

战争的真相，
也许并不像你知道的那样



西方传媒 与 战争

*The media
at war*

[英] 苏珊·L·卡拉瑟斯 著
Susan L. Carruthers

新华出版社

西方传媒与战争

The Media at War

Susan L. Carruthers

〔英〕苏珊·L. 卡拉瑟斯 著
张毓强 等译

新 华 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

西方传媒与战争 / (英) 卡拉瑟斯著; 张毓强等译. —北京: 新华出版社, 2002.5

ISBN 7-5011-5702-2

I. 西… II. ①卡…②张… III. 媒体—关系—战争—研究—西方国家 IV. G219.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 030186 号

北京市版权局著作权合同登记章图字: 01-2001-2782 号

The Media at War

© 2000 Susan Carruthers

Chinese (Simplified Characters) Trade Paperback

© 2002 by Xinhua Publishing House

Published by arrangement with Palgrave Publishers Ltd

ALL RIGHTS RESERVED

中文专有出版权属于新华出版社

西方传媒与战争

[英] 苏珊·L. 卡拉瑟斯 著

张毓强 等译

*

新华出版社出版发行

(北京石景山区京源路8号 邮编: 100040)

新华书店经销

新华出版社激光照排中心照排

新华出版社印刷厂印刷

*

850×1168 毫米 32 开本 11.625 印张 插页 2 张 220 千字

2002 年 6 月第一版 2002 年 6 月北京第一次印刷

ISBN 7-5011-5702-2/G·2084 定价: 20.00 元

若有印装质量问题, 请与印刷厂联系: (010) 65895562 65897685

感谢

有许多人帮助我完成了这本书，而且我很肯定，他们中的一些人并不知道其所做的贡献。以下的感谢谨献给那些我最深感亏欠的人们。

如果没有威尔士大学国际政治系给我的两个学期的长假使我得以认真地准备，我是无法完成此书的。因此我要感谢学校和同事们给了我足够的时间用以思考和写作。在此还要感谢修·欧文图书馆和威尔士国家图书馆向我提供所需资料。

系里的朋友们对我的支持也至关重要。很遗憾没能如我所愿地与他们更多地见面，因为长时间以来我都呆在阁楼上和电脑为伴。特别感谢史蒂夫·郝登和露西·泰勒，他们既全力地支持我又适时地让我从繁重的工作中解脱出来；还有尼克·惠勒，他认真地阅读了部分手稿并帮助直接寻找联合国决议。我还要向我的五届学生表示感谢，对他们来讲，IP35920 这个代码将具有特殊的意义；还有那些选择了我的硕士生们。教授这些课程不仅激发了我本人思考的热情，更使我意识到如何以最佳的方式和別人交流我对战争和媒体的认识。希望我从这些学生那里得到的启示将有助于今后的教学。

许多既是同事又是朋友的人们几年来也一直激励我思考并使我时刻保持着极大的热情。菲利普·泰勒是第一个介绍我认识战争与媒体研究的人，那时我还是本科生，在此谨向他表达我长久以来的感谢。同时还要感谢

2 西方传媒与战争

尼克·卡尔、汤姆·多尔蒂和伊恩·斯图尔特，是他们在本书的写作过程中以各种方式不断地鼓舞我。虽然交稿日期一拖再拖，我的出版人史蒂夫·肯尼迪还是给予我及时的建议、支持和鼓励。

最后我必须感谢我身边最亲近的人，同时带上我的歉意。是他们忍受了我长时间以来两耳不闻窗外事、一心只写圣贤书。我要衷心感谢父母培养了我对书籍的热爱和一直以来对我所做的每件事的支持。谨以此书献给我的父亲约翰·哈迪·卡拉瑟斯，作为迟到的生日礼物，也感谢他多年来为了灌输给我这个不听话的学生一些代数概念而浪费的无数个小时，还有许许多多。

苏珊·L. 卡拉瑟斯

缩 略 词

BBC	英国广播公司
BBFC	英国电影审查局
BMP	电影局（美国，第二次世界大战）
CIA	中央情报局
CNN	有线新闻电视公司
CNNI	国际有线新闻电视公司
DORA	领域防卫法案
ETA	巴斯克祖国解放组织
FTU	前线运输部队（从属于 1991 年海湾战争期间 联合国军）
IGO	政府间组织
INLA	爱尔兰民族解放军
IRA	爱尔兰共和军
INT	独立电视新闻公司
ITV	独立电视公司
JIB	联合信息局（从属于 1991 年海湾战争期间的 联合国军）
MIA	战斗中失踪的人
MOD	国防部
MOI	信息部（英联邦，第二次世界大战）
MRT	媒体报道队伍（1991 年海湾战争）
NGO	非政府组织
OKW	德国军队高级司令部，1933—1945

2 西方传媒与战争

OWI	战时新闻局（美国，第二次世界大战）
PAO	公共事务办公室
PK	（纳粹国防军）宣传公司
PRO	公共关系办公室
RFK	德国电影局（1933—1945）
RKK	德国文化部（1933—1945）
RPF	卢旺达爱国阵线
EMVP	德国大众教化和宣传部
RTS	塞尔维亚广播电视公司
SD	纳粹安全局
SS	纳粹黑衫党
UFA	乌发电影制片厂
UNITAF	联合国特遣部队（索马里）
UNOSOM	联合国索马里行动
UNPROFOR	联合国安全部队（遮前南斯拉夫）
WTB	沃尔夫电信局（德国，第一次世界大战）

作者简介

苏珊·L.卡拉瑟斯, 英国阿伯里斯特威斯威尔士大学国际政治系高级讲师。主要研究媒介和国际事务, 主要著作有《控制心灵: 1944年到1960年的英国政府、媒体与殖民地的暴乱叛乱镇压》(*Winning Hearts and Minds: British Governments, the Media and Colonial Counter-Insurgency, 1940-60*) 和《战争、文化和传媒: 20 世纪英国的军事行动》(*War, Culture and the Media: Representations of the Military in Twentieth Century Britain*)。

责任编辑 张 念

封面设计 王小明

目 录

感 谢	(1)
缩略词	(1)
导 读	(1)

20 世纪是一个以战争为标志的世纪。
世界大战决定了它的生活和思想，即使当
枪弹沉默之际。

第一章 战前传媒运作	(28)
------------------	------

战争始于人们的思想中，它需要军事
上和心理上的双重动员。在 20 世纪的战
争中，大众传媒无一例外地催化着战争的
发生。

第二章 传媒与“总体战”	(63)
--------------------	------

第一次世界大战 第二次世界大战
“一战”中，英国巧妙的新闻审查制
度使得它技高德国，而“二战”里，戈培
尔却并不满意自己的宣传攻势：“一个人，
一个国家，一张报纸”并不是戈培尔的本
来意图，戈氏心目中理想的传媒制度竟仍
是其敌手英国的：形式多样，目标一致。

2 西方传媒与战争

第三章 传媒与“有限战争” (124)

越南战争 福克兰战争 海湾战争

越战曾被戏称为“起居室之战”、“电视之战”，因为美国的记者在战争中享受了史无前例的自由，许多人认为越战的失败即来源于此。于是，在随后的福克兰战争和海湾战争中，军方开始对传媒采取了严厉的统治措施。

一句名言将军方与传媒的关系在此揭露无遗：

战争成功的诀窍是保密，报道成功的诀窍是公开。

第四章 传媒与恐怖主义 (186)

美国媒体是其政府的得力助手——它们积极地扩大着恐怖主义的影响。

只关注恐怖主义的暴力行动、忽视其必要的历史和政治背景，西方媒体如此将恐怖主义推至受众面前。

第五章 传媒、全球化和“其他人的战争” (227)

库尔德危机 前南斯拉夫战争 索马里冲突 卢旺达冲突

狙击手透过掩体向外窥视。记者问：“你看见了什么？”答：“有两个人在走。你想要我打哪个？”记者本能地阻止并转身离开，就在这时，身后传来两声短促的枪响。他转身回来质问狙击手，却被反驳

道：“真可惜，你本来可以救一个的。”

第六章 战后传媒运作…………… (287)

当枪声停止、硝烟散尽，战争渐行渐远之时，电影却将人们一次又一次带回战争。即使是为了重现历史，但每一部影片都暗含着各自的声音，它或是在彰显战争的正义、呼唤人们某种崇高的情感，或是在警告要预防战争……

媒体也许永远只能在战争中尴尬地寻找自己的定位。

结束语…………… (320)

译后记…………… (335)

主要参考书目…………… (337)

导 读

透视战争世纪中的敌人

如果抛开战争，我们如何理解 20 世纪呢？历史学家艾瑞克·霍布斯鲍姆认为，离开战争，我们无法理解这个世纪。“这是一个以战争为标志的世纪。世界大战决定了它的生活和思想，即使当枪支沉默、炸弹无声之际（1995，22）”。它的前半部分——灾难时代——是人类历史上最具毁灭性的两次战争的见证（或者如霍布斯鲍姆所言是一场“长达 31 年”的世界大战）。据估计，一战共造成 1000 万人死亡，2000 万人致残，900 万儿童沦为孤儿和 500 万妇女失去丈夫。而二战的伤亡人数则几乎无法以任何精确度来估算——甚至超出了想象的能力，保守估计也有 5500 万。大约有 2000 万苏联公民死于战火，有 600 万犹太人——主要为中欧地区的犹太人口，在纳粹的集中营里惨遭屠杀。中国在 1937 到 1945 年的抗日战争中可能损失了 1500 万人（Dower, 1986, 295）。在这个独具毁灭性的世纪里，不仅战争所造成的直接或间接死亡人数超过了人类历史的任何时期，而且许多人是大规模屠杀的牺牲品，而不是单独被害。为了达到大规模屠杀的目的，现代科学制造了纳粹的毒气室和原子弹这样的罪恶；而 1994 年的卢旺达种族大屠杀则残酷地提醒我们原始的大刀和高科技军火库里的任意

2 西方传媒与战争

一件武器都能成为刽子手的屠刀。

一些历史学家指出“总体战”的许多特征在 1914 年前的冲突中就已有所体现，例如，把平民和敌方的经济能力作为攻击目标（Beckett, 1988）。然而只有到了 20 世纪，战争才真正成为全面现象。两次世界大战使几大洲的人民都史无前例地深受其害。战争迫使平民加入军队，同时它还要求全体人民在“国内战线”上充当战争的辅助角色，从而把他们和前线的士兵更紧密地捆绑在一起。如人类学家玛格丽特·米德认识到的那样，“总体战”作为一种集体行为“把一个国家的所有人拧成一股巨大的抗争的锁链，其强大程度使得即使其中任何一人掉队，其他人都能立刻再把手挽起来”（Sherry 引述，1995，89）。曾经只有少数穿制服的武装人员参与的活动，在“大众社会”时代的今天，成为牵涉所有人的现象。

在其他方面，技术进步促进了战争手段的机械化与工业化，也把平民拉进了 20 世纪的战争。大众传媒使得更广泛的群众能够涤不同的渠道“见证”战争。大众的读写能力在 19 世纪得到提高，交通网络以及先进的印刷技术的出现，所有这些促成了大众印刷媒体在许多工业国家的出现。一些不要求受众具备仿写能力的新媒体也出现了。到 20 世纪 30 年代，广播已经覆盖了欧洲和北美的大部分地区，同时一些国家，如纳粹德国和苏联，则有意识地培养人民收听广播的习惯，从而达到在“国内战线”灌输意识形态和对境外进行宣传攻势的目的（无线电波可是国境线无法阻挡的）。当“无线电”成为许多工业国的家庭中的一大特色时，视觉媒体也正迅速发展起来。静物摄影器材变得轻巧，胶片不再那么

易燃且更易冲洗。同时“图片放映处”如雨后春笋般日益增多，开始只放映具有活动影像的胶片，但很快便从黑白默片发展到有声片，直至彩色立体声的“电影”。电影技术和其后电视与录像技术的进步赋予了20世纪的普通人一个特殊的地位，那就是屏幕上战争的观众。

大众战争和大众传媒的新形式都得益于截止到19世纪末的“发明”高峰。在某些情况下，那些能使大众了解甚至是“看”到前线事件的技术都或多或少直接来源于军事研究成果。保罗·韦芮联指出，“战争史从根本上说就是认知领域重大变化的历史”（1989，7）。现代战争中的远程攻击要依赖于对目标物和人体的准确定位，否则，就只能等敌人进入自己的视野。“枪战”/“摄影战”这一名词非常奇妙，既可以用于士兵，又可以用于专业摄影记者，因为照相机同样可以为了创造艺术作品而瞄准。相似的，许多将前线消息传到后方的技术也来源于原先士兵间用于通信的技术（电报和无线电），或是侦察敌情的技术（卫星技术：见 Flichy, 1995）。

了解了它们共同的起源，也许我们就不会惊异于一个世纪以来大众传媒被牵涉进战争这一主题的事实。已经有人常常指出，战争是卖点。几乎从诞生开始，电影就表现出对展现暴力的倾向。电影史上的第一个打斗场面就是托马斯·爱迪生在1894年摄制的“酒吧即景”；而新世纪的第一年英国电影中就出现了可能是有史以来的第一个战争场面，那是关于义和拳起义的片子《突袭中国使团》（Basinger, 1986, 341）。从此，暴力和战争成为电影的重要主题之一，就像本世纪最受好评的或最卖座的影片反映的那样，一些电影从暴露人性的残暴

4 西方传媒与战争

的角度出发，而另一些则把战场升华为人类不屈抗争精神的圣坛。

人们对电影奴役作用的强调并不比新闻媒体少。一位英国观察家在一战后曾评论道：“战争不仅创造了新闻的供给，而且创造了它的需求。人们对战争本身和与其相关的事物的关注是如此之根深蒂固……以致于一家报纸只有贴上‘伟大之战’的标签才能求得发行量的上升”（Lasswell 引述，7，192）。这种情感，如果不是准确的公式化的表白，并不会出格，然而，一旦它们从泰德·特纳或鲁珀特·默多克的嘴里讲出来，1991 年的海湾战争便似乎和 1919 年有了相似性。在这次冲突中，美国发行量最大的 25 家报纸中，20 家的发行量有所增长。而 CNN 的观众人数更是增加到原来的 10 倍（Hallin 和 Gitlin，1994，149）。

当然，“战争卖点”在多大程度上起作用取决于它是谁的战争，还取决于平民媒体的消费者在多大程度上感到自己和战争有关。如吉特林和哈林提出的，战争可以真正成为大众文化的一部分，而在当代美国政治中是无法做到这一点的（Hallin 和 Gitlin，1994，149）。但这种共同参与只有在“我们”的战争中才能实现，而不能是“其他人的战争”中。“其他人的战争”——除非它在某种程度上也关系到“我们”——并不能引起我们远离现场媒体的关注，因为它们断定观众对这种事不关己的战事缺乏兴趣。这不由得让人回想起伊夫琳·沃小说中的报业大亨，《野兽》的所有人库珀爵士的话：“英国公众不会对一场拖拖拉拉的战争感兴趣。几次漂亮的战役，一些爱国官兵的个人英雄表现，还有雄赳赳地占领敌人的首都，这就是《野兽》的战争策略”（1943，

42)。这个世纪前半部分的经验在它将结束时又找到了回应。海湾战争正是提供了这些戏剧性的场面：交战的一方使用了带有暗示性名字的导弹“爱国者”，雄赳赳开进科威特城，而新闻记者更是在联合国多国部队之前充当了进城的急先锋。但它也生动地揭示出五角大楼的担忧：如果不能速战速决，美国公众对战争的热情确实会像库珀爵士所预言的那样蒸发掉。

在 20 世纪 90 年代，军方（还有其他方面）长期以来的“电视致败”的思想使这种担忧日渐强烈，而这一观点则是来源于对越南战争的理解。美国为了遏止共产主义在印度支那半岛的扩张而发起这场不断升级的战争是第一场被电视大量集中报道的战争，也是美国第一次失败的战争，许多人“认为正是前者导致了后者”（Mandelbaum, 1982, 157）。但是在越战以前很久，甚至可以追溯到 19 世纪的克利米亚和布尔战争时期，军方就十分反感大众传媒这一信息革命的受益者，并对其表现出强烈的疑问（Knightley, 1989）。新闻记者和士兵都恪守职业精神，在相互的敌对关系中坚持各自的工作准则和职业荣誉。在 1982 年英国国防部发给记者的马尔维纳斯群岛（福克兰群岛）登陆许可证上有这样几句话：“战争胜利的关键是保密；成功的新闻报道的关键是公之于众。在军方看来，记者们不惜一切代价挖掘独家新闻的欲望常使他们泄露指挥机密而毫不顾及由此所带来的军事损失。抛开这种不信任（还有对大众传媒主要为谁的利益服务这一问题的有限的理解），在 20 世纪的许多战争中，军方都勉强或主动地承认媒体在战时有可能发挥的正面作用。大众传媒影响力极大，以致于其作用必将辐射到其他领域，它们也因此为了战争的胜利