台长和美国新闻总署历任署长对美国之音的影响、美国之音与国会的关系以及美国之音在节目政策上的调整变化。^① 亚历山大通过分析政策、节目以及美国之音与白宫、国会、国务院和其他政府部门的关系分析,深入探讨了在美苏关系缓和的15年中美国之音是如何受到美国外交政策的影响和制约的。^②

在研究方法方面,国外学者的美国之音研究主要采用历史文献分析方法。他们所依据的历史文献包括美国政府和美国之音的历史档案、口述历史记录、采访记录、书信往来、学术著作等。现有的国外学者研究中只有奈高对美国之音非洲部做了案例分析研究,旨在发现该部门在决定节目制作播出政策时使用的标准。^③

国外学者关于美国之音的专著并不多,相比之下,相关期刊杂志文章很多。多数文章都集中在关于美国之音性质的争论上。

美国之音自认为是一个标准的新闻机构。69年前,美国之音以如下自我介绍开始了它的第一次播音:

现在大家听到的是来自美国的声音。每天此时,我们都将带给您关于战争的新闻。这些新闻或许是好消息,或许是坏消息。但它们肯定是事实真相。

1976年7月12日正式生效成为法律的《美国之音宪章》(Public Law 94-350)再次强调美国之音只报道事实真相的精神。该宪章规定,美国之音播放的新闻应该是“准确、客观和全面”。美国之音的内部工作人员也坚信,美国之音的记者是专业的国际广播人员,致力于新闻事业的发展。^④

然而,自其建台之日起无论美国之音怎样强调自己真实、独立的新闻观,对之的怀疑依然层出不穷。尤其是在“9·11”事件后的9月25日,美国之音的一名记者和台长由于不顾国会的反对坚持播放了奥马尔的采访而立即被开除。走马上任的新台长赖利(Robert R. Reilly)曾经是一名专门为美国之音撰写社论的记者。此事的发生使人们不禁再次发出这样的疑问:美国之音在多大程度

① D. R. Browne, *The Voice of America: Policies and problems*. Lexington / Kentucky: Association for Education in Journalism, 1976.

② L. Alexandre, *The Voice of America: From Detente to the Reagan Doctrine*. Norwood, New Jersey: Ablex, 1988.

③ P. L. Naigow, *How the Voice of America's African Division perceives and programs for Sub-Saharan Africa: A case study of criteria used in determining programming policies*. Ann Arbor, Mich.: UMI, 1977.

④ Alan L. Heil Jr., *Voice of America: A History*. Columbia University Press, 2003.



上是独立的？它是独立的美国式新闻机构还是美国外交政策的工具？^①

在学界，关于美国之音的性质之争呈明显的两个阵营。虽然双方都没有明显的领军人物，但辩论的焦点十分明确：美国之音是否是美国政府的宣传机构？

持否定观点的一派认为，美国之音是一家真正的新闻机构。刘易斯曾任美国外交官和美国之音记者，他认为美国之音一直遵循《美国之音宪章》，以“专业的、未经粉饰的方式”呈现新闻和信息；并且美国之音记者坚守新闻专业主义。他否认美国之音是美国政府的宣传工具。^② 在另一篇文章中，刘易斯分析了美国之音对克林顿性丑闻的报道后得出结论——美国之音在对该事件的报道中没有对丑闻含糊其辞或轻描淡写以混淆视听，也没有替总统传播宣传性的新闻。因而，他认为美国之音记者的采写工作符合新闻专业主义的道德标准，给他们贴上“不过是一些宣传者”的标签是错误的。^③

针对各方对美国之音社论的质疑，美国之音记者黑尔辩护说，美国之音的社论由一个独立于美国之音的监管办公室负责写作，然后插入美国之音的广播，但同时他承认美国之音要负责兼顾政府的利益、受到政客们的左右。^④ 佩恩认为，尽管美国之音必须发布政府提供的社论，但它的新闻无论在风格上还是在内容上都与美联社和美国全国公共广播电台这样的非官方新闻机构类似。^⑤ 谢弗认为，冷战期间美国之音是美国的“善意大使”，为全世界提供新闻，只不过播新闻的同时附带一些美国政策；而现在它已经转变为“反恐”战争中树立国家形象的重要工具。^⑥

持肯定观点的一派认为，美国之音毫无疑问是美国政府的宣传机构。舒尔曼直截了当地将美国之音称为宣传机构。她认为“美国的宣传者们认真地‘塑造’新闻。每天他们决定什么消息可以播出、什么消息要被压下来”。^⑦ 斯普劳尔认为美国之音毫无疑问是宣传的提供者，而且从建台之日起“其为美国利益

① K. S. Wenner, S. E. Canton & J. Rosen, "Just how independent a Voice?", *American Journalism Review*, 2001, Vol. 23(10), pp. 10-11.

② M. B. Lewis, "Penetrating Milosevic's Wall of Silence", *Nieman Reports*, 1999, Vol. 53(2), pp. 19-20.

③ M. B. Lewis, "How VOA reported sex charges", *Nieman Reports*, 1998, Vol. 52(2), pp. 59-62.

④ Alan L. Heil Jr., *Voice of America: A History*. Columbia University Press, 2003.

⑤ C. Pein, "The new wave: The Voice of America is being drowned out by a mix of pop-flavored propaganda. What should America sound like?", *Columbia Journalism Review*, May / June, 2005, Vol. 44(1), pp. 28-30.

⑥ A. Schafer, "Sending democracy through the airwaves", *Quill*, 2002, Vol. 90(6), pp. 48-49.

⑦ H. C. Shulman, "The Voice of America, US propaganda and the Holocaust: 'I would have remembered'", *Historical Journal of Film, Radio & Television*, 1997, Vol. 17(1), pp. 91-103.

服务的特征就十分明显”。^① 先后曾任美国之音驻贝尔格莱德、北京、莫斯科和伦敦记者站站长的霍普金斯认为,美国之音与美国的外交政策紧密相连,现在美国之音新闻已经是“国会青睐的政治节目,节目日程安排具有明确的意识形态色彩”,而非在1942年刚开播时的客观新闻。他更认为,当前负责美国国际广播的主管们已经僭越了美国之音宪章,自认为他们“负有使命去影响他国人民的思维方式、生活方式,以及该国政府治理国家的方式”。因此,“政治已经渗透进美国的全球传播之中。”^②

实际上,美国政府对美国之音的性质表述得很清楚。2002~2007年美国广播理事会的战略计划中说,美国之音“完全是美国政府的一部分”。^③ 美国广播理事会2006年的年度报告中清楚地说明,美国之音是由美国政府资助的、非军方国际广播网之一。此外,《美国之音宪章》中明确指出:

美国之音代表美国……因而将美国重要的思想和主要的机构以一种平衡的、全面的方式介绍出来。美国之音应该清晰有效地介绍美国的政策,同时负责地对这些政策进行讨论并提出意见。

由此可见,美国之音是美国政府进行国际广播的重要工具,美国政府对美国之音的运作有着相当的影响力。本书正是以此为出发点,研究美国之音作为美国政府的重要传播工具在塑造美国国家形象方面发挥的作用。

中国学者对美国之音的研究起步较晚,开始于20世纪80年代。而且,中国学者在认识上经历一个变化的过程。中国的相关研究数量有限,学术文章多于专著。

中国国内共出版了三本有关美国之音的介绍性图书。毕波的《美国之音透视》^④和葛永坤的《揭开美国之音面纱》^⑤两本书都对美国之音做了概要介绍,简述了美国之音的开办原因、历史发展脉络、组织结构、节目、宣传策略与技巧和美国之音对中国的政策等。中国旅美作家、导演张辛欣曾任美国之音专题节目“作家手记”的文化评论员。她的书《我知道的美国之音》^⑥讲述了一些美国之音的历史和现状,其中穿插了很多随笔式的文字和该专题曾经播过的文章,不是学术专著。

① J. M. Sproule, “Propaganda and its Discontents”, *Review of Communication*, 2002, Vol. 2(4), pp. 363-367.

② M. A. Hopkins, “Babel of Broadcasts”, *Columbia Journalism Review*, 1999, Vol. 38(2), pp. 44-47.

③ http://www.bbg.gov/bbg_plan.cfm/.

④ 毕波,《美国之音透视》,青岛出版社,1991年。

⑤ 葛永坤,《揭开美国之音面纱》,四川人民出版社,1993年。

⑥ 张辛欣,《我知道的美国之音》,中国社会出版社,2000年。

中国学者对美国之音的研究多以学术期刊文章的形式出现。从这些文章看,中国学术界对美国之音的研究可分为三个阶段:介绍阶段、批判阶段和理性看待阶段。

20世纪80年代初,中国学界开始关注美国之音。关于美国之音的最早期刊文章见于1981年,对美国之音进行了多角度的介绍,发表于某中国代表团赴美国之音实地考察之后。陈怀杰将美国之音特别英语新闻等国际新闻广播看作外语学习者很好的学习材料,并着重分析了美国之音“特别英语新闻”的语体风格、结构及语言特征。^① 张一凡简略介绍了美国之音的历史、目标、广播网的规模、员工构成,以及新闻来源等。^② 赵水福的文章介绍了美国之音华语广播的运作方式、吸引听众的宣传手法和开办目的。^③ 胡耀亭分析了美国之音新闻节目的写作特点,尤其是其新闻的“倒金字塔式的结构”、“注意背景和解说”以及“简洁明了的写作技巧”等特点。这四篇文章是我国学界对美国之音最早、最详细、最成规模的介绍。^④

渐渐地,中国学者对美国之音的研究更加细化和多样化,也开始剖析美国之音的性质。时音介绍了美国之音的新闻发稿中心的各个部门及其分工、工作流程,尤其是新闻部、时事部等几个发稿中心。^⑤ 赵水福分析了美国之音新闻部主任伯纳德·卡曼斯基(主张美国之音的新闻自由)和台长詹姆斯·康克林(美国政府和美国之音职业新闻工作者两派激烈枪战的牺牲品)先后辞职的原因、两人辞职在美国之音内部乃至美国新闻界引起的震荡,挖掘了两派之争的根本缘由,进而呈现了美国之音的内部矛盾。他认为,美国之音与美国政府之间存在着矛盾,坚持美国之音应该是一个拥有新闻自主权利的新闻机构的员工败下阵来,认为美国之音应该是宣传战利器的一派获胜。^⑥ 胡耀亭认为美国之音是一个“混合体”,“既是新闻机构,也是政府对外政策机构的一部分”,因此尽管美国之音不断强调自己的“客观”与“公正”,但是其评论和新闻分析节目是“直接地、公开地代表美国利益说话的”。他还介绍了美国之音的评论和新闻分析节目的责任机构和写作特点。^⑦ 巢学忍指出,美国之音自开播以来“一直在不同程度上受到美国政府的管辖”。尽管其上级主管机构几经变动,但始终“没有超出美国新闻总署和美国国务院的管辖范围”,其台长也是由每届总统上任后亲

① 陈怀杰,《美国之音特别英语新闻报道的特点》,载《解放军外国语学院学报》1981年第1期。

② 张一凡,《略谈“美国之音”》,载《世界知识》1981年第7期。

③ 赵水福,《实效·手法·目的——“美国之音”华语广播剖析》,载《国际新闻界》1981年第2期。

④ 胡耀亭,《“美国之音”新闻节目的写作特点》,载《现代传播》1981年第4期。

⑤ 时音,《“美国之音”新闻发稿中心见闻》,载《国际新闻界》1982年第2期。

⑥ 赵水福,《〈美国之音〉的内部纠纷》,载《国际新闻界》1982年第3期。

⑦ 胡耀亭,《谈谈〈美国之音〉的评论和新闻分析》,载《现代传播》1982年第1期。

自任命。他也认为,美国政府的立场和外交政策反映在美国之音的广播尤其是美国之音的社论、评论中。他还分析了美国之音建台 41 年以来在与美国政府关系(及其外交政策)、广播风格、体制、管理等方面的变化以及在技术更新、人才培养方面做出的努力。他总结说:“‘美国之音’不断在变。每届新总统上任后‘美国之音’都有一定的‘施政’纲领,每届新任台长上任后它的工作侧重点都有些新变化。注意它的一切微妙变化,不仅有助于了解‘美国之音’,也可从中看到美国外交政策的一些动态。”^①姜克安用实例分析了 1984 年在美国洛杉矶举办的奥运会闭幕时美国之音的报道。他认为,美国之音的英语综合报道中存在着“一边倒”现象,过多地报道美国运动员而忽视了他国运动员。^②袁义简述了自 1950 年以来苏联干扰美国之音的历史,用数据显示了美国之音受干扰的程度和苏联为干扰投入的财力和物力,同时介绍了美国之音的反干扰措施。^③阮观荣分析了 1986 年 12 月至 1987 年 1 月美国之音华语广播对中国报道的手法和特点,用事实说明美国之音“是美国政府出钱操办的,是美国新闻署领导的,是为宣传美国政策、树立美国形象而进行新闻报道的”。美国之音随着政治任务的不改变而不断地调整宣传模式。建台之初,美国之音没有采用纳粹德国的“谎言宣传模式”,也没有采用英国广播公司的“客观、公正、不偏不倚”的“信任宣传模式”,而是采用“冷战宣传模式”,“大肆宣扬美国,攻击他人特别是敌对国”。从 50 年代起美国之音的宣传方式转变为“商誉模式”,即“学习英国广播公司的宣传指导思想,搞‘感情投资’、‘商誉投资’、‘名片效应’,用战略眼光,从长远考虑,树立美国之音的可信性形象,以便更好地宣传美国的政策”。^④

20 世纪 80 年代,中国的学术期刊和杂志还翻译或编译发表了美国之音出版的杂志《声音》(Voice)中的多篇文章,这些文章从多个侧面介绍了美国之音。汤凌摘译美国之音国内新闻组记者戴维·斯汪的一篇文章,介绍了美国之音的编辑和记者在突发事件发生时如何迅速采取应对措施。^⑤汤凌^⑥和黄文^⑦介绍了时任美国之音体育组组长吉姆·奥尔森,呈现出了一个爱好广泛、多才多艺的记者形象及其以听众为本、灵活多样的报道方式。王中甫翻译的文章介绍了

① 巢学忍,《〈美国之音〉一瞥》,载《新闻大学》1983 年第 1 期。

② 姜克安,《盛会堪称空前 宣传未必周全——评洛杉矶奥运会闭幕时“美国之音”英语综合报道》,载《国际新闻界》1984 年第 3 期。

③ 袁义,《苏联对美国之音的干扰》,载《国际展望》1985 年第 22 期。

④ 阮观荣,《美国之音对中国学潮的报道手法给我们的启示》,载《中国广播电视学刊》1988 年第 6 期。

⑤ [美]戴维·斯汪,汤凌,《在“挑战者”号爆炸之时——“美国之音”对该事件报道的前后》,载《新闻记者》1987 年第 2 期。

⑥ 汤凌,《“美国之音”体育记者吉姆·奥尔森》,载《新闻记者》1986 年第 10 期。

⑦ 黄文,《多才多艺的吉姆——记“美国之音”体育节目主持人》,载《国际新闻界》1987 年第 3 期。

美国之音的高级儿科学编辑及科学记者拉索罗·多萨。^①王钰翻译的迈克尔·哈努的文章介绍了1959年10月19日开播的美国之音特别英语节目的建立初衷与宗旨、词汇和句子结构的特点、在各个国家的影响和国外听众的反应。^②洪立编译了一篇关于美国之音如何报道美国1988年总统选举的文章。^③

总之,进入80年代后中国学术界开始关注美国之音国际广播,并表现出研究范围比较广泛、评价较为积极等特点。比如巢学忍、汤凌和黄文的文章在结尾处用美国之音播音员对奥运会中美女排比赛的报道说明美国之音记者的善意。在这近十年间,每年都有分析美国之音的文章发表在中国期刊杂志上。但从80年代末开始,关于美国之音研究的文章数量锐减,评论语调也发生了急剧的转变。这就是中国关于美国之音研究的第二个阶段,主要是对美国之音的批判和揭露,以中国对美国之音的负面评价为基调。

高仲田提出要警惕美国之音,因为在阶级社会中新闻舆论工具依然是阶级斗争、政治斗争的工具,美国之音已经成为中国“大学生最信任的第一信息来源”,起到了“造谣煽动”作用,具体地说,美国之音“以颠覆社会主义为己任,不惜采用一切造谣、污蔑手段,以欺骗世界舆论,它是代表美国大资产阶级利益的”。^④陈鹤年认为,美国之音一直在贯彻美国政府所推行的“和平演变”策略,“打着新闻报道客观、公正、真实的旗号,掩盖了是美国政府喉舌的实质”,在突发事件发生时采用造谣蛊惑的方法。^⑤《党建》杂志在1989年转载了《北京日报》当年6月12日的一篇文章,列举了美国之音的一些不实报道。^⑥《传媒观察》杂志全文发表了《经济参考》1989年6月21日的一篇文章,引用美国国会一份文件的说法“电台广播是足以颠覆社会主义制度的唯一手段”,指出“西方主要资本主义国家都把电台广播宣传作为向社会主义国家和发展中国家实行政治、思想渗透的重要手段”,认为美国之音所说的“新闻性”、“事实性”都只不过是“骗人的幌子”。^⑦隆莉分析了美国之音的内部组织结构和美国之音如何违背新闻真实性原则进行节目编排,并认为美国政府将美国之音作为“秘密武器”和“传声筒”,使之成为美国外交政策的工具:

“美国之音”作为美国新闻总署直接控制下的一个新闻媒介,是不受有公正使命的机构以及公众的监督的,因此带有明显

① 王中甫译,《“美国之音”科学边界拉索罗·多萨》,载《国际新闻界》1987年第4期。

② 迈克尔·哈努,王钰,《“美国之音”的特别英语节目》,载《世界博览》1988年第10期。

③ 洪立,《美国之音与88年竞选》,载《国际新闻界》1988年第2期。

④ 高仲田,《要警惕“美国之音”》,载《新闻知识》1989年第12期。

⑤ 陈鹤年,《从“美国之音”的表演说喉舌》,载《新闻记者》1989年第10期。

⑥ 《“美国之音”的不光彩行径》,载《党建》1989年第1期。

⑦ 《“美国之音”的真面目》,载《传媒观察》1989年第7期。