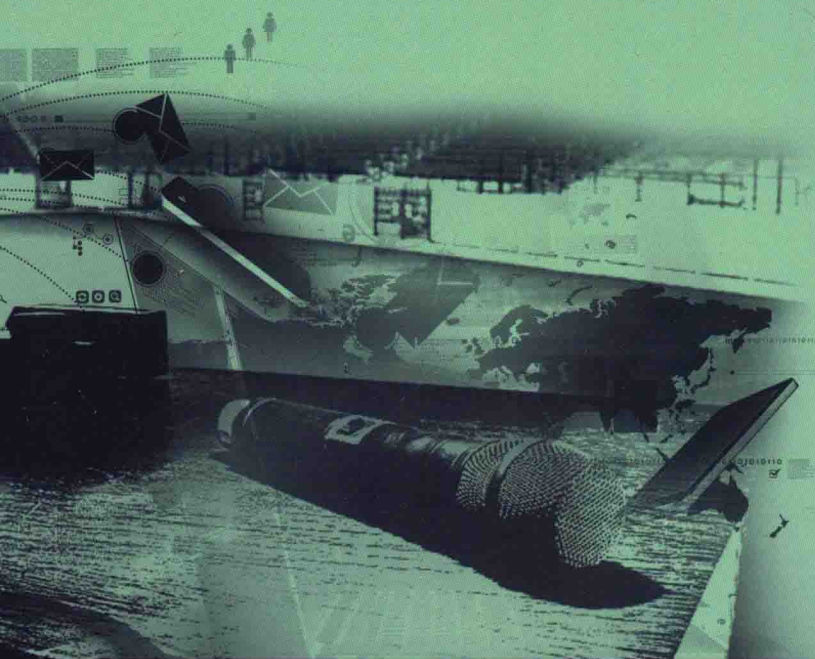




体育新闻与传播专业教材系列

丛书主编 肖沛雄

丛书副主编 王晓东 刘琨瑛 武学军



肖沛雄 主编

新闻与传播理论观照下的 时代脉搏



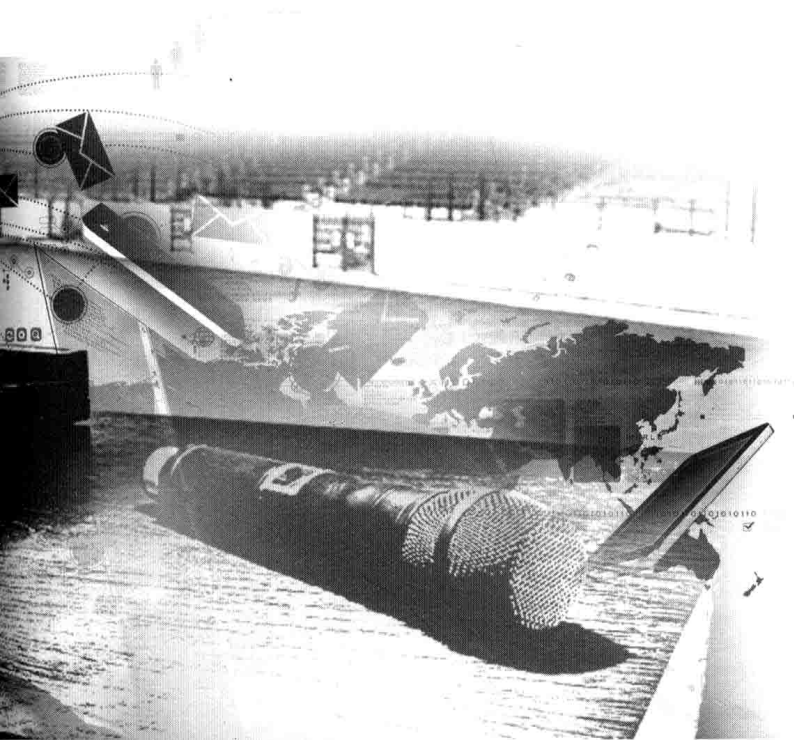
暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS



体育新闻与传播专业教材系列

丛书主编 肖沛雄

丛书副主编 王晓东 刘琨瑛 武学军



肖沛雄 主编

新闻与传播理论观照下的 时代脉搏



暨南大学出版社
JINAN UNIVERSITY PRESS

中国·广州

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻与传播理论观照下的时代脉搏/肖沛雄主编. —广州: 暨南大学出版社, 2013. 12

(体育新闻与传播专业教材系列)

ISBN 978 - 7 - 5668 - 0577 - 5

I. ①新… II. ①肖… III. ①新闻学—传播学—文集 IV. ①G210 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 094129 号

新闻与传播理论观照下的时代脉搏

主 编 肖沛雄

出 版 人 徐义雄

策划编辑 杜小陆 史学英

责任编辑 史学英 黄海燕

责任校对 黄 斯

出版发行 暨南大学出版社 (广州暨南大学 邮编: 510630)

网 址 <http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

电 话 总编室 (8620) 85221601

营销部 (8620) 85225284 85228291 85228292 (邮购)

排 版 弓设计

印 刷 佛山市浩文彩色印刷有限公司

开 本 787mm × 960mm 1/16

印 张 20.75

字 数 384 千

版 次 2013 年 12 月第 1 版

印 次 2013 年 12 月第 1 次

定 价 45.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换)

体育新闻与传播专业教材系列编委会

主 编：肖沛雄

副主编：王晓东 刘琨瑛 武学军

编 委：肖沛雄 王晓东 刘琨瑛 武学军 蔡新丰

陈小英 廖慧平 姜晓红 张天建 张 伟

总 序

2012年初,暨南大学出版社策划编辑杜小陆先生盛情邀请我为该社主编一套体育新闻与传播的系列教材。由于我之前在该社出版了两本专著,对该社的高瞻远瞩、独到眼光和敬业精神深有体会,所以经过与新闻系的同仁共商后,我们欣然应允。

十二年前我在广州体育学院主持创办了体育新闻专业(方向),旨在适应我国作为体育大国以及广东作为体育强省和新闻大省对体育新闻人才的迫切需要,培养体育新闻应用型专门人才。从新专业呱呱坠地之日起,我们坚持“夯实基础,服务社会,实践第一”的办学方针,在中国体育报等省内外各类媒体机构建立了数十个专业教学实践基地,先后从中央电视台、南方日报社、广州日报社、羊城晚报社、广东电视台、香港凤凰卫视和暨南大学等单位聘请了白岩松、孙正平、徐继承、余统浩、李一萍、丘克军、周志伟、黄泰兴、范伯祥、偏正中、王业军、李苗等十多位资深专家为我们的客座教授,组织学生参加了包括2008年的北京奥运会、2010年的广州亚运会、2011年的深圳世界大学生运动会、2012年的贵州全国少数民族运动会在内的各类大型体育赛事的新闻报道实习;先后引进和培养了占全系教师人数一半以上的新闻学博士、教授和副教授,并组织教学骨干编撰了一套(共6部)由广东人民出版社出版的,具有体育新闻专业特色的新闻学与传播学方面的教材:《新编传播学》、《体育媒体通论》、《中国体育与信息高速公路》、《体育新闻摄影》、《广播电视体育新闻》、《节目主持人语言传播艺术》。各书均得到了较好评价。清华大学新闻与传播学院副院长、博士生导师陈昌凤教授在他所著的《中美新闻教育的传承与流变》一书中,把我系的体育新闻专业课程设置列为全国新闻高等教育的四大有特色的课程模式之一。

随着我国体育新闻事业、体育事业和体育新闻教育事业的迅猛发展,当前全国已有近30个院系设置体育新闻专业,在校生总计超过3000人,加上体育新闻专业的研究生和成人教育的体育新闻专业学生则超过4000人。虽然新闻学与传播学的教材已经出了很多,其中也不乏精品,但体育新闻专业的教学实践证明,无论从理论观念、内容结构还是技能训练来看,它们都跟

不上时代发展对体育新闻教学的需要。

我系教授和一批近年成长起来的年轻博士、副教授在这几年不但先后公开发表了大量体育新闻传播方面有真知灼见的学术论文,承担并完成了一大批涉及体育新闻与传播学方面的国家级、省部级和厅局级的研究项目,而且有机会亲自参与了2008年北京奥运会、2010年广州亚运会和2011年深圳大学生运动会以及2012年伦敦奥运会的科学报告会和新闻传播实践,收获了关于体育新闻采访、写作、编辑、评论、摄影,体育展示以及体育大赛媒体运行、体育新闻服务等方面许多宝贵的信息知识、实践体验和理论认识,这些都是原有教材或其他一般新闻专业教材所没有而学生非常需要的教学新内容。

为了更好地促进体育新闻教育的发展,提高体育新闻教学水平和专业人才的培养质量,根据教高〔2012〕4号文《教育部关于全面提高高等教育质量的若干意见》中关于“优化学科专业和人才培养结构”,“创新人才培养模式坚持内涵式发展”和“突出学科专业特色和行业特色”的精神,在暨南大学出版社的大力支持下,我们编撰出版了这套“体育新闻与传播专业教材系列”,涵盖新闻学和传播学两大学科。指导思想为:“以我国历史发展新时期对体育新闻人才素质的需求为导向,以教材的建设和创新为驱动,把新闻学、传播学的基础理论和体育新闻专业实践有机结合到教材的策划、研究和编撰全过程,体现体育新闻工作岗位理论知识和专业技能的要求,培养学生实践操作能力,充分体现体育新闻特色。”

本系列教材在体育新闻学方面,包括体育新闻采写、体育新闻编辑、体育新闻摄影、体育新闻翻译、体育大赛新闻媒体运行和新闻服务、体育展示、节目主持与评论;在传播学方面,包括现代应用传播、体育传播与社会文化、网络体育新闻等内容;此外,还有一本是我系体育新闻与传播专业方向的研究生公开发表的学术论文精选汇编,一共11本。全套教材将于2013年底到2014年上半年期间公开出版。期待各位专家学者和读者朋友的批评指正。

肖沛雄
2013年元旦

序

1998 年底，由于工作需要，我离开了在广东外语外贸大学亲自创办的国际新闻传播专业，调任广州体育学院党委书记；2000 年，在征询了粤港 9 位新闻业界和学界专家意见的基础上，我又主持创办了体育新闻与传播专业，并于 2002 年开始招收体育新闻（方向）的研究生。十年磨一剑，这个专业的硕士研究生导师从我单枪匹马开始，到今天，已经发展成为一支由 8 位校内导师以及一批校外新闻学界和业界知名专家组成的导师队伍，培养的研究生已超过 100 名。

十年来，我们在办学过程中始终坚持把新闻学、传播学的专业理论教学与社会实践、体育新闻、学术研究结合起来，充分利用广东作为新闻大省和体育强省的有利条件，让研究生不仅在专业理论的课堂上领略导师讲授知识的风采，参与各抒己见的讨论与演讲，还直接去到了 2008 年的北京奥运会、2010 年的广州亚运会、2011 年的深圳世界大运会、2012 年的贵州全国少数民族运动会等体育盛会的第一线，亲自参与世界和国家体育大赛的新闻报道、新闻服务和学术研究。研究生在学期间不仅跟随导师直接参加了多个国家级、省部级和厅局级的社会科学基金课题研究，参与编撰或协助完成多部体育新闻教材；而且在导师的指导下，把课堂和实践中获得的专业理论知识与社会实践结合起来，在国内外重大的新闻事件和体育大赛中发现问题、分析问题和解决问题，写出了多篇具有个人独特见解的学术论文，并在国内正式刊物公开发表。其中不少发表在核心刊物，还有的文章被人大复印资料中心全文转载。

本书所收集的 58 篇文章，是从我校新闻与传播专业研究生上百篇已经公开发表的文章中精选出来的。从内容看，同学们的新闻触觉非常灵敏，对社会的关注是多角度、多层面的：在重大新闻方面，从奥巴马竞选美国总统的政治传播、连宋访问大陆、中国足球“扫赌打黑”、百度竞价排名黑幕、“华南虎照片”事件、对广电总局“限娱令”的理性思考，到中日钓鱼岛争端问题中国家媒体形象传播等，可见同学们对国内外大事高瞻远瞩、体察入微的新闻敏感；在体育重大赛事方面，对广州三报进行奥运报道的比较，对《广

州日报》亚运宣传的地域文化特色的研究,对网络传播与2010年广州亚运会的关系的探索、对北京奥运会新闻服务对广州亚运会启示的分析,凸显了学生在体育大赛新闻研究方面的专业特色和扎实功底;对影响我国体育政务信息网络化建设的因素的解剖,对我国体育政务信息网络化现状分析和对策探讨,对新浪网国内新闻版改版的启示研究,以及对体育博客的基本特征及其发展趋势的剖析,更说明学生已经超越了大众媒体而提升到网络新媒体的新层面上探寻媒介发展的规律;对“3·14”西藏危机事件国家传播策略的探析、亚运会广州城市形象传播的研究、“GMP”三主体在广州亚运重塑广州城市新形象中的功能等方面的探究,体现出新的历史时期研究生对国家媒体形象传播的关注度和责任感有了新的提升。此外,对中外体育电影奥斯卡获奖名片、电视品牌节目如《非诚勿扰》和《中国好声音》的研究,对中国报业的产业化运作规律的探索等文章,更说明学生对新闻学与传播学的研究已经远远超越了体育新闻的局限,走向了更宽广的社会范畴和学科领域。为了方便广大读者的阅读和理解,这些文章按其内容范畴分成如下八个专题:新闻策划舆论调控、体育新闻采写编评、体育新闻人文观念、体育新闻网络传播、媒体运行新闻服务、国家媒体形象传播、电影电视文化传播、体育新闻媒体经营。

今天,这些研究生绝大多数已经毕业,离开了母校和导师,在祖国各地不同的岗位上为国家的腾飞继续努力耕耘。他们有的已经成为高校的副教授;有的已成为国内各类新闻媒体的骨干精英;有的正“给力”于公务员岗位;有的在企业家的队伍中崭露头角;还有的继续朝着更高的学位奋力攀登……他们都有了更高的奋斗目标。但是,他们都有一个共同的体会,那就是研究生学习阶段运用新闻学与传播学的知识理论观照时代的脉搏,研究和撰写论文,培养了他们观察社会、分析社会、融入社会、服务社会的敏感度和责任感;提高了他们运用理论来分析和解决社会问题的能力;学会了从传播学的高度和角度来认识当今时代发展的政治格局多元化、全球经济一体化和新闻传播全球化的新趋势。

本书出版的目,既在于对走向社会的研究生的学习研究成果进行盘点和总结,也希望为后来的研究生提供借鉴。虽然这些文章(包括少量与导师合作的)受当时研究水平所限,难免存在不足,不过在运用所学的新闻学与传播学知识理论来观察与研究社会问题、新闻事件和体育赛事方面,还是会给后来者许多宝贵的启发。当然,把研究生公开发表的文章成集出版,也是对我们几年来朝夕相处、指点江山、切磋学问、感悟人生的一种“为了不忘

却的纪念”。

必须一提的是，这些文章从上百篇文章中择优汇编出版，由于刊物的体例不同而造成格式上存在差异，编辑过程中除了全部删除英文摘要外，其他地方根据出版的要求略作删改和补充，还是尽量保持“原汁原味”。个别文章由于作者未能提供发表的版本，只能收集原来发稿的版本，敬请原谅。

肖沛雄

2013 年元旦

目 录

总序 / 1

序 / 1

专题一 新闻策划舆论调控

美国政治文化传播的新趋势

——奥巴马竞选总统的媒介传播策略 肖沛雄 王梦溪 / 2

中外领土争端中塑造中国形象的策略

——以钓鱼岛争端为例 李注 / 10

公众的知情权诉求与网络媒体把关责任

——百度竞价排名黑幕引发的思考 肖沛雄 万文双 / 16

从足球“扫赌打黑”看政府、媒介、公众的互动 谭欢 / 21

央视新闻频道《24小时》的策划解析 任栋 徐照清 / 25

从食品安全问题反思媒体的角色定位 黄舒屏 / 31

连战的“和平之旅”：大众媒体的传播特色 林芳 / 34

从连宋访问大陆看我国宣传策略的变化 尧春华 / 39

广州三报印度洋海啸专题报道之比较分析 张朝霞 / 43

媒体的关键在于舆论引导

——由“华南虎照片”引发的思考 任波 / 47

《南方都市报·佛山读本》的特征分析 容理衡 / 52

“有偿不闻”的成因与对策分析

——由山西霍宝干河煤矿“封口费”事件说起 任波 周丽娜 / 55

功夫在场外

——地市级报纸奥运新闻报道策略探讨 吕俊蓉 梁波 / 60

比较研究《足球报》与《体坛周报》的欧洲冠军联赛报道 黄天龙 阙哲屹 / 65

掌握主动 构建和谐

——浅论转型期政府加强大众传播控制的必要性与可行性 孙法红 / 73

专题二 体育新闻采写编评

阿星杀人报道：不要让悲情遮掩血腥 张晓辉 / 79

独具匠心 妙语入题

——广州三报北京奥运报道佳题赏析 李峰 / 82

双关式体育新闻标题的探析 唐利 / 88

试论《南方日报》“体坛快语”的价值取向 丁世勇 尧春华 / 92

用平常心报道高考

——广州主要报纸今年高考报道分析 张朝霞 / 96

当代体育评论发展趋势探析 张浩天 / 99

从“头版”比较三家体育报的版面风格 廖慧平 谈群林 / 103

专题三 体育新闻人文观念

我国媒体在刘翔伤退报道中的人文关怀 李万莹 / 107

浅析刘少奇新闻思想形成的动因 廖慧平 谈群林 戴永冠 / 112

“寻找利彪”事件引发的思考 黎志惠 / 117

对体育新闻报道中人文关怀的分析思考

——以王燕意外受伤事件的报道为例 胡杭婧 / 121

体育传播中的英雄观 黄华 黄启龙 / 127

《广州日报》亚运宣传的地域文化特色研究 田姣 田斌 / 133

专题四 体育新闻网络传播

体育博客的基本特征及其发展趋势 张德胜 张伟 嵇玲 / 138

我国体育政务信息网络化现状分析和对策探讨 廖慧平 谈群林 / 144

探析网络新闻跟帖中的反馈机制 周丽娜 任波 / 153

微博红火背后的传播学思考 刘晓丽 / 157

微博时代谣言传播的特点与控制

——以“抢盐”风波为例 叶正和 / 161

- 从“新浪微博”看微博客的传播力 白麟 / 166
 微博体育赛事报道的现状与对策分析 阙哲屹 / 172

专题五 媒体运行新闻服务

- 网络传播与2010年广州亚运会 曾艳宏 刘万超 / 178
 广州亚运会成绩公报发送工作研究 徐照清 黄天龙 / 183
 北京奥运会新闻服务对广州亚运会的启示
 ——以广州亚运会测试赛为例 黄婧 杜娟 / 191
 从十运会报道看体育赛事官方网站建设 曾圣勇 / 196
 谈深圳大运会的竞赛信息服务工作 徐照清 罗嵘 / 200

专题六 国家媒体形象传播

- 危机事件中的国家传播策略探析
 ——以“3·14”西藏事件为例 李峰 杜娟 / 205
 “GMP”三主体在广州亚运重塑广州城市新形象中的功能 王忠亮 / 210
 在城市危房改造中如何塑造拆迁单位形象
 ——以南华西危改项目（一期）为例 王蔡银 赵鸽燕 / 215

专题七 电影电视文化传播

- 中美体育电影中的宗教文化观念对比 肖沛雄 万文双 / 220
 中美体育电影中体育精神的和而不同 肖沛雄 万文双 / 228
 美国意识形态传播的“经典范本”
 ——品评美国体育电影《弱点》 肖沛雄 万文双 / 238
 《中国好声音》成功因素的分析与启示 王子嘉 / 246
 用普罗普功能人物理论分析体育电影《一球成名》的美 李峰 / 252
 拓展体育文化节目，丰富荧幕文化内涵
 ——对广电总局“限娱令”的理性思考 章殷 / 258
 传播学视野下的国产动画新特点
 ——透视《喜羊羊与灰太狼之牛气冲天》成功的重要因素 吴文瑶 / 265

影视在国际传播中的作用

——以韩国为例 黄启龙 / 271

专题八 体育新闻媒体经营

从F1报道看纸媒三强的核心竞争力 张德胜 张朝霞 尧春华 陈治 梁波 / 277
在困惑中寻找希望

——评《中国报业的产业化运作》 廖慧平 谈群林 / 284

媒介融合中电视台网站的发展探析

——以凤凰网为例 韦颖 童鹏程 / 289

CCTV-5更名奥运频道的利弊分析及长远思考 张德胜 黄启龙 / 294

从球场到荧屏

——电视体育新闻传播的变迁与展望 陈治 / 301

新浪网国内新闻版改版启示 张晓辉 / 305

NBA薪资制度建设及运行效果研究 王晓东 白麟 / 309



专题一 新闻策划舆论调控



美国政治文化传播的新趋势 ——奥巴马竞选总统的媒介传播策略

肖沛雄 王梦溪

摘要：有学者曾提出：“政治是传播的主神经，传播是政治的控制器。”^{〔1〕}在2008年美国总统竞选中，民主党候选人奥巴马针对本次竞选国际和国内的特殊传播环境，突破了美国新闻传统观念，全面、充分、有效地利用现代多元传媒的优势以及利益集团、传媒和公众三足鼎立的传播调控态势，准确定位媒介传播的主体对象，聚焦经济民生的传播主题，运筹帷幄，讲究策略，彰显自身“草根精英”的亲民形象和“变革总统”的巨大魅力。这不仅使他成功地以美国历史上第一位黑人总统入主白宫，而且使这次选举成为美国历史上绚丽多彩的政治文化传播中的一个新的壮举而载入史册。

关键词：总统选举；媒介传播；策略

2008年11月5日夜晩，手持蓝色气球的美国人欢呼雀跃地走上街头，庆祝历史性的一刻。民主党候选人奥巴马将入主白宫，成为美国历史上首位黑人总统，这揭开了美国民主政治的新篇章。奥巴马为正在饱受经济危机和伊战困扰的美国人带来了希望，为正处于衰退期的美国社会注入了一股新鲜的血液。他的媒介竞选策略刷新了美国总统选举的历史纪录，拓展了美国的政治传播文化。

美国政治文化的传播特色，历来充分反映在政治领袖、政治精英和学者针对重大政治问题对传播策略和传媒效果的研究上。从1940年美国总统大选期间，著名的传播学奠基者拉扎斯菲尔德在伊里县历经长达半年的时间，对600多人进行调查后写出《人民的选择》一文；到1948年杜鲁门成为在美国总统选举过程中利用电视广告发表演讲的“第一个吃螃蟹的人”；再到1960年肯尼迪抓住美国有史以来首次举办总统候选人电视辩论的机会，击败了比自己更具备竞争优势的对手……许多理论研究成果和政治传播的实践都一再证明：在美国的重大政治文化生活中，媒介传播都起着举足轻重的作用。在2008年美国总统大选中，奥

〔作者简介〕肖沛雄：广州体育学院体育新闻与传播专业教授，硕士生导师；王梦溪：广州体育学院体育新闻与传播专业2006级研究生。

巴马阵营充分利用多元传媒的传播优势,把媒体公关传播的策略运用到了极致,开创了崭新的政治传播时代,为今后的政治传播实践和理论研究提供了宝贵的借鉴经验,开拓了新的研究领域。

一、突破新闻传统观念,三足鼎立调控传媒

1. 助选团充分利用传媒,传媒政治倾向鲜明

素有传媒大国之称的美国,向来宣称崇尚言论自由和新闻公正原则,其中包括:政府不干预媒体的自主独立,媒介不带倾向性评论国家政治。但实践一再证明:无论是政治集团还是私人利益财团控制的美国传媒不可能做到绝对的新闻自由。随着各种新媒体的出现和普及,在给社会带来更大的自由的同时,也将加大社会控制的难度。托夫勒在分析这种情况的时候曾说过:“国家——任何国家——都竭力设法维护政权。正如国家在工业革命造成大众传播媒介的问世的同时发明实现思想控制的新形式一样,它将寻找新的手段和方法来对通过新的电子基础设施传播给它统治下人民的映像、思想、符号和观念形态至少保持某种控制。”

在当今美国大选的选举团制度下,要争取在一个州获胜,参选政党不仅必须将每个州视为独立的竞选阵地,还需要候选人通过媒体在全国范围内发表他们的政见,强调地方性和区域性问题和当地选民所关注的问题,展开更有针对性的竞选拉票活动。杰伊·G. 布卢姆勒和迈克尔·古列维奇在《政治家和新闻界:一篇有关角色关系的论文》中谈道:“在‘政治家—媒介’这一伙伴关系中,每一方都为实现他们针对受众的特定目标而努力;但他们却不得不通过与另一方形成某种合作而达到目的。”^[2]奥巴马及其助选团熟谙其中之道,从竞选一开始就充分利用大众传播媒介传播速度快、范围广、信息量大的特点,运用新闻活动、媒体广告和公关技巧塑造其政治形象,引导舆论。他频繁出镜并积极主动地提供讲话、访谈和评论等第一手新闻资料来吸引受众,获得广播电视媒体的高收视(听)率和网络媒体的高点击率。

在美国,被称为“第四力量”的新闻媒体对美国大选和美国政治都有着重要影响,它既是可怕的第三只眼睛,也是一个可以利用的、可借助它扶摇直上的引擎和助推器。2008年的美国大选中,传媒参政成为社会普遍关注的焦点。在奥巴马参选的21个月里,美国媒体俨然成了奥巴马的助选团。美国“媒体和公共事务中心”10月31日公布的一份研究报告中说:美国媒体有关总统选举的报道不平衡,更多地偏向民主党总统候选人奥巴马。在过去两个月里,美国广播公司、哥伦比亚广播公司和全国广播公司晚间新闻节目中播放的选民、记者和主持

人言论中,其中65%有利于奥巴马,而有利于共和党总统候选人麦凯恩的言论只占31%。这个中心的负责人——美国乔治·梅森大学教授利希特尔指出,媒体将奥巴马描述成比麦凯恩更好的总统人选,如果选民经常收看晚间新闻,他们会受到影响,认为应该投票支持奥巴马。另据统计,奥巴马在媒体的曝光率足足比麦凯恩多出2倍;对于奥巴马的报道,负面内容只有29%,正面内容占36%;而有关麦凯恩的媒体报道中,57%的内容是负面的,只有14%是正面消息。美国一些报纸如《纽约邮报》和《纽约每日新闻》,还迫不及待地提前刊登奥巴马获胜的消息,甚至在头版头条称奥巴马为“新老板”,独钟之情溢于言表,反映了这些媒体前所未有的鲜明的政治倾向。导致这一结果的关键性原因在于:善于媒体操控的美国民主党大量投入公关和广告宣传经费对媒体来说正是投其所好,而已经市场化的媒体则是利用其“把关人”的角色和媒体议程设置的利器,控制公众对选情的认识,发挥心理暗示的作用以投桃报李。于是两者成了默契的“天作之合”。

2. 三重调控三足鼎立,共生共荣相互制约

在大众传播和社会舆论的调控中,政府、媒介和公众是不同层面的三重调控主体。在总统竞选中,政治经济利益集团支持下的总统候选人、公众和媒介也构成了三个不同层面的政治文化传播调控主体。公众的喜好和需求将左右着媒体的传播策略,决定着媒体的生存与发展;公众的利益需求影响着候选人的政治主张和参选策略;公众的最终投票决定着候选人的政治命运;候选人的执政策略关系到公众的生存发展。这就构成了一种微妙的三足鼎立的相互制约关系。

在这次总统竞选中,多数媒介很快就与候选人奥巴马及其背后的民主党助选团达成了默契,在旗帜鲜明地拥戴奥巴马的同时,充分发挥自身的互动性和多元性,满足公众反馈信息、积极参政、阐明政见和介入大选进程等需求。通过铺天盖地的新闻和广告反复灌输其观点,逐步构建适应奥巴马当选所需的拟态环境,将媒体的政治倾向直接“皮下注射”到公众的头脑中,并通过民意调查等分析报道,将舆论压力和群体压力施加在个人心理上,特别是对中间选民来说,通过让“公众使用特定的媒体内容来满足某种特定的内在需求,而这种需求在总体上驱动了公众的行为”,形成纽曼所描写的“沉默的螺旋”现象。而候选人奥巴马针对伊战和美国金融危机的特殊背景,着重从占有大部分人口比例的中产阶级与低收入家庭的利益和心理需要出发,审时度势地利用多元媒体展示了自己切中肯綮的政治主张、行事模式、个人形象以及语言风格。

虽然传媒财团从其政治理念和经济利益出发,带有明显党派政治偏见,让美国“卓越新闻”项目主任汤姆·罗森斯蒂尔感叹道,“我们已经走出了‘观众笃信新闻’的时代”,但是面对政治和经济双重困惑的广大受众还是憧憬于白宫新