

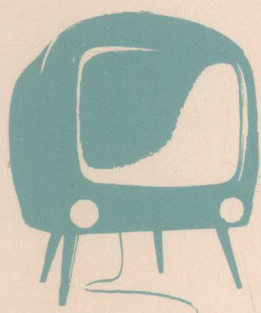
跨文化传播译丛

James T. Hamilton

ALL THE NEWS THAT'S FIT TO SELL

HOW THE MARKET TRANSFORMS

INFORMATION INTO NEWS



有价值的新闻

[美] 詹姆斯·T. 汉密尔顿 著

展宁 和丹 译



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

00 跨文化传播译丛

James T. Hamilton

ALL THE NEWS THAT'S FIT TO SELL
HOW THE MARKET
TRANSFORMS INFORMATION
INTO NEWS

有价值的新闻

[美] 詹姆斯·T. 汉密尔顿 著

展宁 和丹 译

图书在版编目(CIP)数据

有价值的新闻 / (美) 汉密尔顿著; 展宁, 和丹译.
—杭州: 浙江大学出版社, 2016. 11

书名原文: All the news that's fit to sell;
How the market transforms information into news
ISBN 978-7-308-15794-0

I. ①有… II. ①汉… ②展… ③和… III. ①新闻—
研究 IV. ①G210

中国版本图书馆CIP数据核字 (2016) 第089973号

有价值的新闻

[美] 詹姆斯·T. 汉密尔顿 著 展宁 和丹 译

责任编辑 王志毅

文字编辑 张 扬

装帧设计 卿 松

出版发行 浙江大学出版社

(杭州天目山路148号 邮政编码310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

制 作 北京大观世纪文化传媒有限公司

印 刷 北京中科印刷有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 26

字 数 370千

版 印 次 2016年11月第1版 2016年11月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-15794-0

定 价 65.00元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行中心联系方式: (0571) 88925591; <http://zjdxcbbs.tmall.com>

总 序

1648 年以前的世界，不过是一个个隔离的孤岛，虽然出现过古埃及、美索不达米亚、古印度及中国等四大古代文明体系，但这几大文明基本上只有地域性影响力，全球性秩序还没有成为表征那个时代的重要概念。欧洲 30 年战争后签订的《威斯特伐利亚和约》，把王权和神权的边界确定下来，承认国家主权不可随意被剥夺，欧洲文明开始了全球性扩张，主权国家的概念也影响到世界格局的确立，全球性秩序逐渐成为一个很重要的概念。

近几百年来，一直是欧洲文明主导着世界秩序。不过海湾战争后，特别是苏联和东欧的解体、两极格局的结束变成了美国一家独大的世界格局，这个阶段世界秩序出现了一个新的特征，那就是人权、民主等普世原则等成为超越主权的新的游戏规则，成为美国强势在全球施展影响力的主要工具。当然，最近俄罗斯在乌克兰的动作多少从美国制定的游戏规则和美国近几年单方面行动的作为中获得了一些灵感。尽管第 68 届联合国大会 2014 年 3 月 27 日投票通过有关乌克兰问题的决议，申明对乌克兰主权和领土完整的承诺，同时敦促各方通过直接政治对话和平解决乌克兰危机，但俄罗斯置联合国决议不顾的可能性会比较大。因为根据《联合国宪章》，联合国大会决议与联合国安理会决议有所不同：前者具有政治影响力，但没有法律约束力；后者具有强制性，相关国家必须接受并履行。

尽管金砖国家在迅速崛起，但当今的世界格局，仍然是美国一家独大。美国除了军事和外交方面的强势影响外，美国还借助其先进的传播交流技术（尤其是交通与传媒技术）的飞速发展，主宰着全球的经济、

消费与文化的全球化进程。至少到目前为止，我们可以认为，无论是国际分工、国际贸易体系、国际金融都存在严重的不平等现象，美国主导的经济、文化与政治游戏规则成为这个世界的不二法则。

网络社会的兴起、跨境物质的流动、全球各地区间人类生活方式的互相连接使得“社会”这一概念发生了巨大变化。符号和人都很复杂、易变，产生了一种由“社会化”到“信息”“传播”的转变。¹安娜贝拉·斯瑞伯尼（Annabelle Sreberny, 2000）曾指出，“当代修辞学主张，我们生活在一个单一的世界里，在其中，事件与空间均已消亡，距离的体验已不复存在”²。诚然，随着海底电缆、卫星电视、移动电话以及互联网的出现，国际电信使得时空逐渐消亡，让全世界的人际关系获得自身的即刻性和内在性。全球信息传播重新界定了全球和地方的物理界限，厘定了时间的线性进程，这些都不再虚幻。³

新兴的媒介技术和通信手段，尤其是因特网，让人们产生了错觉，以为重构时间与空间是 20 世纪 90 年代的现象。麦克卢汉一样观察到，空间消亡而时间成为关注的中心是电子时代的决定性结果。但事实上，传播权力并没有因为传媒技术的进步发生根本性的改变，不少学者的研究便表明，全球数字鸿沟仍然存在，在线信息往往以欧美国家为中心，国家信息流，仍然是从发达国家流向非发达国家，发达国家（尤其是美国）生产的文化产品、娱乐产品，仍然主导着全球文化消费市场。但正因为美国的强势地位，让许多人开始反思“西方是最好的”这一观点存在的问题，包括法国、日本在内的发达国家，更包括中国、俄罗斯、印度、南非等金砖大国，重新评估自己传统文明的价值和意义，一股去西

1 Lash, S., Urry J., *Economies of Sign and Space*, London:Sage,1994; Castells, Mannel, *The Rise of the Network Society*, Oxford: Blackwell,1996.

2 Sreberny, Annabelle, “The Global and the Local in International Communications” , In James Curran and Michael Gurevitch, eds., *Mass Media and Society*, 3rd edition (93-119) . London: Arnold,2000.

3 Appadurai, A., *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Mineapolis: University of Minnesota Press,1996; Bass, A., *Translator's introduction to J. Derrida. In Writing and difference*, ix-xx. Chicago: University of Chicago Press, 1978.

方化、“脱美”的风潮正席卷全球，“欧洲中心论”、“冲击—反应”、“传统与现代”等传统模式无不一再受到更广泛、更严厉的挑战。

与世界权力格局向东转移的同时，重建国际信息新秩序也成为自醒自觉民族和国家的普遍认同。问题是，世界权力的转移是否会导致新的国际冲突？世界和平的理想，是否能够从中国、印度这样的传统文明中获得新的营养？未来的国家实力，如何在硬实力与软实力之间找到一种良性的平衡？不同文明之间的冲突真的是世界潜在的规律？

笔者认为，影响世界和平最关键的因素是资源稀缺所导致的利益之争，但与此同时，那种“你们”与“我们”、“东方”与“西方”之类的二元思考框架，也影响着人们无法超越自我格局的思维定式。这种“你们”与“我们”、“西方”与“东方”的区隔，不仅表现在地缘政治、经济利益之中，也表现在意识形态和文化价值等方面。从“黄祸论”到“中国威胁论”、从亨廷顿的“文明冲突论”到布热津斯基的“全球权力危机论”、从福山的“历史的终结论”到保罗·肯尼迪的“美国的衰落论”，都能够发现“西方”与“非西方”、“我们”与“他们”的实质性区别。诚如保罗·柯文所言：“美国人在处于逆境时，依然可能在感情的最深处不由自主地回到那种经过夸大的‘我们’与‘他们’的两分法思想中去，认为‘我们’代表‘文明’，‘他们’则代表文明的对立面。”¹这种思维定式以自我为中心，建构对于他者的想象，误解、误读与认知偏见在所难免。民族国家间、宗教信仰间，乃至思想观念与意识形态间之隔离与冲突盖与此有着密切勾连。在全球化时代，社会交往频度、广度和交往技术都较以往有着根本区别。因此笔者认为，人类社会唯有完善“与他人共在”的交往理性，超越“东”/“西”的二元思维定式，方能化解文明之冲突，建立起和平的世界交往秩序。²

历史上从来不乏智者对此进行深入思考。芝加哥大学的谢尔登·波

1 [美] 保罗·柯文：《在中国发现历史——中国中心观在美国的兴起》，林同奇译，北京：中华书局 2002 年版，第 59 页。

2 吴飞：“与他人共在：超越‘我们’/‘你们’的二元思维”，载《新闻与传播研究》2013 年第 10 期。

拉克 (Sheldon Pollock) 教授曾出版过一本专门论述世界主义精神的著作, 名叫《世界主义》。在该书中, 他专门讨论了印度的世界主义精神, 以及这种精神与欧洲历史上出现的世界主义精神之间的差异。与世界主义对等的概念——“天下”, 同样见之于中华文明。它的确隐含了“世界主义”的含义。“天下主义”与西方的“世界主义”尽管存在差异, 但它仍可以看作是古希腊“世界主义”的对应词 (杰拉德·德兰迪、郭忠华, 2011)。¹在西方, 随着希腊城邦扩张到波斯, 然后又到印度, 四海为家的世界主义思想便自然而然萌生了。古希腊犬儒学派的代表人物第欧根尼声称“我是一个世界公民”, 第一次清楚地表达出世界主义最初的理念之一就是追求个人自由。而智者学派的安提丰 (Antiphon) 的雅典思想家就“以毫不含糊的词语断言, 所有的人都是平等的, 并谴责贵贱之分和希腊人野蛮人之分”, 他的见解“表述了一种坚定的世界主义”。²之后斯多葛派的哲学家们认为, 世界主义是一种普世观念, 反映了人类成员间亲密而安全的关系, 就其本身而言, 它不是一种个人的自由行为。斯多葛派批评了古希腊人思想中将政治团体局限于城邦的倾向。芝诺 (Zeno) 认为, 一个理想的世界城市应建立在一个囊括更广泛的人类社会成员的基础之上, 他强调政治责任来源于强烈的主观情感。公民是宇宙整体的一部分, 即国家应当是一个世界国家的想法, 形成了罗马人和基督教思想的世界普救说的基本观点, 给当代社会展现了一种超越我们现在所属社会的人类社会的景象。

1772 年法国著名思想家让-雅克·卢梭在他的《关于波兰政府的思考》一书中, 预见到了一个新时代的来临。在这个新时代里, 再没有法国人、德国人、西班牙人甚至英国人之分, 而只有一种人的存在——欧洲人。他们有共同的品位、一样的激情以及相同的生活方式。1784 年康德发表了《世界公民观点下的普遍历史》, 宣称历史正在趋向于缔造一

1 [英] 杰拉德·德兰迪、郭忠华: “‘世界主义’ 共同体如何形成——关于重大社会变迁问题的对话”, 载《学术月刊》2011 年第 7 期。

2 [德] E. 策勒尔: 《古希腊哲学史纲》, 翁绍军译, 济南: 山东人民出版社 1992 年版, 第 97 页。

个世界主义共和政体的秩序，而这一秩序将取代由民族共和国组成的世界。1795年9月29日71岁的康德写下了著名的《永久和平论》一文¹，在这篇文章中，他明确提出了法律层面的世界主义（第一次明确地提出了世界主义宪法），开创了世界主义政治哲学，再次将世界主义推到学术前台。不过，尽管世界主义的思想无论在自由主义者还是在马克思主义者那里都可以找到知音，但在理论和实践上却很长时间处于停滞状态。

直到冷战之后，随着南非种族隔离制度的瓦解、信息技术革命、全球化和移民运动，以及各种全球性问题的出现、全球公民社会的壮大和全球治理的发展，世界主义的理念也得到广泛的复兴和发展。人们发现，国家不再是国际体系中的唯一行动者，尽管它仍然是最重要的行动者。相反，在处理全球公民社会的事务中，国家已越来越力不从心，各种跨国组织和国际协议（如联合国、世界贸易组织、APEC、G20、奥委会、绿色和平组织等）发挥着越来越大的作用。²尤其是在“9.11”事件之后，恐怖分子、买卖武器者、洗钱者、贩毒者、拐卖妇女儿童者和知识产权的现代抢夺者都是通过全球网络运作的。与此同时，各国政府官员——警方调查员、金融监管者，甚至法官和立法者——越来越在全球范围的网络上交换信息和协调行动以打击全球犯罪，解决共同的难题。³尽管正在形成的全球公民社会是否能组成一个世界之城仍不确定，但它的确为建立一种新的世界主义奠定了基础。

当然“世界主义”不过是众多关于国际新秩序思考的一种向度，其他诸如现实主义国际政治、文明冲突论、天下体系、依附理论、文化帝国主义、软实力论等，都各领风骚，在国际关系与全球传播中占有一席之地。

1 [德]康德：《永久和平论》，何兆武译，载于《历史理性批判文集》，北京：商务印书馆1990年版，第97—144页。

2 参见[英]罗兰·罗伯逊、[英]扬·阿特·肖尔特、王宁等主编：《全球化百科全书》，南京：译林出版社2011年版。

3 [美]斯劳特：《世界新秩序》，任晓等译，上海：复旦大学出版社2010年版，第1页。

近几年中国一直主张建立公正合理的国际政治经济新秩序，并明确提出和平共处五项原则是建立国际新秩序的基础。其基本内容是：各国政治上应相互尊重，共同协商，而不应把自己的意志强加于人；经济上应相互促进，共同发展，而不应造成贫富悬殊；文化上应相互借鉴，共同繁荣，而不应排斥其他民族的文化；安全上应相互信任，共同维护，树立互信、互利、平等和协作的新安全观，通过对话和合作解决争端，而不应诉诸武力或以武力相威胁。但这种新秩序的建立，注定是一个漫长的历史过程。

总之，进入 21 世纪以来，地球虽然还是那个世界地球，但全球秩序发生了一些重大的变化。全球化、新媒体技术、软实力、符号资本等成为传播学研究者最为关切的核心概念。而随着中国通过改革开放，经济上取得巨大发展，GDP 超过日本，成为全球第二大经济实体，作为世界重要成员的国家身份认同变得异常强烈，中国领导人顺势提出了中国梦旗帜，积极参与国际事务，努力重构自己大国形象并谋求在世界格局中的有利地位。因此重构与自己实力相当的国家形象就变成当下最热闹的研究课题。但如何向世界说明中国，如何清晰地表达中国的和平发展理念，同时又如何向国人说明“中国梦”以求形成整合力量，仍然是相当复杂而艰难的工作。

为此，浙江大学传媒与国际文化学院组织翻译了这套丛书。这些著作从多个不同的角度，来分析全球传播与跨文化传播方面的理论与实践问题，对中国学界、政界，甚至是商业领域都有着重要的参考意义。丛书的译者，大多有较长时间的相关领域的研究和学习经历，数位译者在海外工作，这确保了翻译的质量有一定的保证。浙江大学出版社有一支优秀的出版编辑队伍，他们辛苦的劳动和认真细致的工作，使这套丛书得以顺利出版，特此致谢！

吴 飞

2014 年 3 月 28 日

致 谢

我不仅从自己研究的记者们身上学到了很多，亦从给我帮助的信息来源者、助手、编辑和读者那里获益良多。乔·卡特（Joe Kalt）首先在媒介经济学领域激发了我的兴趣并引领我进入对“理性的无知”（rational ignorance）之研究中。在与杜克大学的同事们——萨拉·比尔（Sara Beale）、乔尔·弗雷施曼（Joel Fleishman）、布鲁斯·简特尔森（Bruce Jentleson）、弗里茨·麦耶（Fritz Mayer）、艾伦·米茨凯维奇（Ellen Mickiewicz）、大卫·帕莱兹（David Paletz）、克里斯·施罗德（Chris Schroeder）的有关媒体的讨论中，我受益匪浅。作为哈佛大学肯尼迪政治学院的媒体、政治和公共政策琼·肖伦斯坦（Joan Shorenstein）中心的访问学者，我从亚历克斯·琼斯（Alex Jones）、汤姆·帕特森（Tom Patterson）和媒介经济学课程的学生那里得到了诸多有益建议。我要特别感谢以下各位能够抽出时间阅读我的书稿并提出卓越洞见：拉里·巴特尔斯（Larry Bartels）、马修·鲍姆（Matthew Baum）、菲尔·库克（Phil Cook）、泰勒·科文（Tyler Cowen）、杰克·汉密尔顿（Jack Hamilton）、马库斯·普瑞尔（Markus Prior）。科玛尔·巴扎兹（Komal Bazaz）和 Chi Leng 二位为我提供了专门的研究协助。本书同样离不开露辛达·菲可尔（Lucinda Fickel）的努力，他作为研究助手，为本书的写作计划工作了四年。普林斯顿大学出版社的蒂姆·苏利文（Tim Sullivan）和彼得·多尔蒂（Peter Dougherty）对于如何修订与命名本书提供了有益的建议。我的父母每周都寄给我有关媒体的新闻稿剪报，我一直都觉得亏欠二老。妻子南茜允许我享有各种形式的“媒体消费”，甚至掌控遥控器换台大权的行为也被我美其名曰“研究”。本书是献给我儿子马修的，他教给我用全新的眼光观察媒介和生活的其他方面。

目 录

致谢..... XV

导言..... 1

第一章 新闻的经济学理论..... 9

 新闻作为信息商品..... 11

 信息需求的四种类型..... 14

 新闻作品定位的空间模型..... 19

 共享的偏好..... 28

 竞争者数量..... 32

 所有权..... 35

 技术..... 39

 收入和价值..... 41

 评价思想自由市场..... 43

 政策杠杆..... 45

 结论..... 49

第二章 媒体独立的市场：19世纪无党派报纸的演变..... 52

 为什么选择成为非党派报纸？..... 55

 什么推动了报道？来自19世纪的观点..... 62

 分析报纸独立性的增长..... 72

 结论..... 94

第三章 新闻受众：公共利益中的公众兴趣多强大？ 96

不同节目和人口组群的口味.....	102
通过内容选择来定位受众.....	124
受众反应.....	137
作为产品差异的媒体偏向.....	139
收看与投票.....	147
结论.....	157

第四章 在电视网中的信息节目..... 159

信息节目的相对流行度.....	163
新闻节目的内容分析.....	166
结论.....	178

第五章 地方电视台和地方报纸中的新闻内容..... 179

地方电视新闻节目.....	182
地方报纸.....	195
结论.....	207

第六章 电视网晚间新闻节目变动的特征..... 209

在报纸和纪要中的经济史.....	212
从1969—1998年的变化趋势追踪.....	237
结论.....	254

第七章 互联网新闻	256
在线新闻和在线报纸	262
空间和言论	268
互联网上的思想	274
结论	286
第八章 作为商品的记者	288
电视网新闻的薪酬	293
作为娱乐者的记者	298
时事评论员和政治语言	301
结论	316
第九章 内容、影响与政策选择	318
标准	319
内容	323
影响	326
政策工具	333
决定与分析	342
结论	354
部分出版物、广播电视节目名称对照表	357
参考文献	361
索引	399

“谁杀死了硬新闻 (hard news) ? ” 假如《日界线》(Dateline)^[1] 或者《纽约每日新闻报》(Daily News) 来报道有关公共事务的严肃报道正在消逝这一话题, 它们可能会用这个做标题。这一问题引出了所谓好的新闻报道包括的诸多元素——神秘的氛围、暴力色彩、对罪犯的追捕。报道新闻媒体问题的记者, 喜欢聚焦于这些人类感兴趣的视角。贪婪、愚蠢和阴谋的故事总能有好的销量。但是, 尽管这些故事像媒体大亨与电视网主播的形象一样吸引人, 可它们最终却不是形成新闻的主要决定因素。本书表明了新闻主要由市场力量生产出来, 并且被信息商品的特殊经济性所塑造。

特定的经济因素掌控媒体市场, 这一说法并未被广泛接受。20 世纪 80 年代美国联邦通信委员会 (Federal Communications Commission, 下文简称 FCC) 主席马克·福勒 (Mark Fowler) 宣称电视只是“画面烤箱”, 认为在其他家用电器上起作用的市场机制同样会作用于电视播放。福勒拒绝关注公共事务或教育性节目的缺乏, 他强调媒体内容来自人们市场中表达的偏好类型。正如他所说, “公众的兴趣决定了公共利益”^[2]。2001 年, 被问及美国的数字鸿沟、网络接入与使用的人口群组间的鸿沟时, 时任 FCC 主席的迈克尔·鲍威尔 (Michael Powell) 称: “我想这就是‘奔驰落差’^[3], 有人喜欢但是负担不起。”言下之意, 市

[1] 《日界线》是美国全国广播公司 (National Broadcasting Company, 下文简称 NBC) 每周播出的聚焦真实犯罪报道的一档节目。——译注

[2] 有关福勒的语录和 FCC 公共利益的声明, 请参看 Hamilton(1996)。Ahrens(2001) 对于 FCC 掌门人迈克尔·鲍威尔做了简介。

[3] 鲍威尔将互联网比喻成奔驰车, 指其是一种奢侈品而非必需品。——译注

场就是市场，支配汽车和烤面包机的市场规则同样适用于报纸、电视和互联网市场。对于这一评定，本人不能苟同。我写作本书的目的正是力图证明信息商品的经济特性是如何影响新闻产品的供应与需求的。

- 简单地看一下日报就能揭示出影响新闻市场的诸多诱因。我花钱买报纸并不能阻止你消费同等数量的新闻事件。一旦某份报纸出版，记者生产的信息就会广泛传播，即使那些没有购买报纸的人也会得到信息。生产报纸产品有很多方法，只要看看诸多报刊的同一天版本就好，它们各自突出特定的报道类型、版式或政治观点。因为事件每天都在变化，所以你只有消费了之后才能真正了解某一报纸的内容。这意味着报纸会
- 2 尝试确立一种品牌，以此标识某种特定的风格和新闻报道的方法。生产第一份报纸的成本巨大，因为新闻的生产需要众多记者和编辑的努力。但是额外份数的成本就会相对低很多，因为这仅仅包括了纸张与发行的成本，而发行的成本对于网络电子报纸来说又近乎为零。读者们每天选择阅读的新闻取决于个人感兴趣的内容，或是能对其工作有用的信息，或是自己想购买的产品。如果读者关注政治和政府的新闻，那么社会作为一个整体就有可能获益。可是，有关公共事务的新闻却可能经常没有人看，甚至没有人写。个体读者的政治行动很难对事件有影响，这使得个人不太可能在投票决策时去寻找有用的信息。

这些动机背后的逻辑解释了媒体与政治活动的诸多后果。因为不太可能影响事件进程，所以人们往往会选择对公共政策的细节保持理性的无知。记者和编辑不会投身于对公共事务的研究，因为劳动市场给这些技能的回报极少。有关政府的新闻供给和消费也是不足的，即使这一趋势已经被注意到了并常引发悲叹。组合新闻的高额固定成本（即生产第一份报纸的成本）限制了可提供的新闻种类多样性，这意味着用户对媒体产品并不满意，因为他们确切的、理想中的新闻风格与内容组合未必会被满足。报纸要寻求额外的消费受众，这意味着内容会经常反映那些对硬新闻最不感兴趣之人的喜好，而非那些对公共事务更感兴趣的忠实读者的兴趣。建立对内容的持续期待的需求促使新闻媒体以可预期的方

式进行报道，并将个人作为建立品牌认知的一种方式。一旦某个想法流行起来，同行竞争者确认和报道某事件的能力使得其他记者不愿在原创性和调查性报道上花费大量时间。从优秀的新闻报道中实现公共利益很难成为媒体所有者或者记者的私人动机，这使得有关政府的报道没人去做。

就这样，硬新闻消亡了。但是，对于媒体存在问题的常见解释更多集中在人性化、娱乐化的困境中。根据现有的解释，媒体因为记者的左翼或者右翼立场而是有偏向的。硬新闻因为读者和观众兴趣的减弱才逐渐消失。广播电视记者比报纸记者要更有名，并且更有可能出一些衍生产品（例如，书或者演讲）而非真正的政治洞见。这些媒体偏向、软新闻和名人文化的故事通常指向错位的价值观，犹如媒体市场的罪犯。本书的分析则表明，这些现象最好被解释为源于经济上的选择，而非源于人的弱点或者缺陷。

首先来考虑媒体偏向的例子。在第二章中，我指出无党派偏向的报道在 19 世纪 70 年代的美国报纸市场中作为商业产品出现。在此之前，很多报纸公开宣称与特定政治党派的关联。但是，经济上的两个变化导致了政党报刊的急剧减少。一是昂贵的高速印刷机的发展使得一份报纸能够在某一城市中供应给更多的读者。为了达致更多的读者，进而把高额的固定成本分摊到更多买家头上，报纸不再以一种鲜明的党派方式去谈论政治。独立的报纸能够吸引不同政治观点的读者。二是与此同时，广告成为了在全国和本地分布品牌的公司提高产品认知度的一大重要手段。拥有更多读者的报纸能吸引广告商的更多关注，这是报纸增加读者数量的另一诱因。因此，报纸开始降低明显的政治偏向并且宣称它们在报道政府和政治新闻时的独立性。

虽然无党派偏向的报纸报道源于技术进步，但是由于频道竞争的变化，党派偏见在电视新闻上却重现了。20 世纪 90 年代，三大主要电视网晚间新闻节目面临着与有线节目争夺观众的日趋激烈的竞争。在第三章中我表明，希望制止收视率下滑的节目制作人特别关注边际观众，即那些在电视网晚间新闻节目和其他节目之间换来换去的观众。节目着力

3

于留住年轻的女性观众，因为她们常常拥有家庭消费的决定权，故而能够在广告市场中带来更多的收益。投年轻女性所好的政治议题报道意味着要更多地报道枪支管控以及有儿女家庭的问题。因为更年轻的女性更可能是民主党，为让政治话题更能够吸引她们，电视网新闻节目对自由主义的议题会在边际上投入更多的时间和报道。但是电视网制作人可不是受意识形态驱使去做这些的，保持住年轻观众兴趣的商业动机才促使他们关注传统上与民主党有关联的报道议题。

福克斯（以下称 Fox）新闻频道提供了有意识进行产品定位的类似例子。随着有线电视用户接收到的频道数量的增长，单个频道占有的预期观众人数剧减。在 20 世纪 60 年代末期，美国的电视用户平均只能接收到 7 个频道。在彼时的电视播放环境里，每个主要电视网都愿意提供中立的新闻报道以吸引数以千万计的观众。而到了 2000 年，电视用户平均能接收 67 个频道。在这样的环境中，有线节目生产商们只要能吸引到 100 万的观众就很知足了。一个保守派风格的有线频道节目可能不会吸引到 1 000 万观众，但却有可能吸引到 200 万观众。这一小众节目的生产逻辑产生了 Fox 新闻频道，第三章表明了 Fox 新闻频道拥有主要媒体中最保守的观众。

- 4 对软新闻增长反映出的品位普遍下降的哀叹同样没有考虑到影响新闻内容的经济因素。今天的用户能够在众多的新闻作品中进行选择，既有有关政府和政治的新闻（硬新闻），又有具有人情味和娱乐特征的新闻（软新闻）。很多因素可能促使编辑与生产者支持软新闻。在广播电视市场，18—34 岁的观众意味着更高的广告标价。新闻媒体也许要偏重满足这些对传统硬新闻报道不太热衷的更年轻观众的喜好。而如果需要更多成本（例如，国际报道中的旅行费用偏高），硬新闻主题也将消失。媒体公司曾经报道公共事件，部分是由于这能给公司的所有者带来声望，还能以此换取执照，从而为其提供监管保护。现在的报纸和电视频道则是大型公共交易公司的组成部分，公司股东们孜孜于盈利的要求意味着更少地关注公共事务报道。硬新闻在增加对政府或公司官员监察