# 第一章　导论：问题的由来

在西方与中国的漫长接触史中，中国的两副面孔——高度文明或残忍蛮荒——不断变换。它们随情势变化而发生转换，进而影响人们对中国的复杂感情——同情或拒斥，呵护或迁怒，热情或敌意，热爱或恐惧、痛恨。

——哈罗德·艾萨克斯[①]

当今世界，媒介的多载体化、传播的全球化以及信息的数字化带来了媒介革命，媒介竞争加剧，有线电视、卫星电视、数字电视、手机、互联网、独立制作公司等新媒介的狂飙与广播、电视、报纸、杂志、电影等原有的媒介秩序和传播系统形成的激烈竞争使传播形态发生了剧烈的碰撞。传媒全球化影响的程度和速度因各国的大小强弱、本国文化的力量、语言差异和其他因素而不同，媒体在帮助人们建立共同的文化和价值体系、共同的传统和观察世界的方法的同时，也越来越成为一种有力的政治和外交武器。近些年来，经济及政治的全球化大大推动了传媒的全球化，同时，传媒的全球化也反过来大大促进了经济和政治的全球化，传播有优势的国家在影响他国的同时，

①原文转引自文化研究网（http://www.culstudies.com）杰弗里·瓦萨斯特罗姆于2003年3月22日发表的《邪恶的中国与善良的中国人——一个美国童话》一文。——作者注。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

也带来了许多负面的问题。当前的全球主流话语体系是以美国为首的英语，其绝对主导下的媒体话语霸权的不对等势必会引发各国因政治、文化、价值观念和生活方式的差异而导致的冲突。

无论是整个社会的政治民主化还是传媒本身的变革，大众传媒在其中都起到非常重要的作用，特别是社会、媒体及受众之间关系越来越密切，报纸等传媒的影响日益显著。美国媒体正是在这一独特而成熟的意识形态体系的掌控下，自觉自愿地为美国的全球战略服务，塑造出一个负面的“妖魔化”的中国形象。以20世纪90年代以来中美关系的曲折发展为例，无论是对“中国威胁论”的渲染还是对1999年炸馆事件和2001年撞机事件的报道，美国媒体都起到了重要的推波助澜的作用，这表明，美国媒体不但无法从政治中全身而退，而且介入政治和国际关系的迹象越来越明显和突出。

冷战后美国媒体对华报道反映了两个根本问题：如何认识中国的强大？怎样定义今天和未来的中国？对于这两个问题，从美国政府官员和国会议员到美国媒体和公众舆论至今还未找到问题的正确答案。冷战后美国媒体对华报道的核心问题是报道的欠公正性和欠客观性，造成这种现象的根本原因是从美国政府和国会到美国媒体和公众的整个美国社会对美国的“霸主”身份和中国的“威胁者”身份的广泛的集体认同与舆论共识。这种身份共识建立的过程交织着美国方方面面的复杂利益，并随着美国社会各构成原素的互动和依存的加深呈螺旋加强的趋势，好人永远好、坏人永远坏的直线性思维逻辑的结果是美国媒体陷入歪曲报道中国的怪圈而难以自拔。

## 第一节　媒体与政治的相互影响

传播活动是人类诞生后即有的社会现象，后来随着语言和文字的出现以及印刷术的发达，传播活动的规模逐渐扩大。今天随着知识水平的提高、科技的进步与发达，全球化时代来临，传播活动将占据更加重要的地位，并已成为现代政治社会不可分割的一部分。然而媒体从来就是不自由的，就受到政治的左右，特别是各种政治利益集团对媒体的影响和介入越来越明显(参见表1-1)。今天，随着现代社会越来越走向高度信息化以及能够驾驭和控制信息的好处越来越大，已经有更多的政治势力深深意识到控制传播媒介的重要性，因此，媒体的发展将会更加受到政治的左右。对当今的各类媒体而言，要想保持完全的独立、公正和自由，是很难做到的。

表1-1　大众传媒诞生的政治背景①

| 地区 | 传媒的主要举办者 | 主要政治背景 |
| --- | --- | --- |
| 西欧（中世纪） | 王室、教会、神学家、贵族和知识分子 | 文艺复兴带来的思想启蒙和政治觉醒，宗教改革带来的变化。 |
| 中国（清末） | 维新派和保皇派 | 维新变法思想和保守思想之间出现冲突，“帝党”和“后党”之间进行着政治权力上的争夺。 |

就现代大众传播而言，更多的大众传播媒介不仅是在确定受众接受到信息，而且更积极的是在说服及改变，进而达到传播之目的。也就是说，政治是肯定人与人凝聚与互动的表现，

①刘华蓉著：《大众传媒与政治》，北京大学出版社，2001年版，第3页。

是在合法统治的权威下，对于价值及目的的追求。因此，政治与传播是互相影响的过程。如果说政治目的主要在于获取权力或是统治的正当性，政治传播则既带有行动者的政治目的，又具有政治含意及作用。例如：为选举传播，参选者发布的宣传讯息、传媒为受众提供的选举信息和民意调查等活动等等，都属于传播者实践其政治目标的行动，同时该行动对选民的政治认知、态度及取向，也有实际的影响。①人是社会的人，是政治族群中的一员，自从国家出现，人类社会就有了自身的行为规范和活动准则，生活在这种特定政治秩序中的人们不可避免要了解并熟悉这些事务，而传播又具有反馈及控制作用，因而生活在各种信息越来越密不可分的时代的人们，势必也更容易受到传播媒体的影响和控制。以现代选举政治为例，选民往往是通过各类媒体了解候选人，候选人就有机会通过自己所控制的媒体引导选民采取对自己有利的行为，而最终获选的候选人在上任后一般也要通过必要的渠道反映推举自己的选民的意见和要求。在选民和候选人双方的上述互动中，媒体都起到了至关重要的中介和桥梁作用，而实际上，这种互动是不对等的，选民对媒介的依赖越来越大，媒介对选民的诱导作用也越来越强。

近代国际关系始于1648年的威斯特发里亚和会，近代报业则于17世纪初兴起于尼德兰地区和英国。随着人类社会的不断发展，报纸及之后出现的广播、电视和互联网等媒体与政治的结合越来越紧密。历史证明，政治是媒体诞生的催化剂，虽然事物发展中有许多偶然因素，但偶然背后更多的是必然，正是这些因

①参见复旦大学新闻学院2002级博士生吴世家的论文：《政治传播的研究途径》，原文收集在复旦大学博士生论坛之“大众传媒与社会变迁”新闻学院博士生论坛论文集中。

素之间的相互作用和相互影响才推动了整个人类历史的发展。①

国际传播对国际事务的关注和介入，往往与国际政治的一系列重大事件的发生发展形成对应关系，国际传播对国际事务的关注会变为一种动力，对国际关系产生某种影响，这尤其表现在舆论对外交决策和军事活动的影响上。西方社会的大众传播经常被称作行政、立法、司法之外的“第四权力”或“无冕之王”。在国际传播时代，媒体报道什么，公众就接受什么，媒体轻描淡写，公众也就不重视，媒体采取特别方式加重报道，公众也会更加关注。公众已经习惯于将头条新闻、长时间或重复报道的新闻当作最重要新闻和当今世界上最重要的事情。媒体和受众久而久之达成的这种默契已成了一种不成文的判断标准，媒体的立场直接决定了公众的取舍。②正如有的学者所指出的：“受众判断一个主题是否重要，主要是看媒体对该主题的重视程度，媒体可以通过选择和提供某些消息而忽略其它，并对报道内容给予不同的重视程度来影响受众对其他报道的重视程度。”③至于为什么以此为重点和由谁来选择就是媒体可随意而为之的，而每个人都有自己看问题的不同视角和不同的阶级立场以及价值观念，占据人们视听的媒体更不例外，更是有先入为主的特权，这就为有朝一日戴着有色眼镜看待他国埋下了祸根和隐患。

今天的传媒已不仅仅只局限于报道新闻和传递信息，它们愈发深刻地介入各种国际事务，直接或间接地影响甚至改变了

①刘继南、周积华等著：《国际传播与国家形象——国际关系的新视角》，北京广播学院出版社，2002年版，第45~46页。

②刘继南、周积华等著：《国际传播与国家形象——国际关系的新视角》，北京广播学院出版社，2002年版，第63~68页。

③胡正荣著：《传播学总论》，北京广播学院出版社，1997年版，第317页。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

国际关系的发展进程。如：美国媒体的反战报道对美国政府作出自越南战场撤军决策起到了重要推动作用，而德国自由之声和美国之音两家电台则对上个世纪90年代苏联及东欧的巨变负有不可推却的责任。1990年，美国西尔·诺顿公司策划了伊拉克入侵科威特事件：科威特赞助一个叫“公民”的组织通过安排一个15岁的科威特女孩向摄像镜头哭诉侵略者的行径，激发了美国民众的反伊情绪，为美国的政治和军事干涉制造气氛，事后证明该女孩竟是科威特驻美大使的女儿。[①] “9·11”事件之后，媒体更是积极配合美国政府，深深介入政治——先是极度渲染“9·11”事件，使反恐战争正当化，进而成为全球通行的新意识形态；2003年的伊拉克战争中，美国媒体更是通过大肆渲染萨达姆独裁和伊拉克拥有大规模杀伤性武器，不断制造联军军事速胜的谎言，以消解反战压力，安抚民心，甚至为了激发民众同仇敌忾的决心，还精心编织了林奇女兵被捕与获救的神话。合理的国际传播理应做到全面、公正、客观地报道国际事务，对国家间关系的报道应准确、适度，尊重他国的主权，但是国际传播冲击了国际关系的传统观念。一个最明显的事例是，当电子信号传输的信息以广播、电视的形式毫无阻拦或冲破阻拦出现在别国境内时，传统意义上的国家边界实际上不复存在，与此相关的一些概念如侵略、主权的含义也变得模糊不清。[②]因此，一家报纸的地位与声誉主要并不取决于其评论员是否出色，而是取决于发行人是否能占据媒介相当版面与时间来塑造自身形象，表达自身利益，遮蔽人们了解真实世界的视野。于是功利主义横行、工作作风浮夸、责任感的失落、无中生有地编

① 伦纳德·萨菲尔著，梁皎洁、段燕等译：《强势公关》，机械工业出版社，2002年版。

②刘继南、周积华等著：《国际传播与国家形象——国际关系的新视角》，北京广播学院出版社，2002年版，第80页。

造假新闻等现象层出不穷。 这些都是政治和传播媒介彼此职责和权限不分带来的严重问题，急需采取有力措施调整和解决。

## 第二节　美国媒体的结构和特点

大众传播传统的六大媒介包括报纸、杂志、书籍、电视、广播、电影等，其中，书籍是最古老的大众媒介。在当今社会，图书等传统媒介正在发生重大的改变，新闻传播更多地将视线投向了互联网等新媒介。美国著名传媒批判学者诺曼·乔姆斯基曾说过："如果你无视变化的发生，那么，你肯定看不到变化。"[②]今天媒体和信息的变化速度之快，是人类历史上任何时代都无法比拟的，而经济实力雄厚且执世界牛耳的美国传媒业的发展更是首屈一指。

### 一、美国媒体的结构

托克维尔在其名著《论美国的民主》中曾指出，美国报刊的影响是有力量的和不可抗拒的，正是由于报刊的帮助，知识分子才得以从中心向边缘传播他们的思想，并进行所谓启蒙。[③]由于美国的报纸是政党和社团的工具，美国的新闻是通过政治

①参见复旦大学新闻学院2002级博士生胡春阳的论文：《论公共关系对大众传媒的影响力》，原文收集在复旦大学博士生论坛之"大众传媒与社会变迁"新闻学院博士生论坛论文集中。

②（美）爱德华·赫尔曼和罗伯特·麦克切斯尼著，甄春亮等译：《全球媒体：全球资本主义的新传教士》，天津人民出版社，2001年版，第263页。

③托克维尔著：《论美国的民主》，商务印书馆，1996年版，第210页。

性社团而不是知识分子来形成公众舆论的，这一舆论是自下而上而非自上而下地形成的。[①]20世纪90年代以来，美国广电业的发展速度令人瞠目结舌，这与美国政府的放松管制有很大关系。1996年的美国电信法提出了打破行业之间的壁垒，让美国电信业和广电业在世界上更富有竞争力，从而使美国人民能够享受到“便利、先进、快速、高质量和价格合理的电信服务”的目标，从此美国传媒界合并浪潮一浪高过一浪。1996年美国广播电视业兼并交易额达253.6亿美元，远远超过1995年83.2亿的交易额，经过5年的兼并和联合，到2001年，美国传媒业变得越来越集中和垄断。当今美国最大的25家传媒集团，都是包括了广播、电视、有线电视、卫星电视、报纸、杂志、出版、电影、唱片、娱乐、电话、互联网、体育、零售、广告等诸多行业在内的超级信息传播集团。[②]由此可以说明，经过200多年的苦心经营，今天美国的传媒业已发展到非常成熟和“完善”的地步，尤其以报业、广播、电视和互联网等方面的表现为最。

报刊

美国的报刊业已发展到十分庞大的规模，是世界上出版日报总数最多的国家，约占世界的1/5。据1996年的不完全统计，全美有1882家日报，总发行量超过6000万份，广告年收入达到156亿美元，超过了电台和电视的广告收入之和；有7957家周报，总发行量4090万份；报刊读者总数达1.63亿人，报业从业人员43万人。[③]截至2003年3月31日，美国报纸中发行量最大的是

①竺乾威译：《自由民主与政治学》，上海人民出版社，1998年版，第183页（原书 James W.Ceaser.［1990］Liberal Democracy and Political Science.The Johns Hopkins University Press）。

②汪文斌、胡正荣著：《世界电视前沿》，华艺出版社，2001年版，第72页。

③顾耀铭主编：《我看美国媒体》，新华出版社，2000年版，第2~3页。

《今日美国》报，其次是《华尔街日报》，《纽约时报》排在第三位。[①]美国作为世界上唯一的超级大国，其报刊也自然具有别国难以企及的权威，《纽约时报》、《华盛顿邮报》、《洛杉矶时报》、《华尔街日报》等美国报刊在国际新闻传播中扮演着举足轻重的角色。（参见附录六）

《纽约时报》（*New York Times*），创建于1851年，每天的发行量为100万份左右，以充分报道国内国际重要新闻和全文刊登重要条约、文件而著称，其国际新闻报道居美国报纸之首，被认为是美国最权威的报纸，通常为其他的美国报纸设置舆论议程。该报版面严整，不刊登污秽内容，自1896年起就坚持充分和庄重报道新闻的原则，它同美国政府特别是国务院有密切关系。《华盛顿邮报》（*Washington Post*），1877年创刊，发行量80万份，拥有政治圈中尤其是华盛顿特区的大量读者，对美国国会的报道最为权威，最大的成就是对1972~1974年“水门事件”的揭露和连续报道。《洛杉矶时报》（*Los Angeles Times*），创刊于1881年，是美国西部最大的报纸，版面数量居全美第一，具有极右的保守传统。《华尔街日报》（*Wall Street Journal*），1889年创刊，发行量180万份，是美国销量最大的日报和以金融为主的综合性报纸，其金融和经济报道以及评论极具特色和权威，还重点报道国际、国内重大新闻并刊登一系列的评论和特稿。《基督教科学箴言报》（*The Christian Science Monitor*），1908年创刊，是一份严谨的综合性报纸，决不刊登黄色新闻并有限刊登广告，其读者主要是政治界、外交界和知识界人士，最大特点是注重国际、国内重大新闻的报道与评论，尤其是关于国际问题的新闻背景分析和深入评论享有盛名。《今日美国》报是倾

①《纽约时报公司经营模式探析》（上），参见2003年12月29日的www tec119.com，中国新闻技术网。

向于大众化路线的全国性报纸，虽从未获得普利策新闻奖，但经营方面很有成效，隶属全美第一报业集团、著名的甘奈特公司。[①]另外，美国还有著名三大新闻周刊：《时代》（*Times*，发行量430万份）、《新闻周刊》（*News Week*，发行量320万份）、《美国新闻与世界报道》（*U.S.News and World Report*，发行量230万份）。[②]

另外，从报纸报道的内容来看，从美国独立战争至今也经历了一个很大的变化。在美国独立战争之前，美国报刊的内容已具趣味性、知识性，笔调幽默。如1721年，詹姆斯、富兰克林创办的《新英格兰报》，不但包括船舶往来报道，还刊载附近城镇消息，这时的新闻报道基本特点是以质朴的记录为主，主要针对精英阶层和一部分商人、市民，报纸发行量也低，加上技术、文化不普及和资金不足等的严格限制，报纸读者有限。独立战争之后，报纸接受政党补贴因而被控制，报纸主要刊载反映本党（派）宗旨利益的言论，党同伐异，攻击谩骂，趣味性、知识性内容较少，正是从这时开始，美国媒体报道开始日益受到政治的左右。[③]

广播

广播是美国所有媒体中最普遍的一种媒体形态。全美广播市场主要由三大广播公司——全国广播公司（NBC）、美国广播

①甘奈特公司，年收入约60亿美元，在美国拥有近400家报纸，包括发行量最大的《今日美国》报，在英国也拥有近300家报纸，同时，它还拥有22家电视台。——笔者注。

②张桂珍主编：《国际关系中的传媒透视》，北京广播学院出版社，2000年版，第58~59页。

③参见复旦大学新闻学院2003级博士生孔洪刚的论文：《美国报纸特写的产生、发展及演变》，原文收集在复旦大学博士生论坛之“大众传媒与社会变迁”新闻学院博士生论坛论文集中。

公司（ABC）和哥伦比亚广播公司（CBS）控制。1996年它们拥有115个台，现在它们下设的台已经超过了1400个。目前全美有近6亿台收音机，听众覆盖9440万户家庭，有电台11000家。其中，最大的国际电台有美国之音、自由欧洲广播电台、自由亚洲广播电台和马蒂广播电台等。其中，“美国之音”有42套播音录音室，使用43种语言，每周广播1200多个小时。“美国之音”原属美国新闻署，是美国唯一一家由联邦政府经营的电台，宣传方针和宣传重点由美国新闻署制定，台长由总统直接任命，各地区编辑部和各语言组第一把手都由美国外交官担任。“美国之音”没有对内广播， 1942年开播之后发展迅速。“美国之音”广播的内容比较广泛，重点是两个方面：一是迅速报道国际新闻，这是它发挥影响的主要手段；二是宣传“美国生活方式”。1941年12月“美国之音”开始对华广播。①（参见附录七）

电视

电视是美国最重要的新闻媒体之一。 ABC、CBS、NBC、FOX、WB、UPN和CNN等无线和有线网共同构成了美国商业广播电视体系的主体。而每天24小时连续播出全球新闻信息的CNN有线新闻节目已覆盖了全球200多个国家和地区，观众达7800万户。目前美国最大的卫星电视有CNN、世界电视网（World Netword）、娱乐与体育节目公司（ESPN）、音乐电视台（MTV）、直播卫星公司（Direc TV）、美国卫星广播公司（USSB）等。（参见附录七）

通讯社

美国的两大通讯社——美联社和合众国际社所播发的新闻

①详细内容以及有关观点、资料、数据可以参见崔永昌所写的文章：《国际广播发展史概述》，或参见有关网页 http://www.tecsun.com.cn/radio/history/broadcasthistory.htm.

需要全本请访问 www.ertongbook.com

被国际媒体广泛采用，是世界新闻的重要来源，使美国媒体拥有了对国际舆论的绝对影响力，并进而成为美国政府推行外交政策的有力工具。其中，美联社（Americal Associated Press）成立于1900年，向美国1781家报纸、6000家电台和电视台提供新闻，它有国内分社144个，国外分社93个；美国国内95%以上的报纸都是它的订户，海外订户8500家，包括112个国家和地区的近2000家报纸。合众国际社由合众社和国际新闻社于1958年合并而成，目前在美国国内有53个分社，国外有48个分社，订户约2500家，员工500人。①

互联网

美国作为互联网的鼻祖，其网络发展极为迅速，1999年默多克的新闻集团与Yahoo的合并以及2000年时代华纳与美国在线的合并意味着传统媒体和新兴媒体的融合与重组，势必对传媒业的发展产生深远的影响。②目前美国网络用户总数已突破1个亿，占全球用户总数的一半，其中家庭用户3000万，43%的美国家庭上网。2001年美国IT产业产值高达6000亿美元，占了世界IT产业产值的75%。在全球7240万个网站中，美国占了73.4%，Yahoo是目前全球访问量最大的一家网站。根据eMarketer的调查报告，2002年美国有1570万上网者付费阅读内容，总数占美国上网人口的10%，2003年付费者达2090万人，占美国上网人口的13%。③

①以上有关美国广播、电视和通讯社的资料引自刘继南、周积华等著：《国际传播与国家形象——国际关系的新视角》，北京广播学院出版社，2002年版，第145~153页。

②蔡帼芬主编：《国际传播与对外宣传》，北京广播学院出版社，2000年版，第254~261页。

③《纽约时报公司经营模式探析》（上），参见2003年12月29日的www tec119.com，中国新闻技术网。

## 二、美国媒体的特点

现代资本主义国家的大众媒体被互相依赖的各政党或利益集团所操纵，其结果是民意被人为误导和重新塑造。马克思曾经指出，在阶级社会中，新闻舆论作为上层建筑意识形态的一个重要组成部分，具有与其社会制度和意识形态密切相连的基本属性，必然反映掌握它们的利益集团及国家机器的政治利益，任何传播者都不可避免地与控制机制相联系，不受控制的传播者实际上是没有的。国家从来都是一定阶级的国家，统治阶级为了维护自己的利益，必然要将自己的意志上升为法律以及一系列的规章制度。国家通过各种意识形态工具对公民宣传统治阶级的意识形态和政治信念，在人们心灵内部构成了一种话语机制，浸染着公民的政治意识，引导着公民的政治认同。①

新闻媒体在舆论监督中出现的问题可以简单地分为两大类，一类是显而易见的、具有直接危害的，如：舆论监督过程中手段的司法化、舆论监督行为的个人化、新闻媒体侵权、偷拍偷录成风、炒作名人绯闻以及假新闻等。另一类是不易察觉的潜在问题，最典型的就是媒体的议程设置功能在新闻舆论监督过程中的显现。如美国媒体在对华报道中多倾向于报道负面事件，使舆论监督更像是“舆论揭发”，忽视了新闻媒体正面促进公共事务的舆论监督功能，这种倾向严重影响了公众对社会现实的把握，极易发生认识偏差。新闻媒体职业精神的缺失、对经济利益的过分追逐等，使媒体在舆论监督中偏离了所应承担的公共责任。新闻媒体在舆论监督中的屡屡失范，影响了其公信力

① （美）刘康：《全球化、媒体、意识形态的关系——兼论美国媒体近年来的中国报道》，收录于尹鸿、李彬主编：《全球化与大众传媒——冲突、融合与互动》，清华大学出版社，2002年版，第333~350页。

和监督职能的正常发挥。那么，谁来监督监督者呢？新闻媒体作为社会的守望者、监测者，代表公众行使舆论监督的权力，扮演监督者的角色，这对于促进社会民主，开启民众智慧，主持社会正义，维护社会秩序具有十分重要的作用，在西方甚至被认为是继立法、司法和行政权之后的“第四种权力”，由此可见其重要的地位。①因此，新闻媒体应通过为社会提供真实、客观、公正的新闻服务和信息产品，实现新闻媒体的舆论监督职能。如果监督者起不到监督的作用，或监督者的权力被滥用，对社会的正常运作绝对是有百害而无一利的。

1. 与政府和利益集团关系密切

政府与新闻媒体的关系源于“新闻自由”观念，并因政治制度而异。在民主制度的社会中，政府官员对于新闻媒体是既爱又恨，他们一方面尊重新闻自由，一方面又想保护自身的政治利益，在如此两难的情况下和矛盾的心理中，不可避免和新闻界建立了爱憎的关系；而在专制制度的社会中，政府与新闻媒体往往是主从的关系，政府官员视新闻传播媒体为政策宣传的工具。②政府与新闻媒体的关系因政治制度不同而产生的巨大差异，最终影响到了政治传播的过程、内容与结果。

首先，美国媒体不可能真正独立。美国宪法第四修正案虽赋予了美国媒体以监督政府的“第四政权”的特权，但由于与政府、国会和利益集团之间的密切关系，美国媒体在一些特定

①参见复旦大学新闻学院2003级博士生张天莉的论文：《谁来监督监督者——试析监督新闻媒体的困境与实现途径》，原文收集在复旦大学博士生论坛之“大众传媒与社会变迁”新闻学院博士生论坛论文集中。

②参见复旦大学新闻学院2002级博士生吴世家的论文：《政治传播的研究途径》，原文收集在复旦大学博士生论坛之“大众传媒与社会变迁”新闻学院博士生论坛论文集中。

问题上必须与政府保持高度一致，根本不可能有真正的独立性而言。换言之，媒体离不开政府的支持，背离既定的政治方向或不遵从政府的意愿，媒体就失去了赖以生存的基础，不可能得到所谓的新闻。例如：在美国媒体对1999年炸馆事件和2001年撞机事件的报道中，比例最高的新闻来源都是美国政府，与此同时，美国媒体却极少采用中国的新闻来源。另外，媒体与政治既相互斗争又相互利用，在矛盾对立中共存。政府官员需要通过媒体跟选民沟通，架通通向政治权力的桥梁，媒体则沦为政策制定者作秀的工具。记者和官方有一种共生关系，官方想利用记者达到自己的政治目的，记者也同样想通过与官方建立良好的关系以方便自己的工作，记者们需要依靠采访有关行政部门获得有关美国对外政策和国际事件的信息。

其次，媒体不可能完全起到监督政府的作用。媒体之所以要监督政府，是因为政府控制着社会生活的方方面面。政府在任何时候都需要有人来监督，但每个政府都喜欢遮遮掩掩和阻止公众了解有关政府行为的信息，而每个个人又都希望尽可能拥有更多的获取信息的途径，像《纽约时报》、《华盛顿邮报》、《华尔街日报》、《时代》和《新闻周刊》这样的印刷媒体以及美联社这样的世界级的大通讯社影响着新闻界的判断，他们的评论往往争相被其他记者所采用。[①]高层政府官员透露消息往往是为了制定政策或是进一步推行政策而采取的一种战略行为，许多记者都担心自己被利用，从向公众传递信息的中立记者沦为棋盘上的一粒棋子。[②]还有的政府官员会以泄露消息的方式讨

① （美）罗恩·史密斯著，李青藜译：《新闻道德评价》，新华出版社，2001年版，第260~276页。

② Eleanor Randolph, "Journalist Face Troubling Questions About Leaks from Criminal Probes", The Washington Post, august12, 1989, A.4.

某位记者的欢心，因为他们认为该记者对自己有用，而新闻单位喜好独家消息的通病和为获取好新闻而进行的激烈竞争也迫使记者甘愿受利用。[①]正如美国前助理国务卿、哈佛大学教授罗杰·希尔斯曼所言："他们想当政府的批评者，竭尽全力避免成为政府的工具，但他们明白，白宫、国会议员和行政官员在利用他们，而他们对此无能为力"。伯纳德·科恩曾在《新闻与外交政策》一书中指出："新闻越是中立，就越容易被他人利用，尤其是为政府官员们利用，这仅仅是由于这些官员在政府中的职位最终被记者们视为新闻的主要来源"。《时代》杂志驻华首席记者吉米·弗罗克鲁说："美国政府想让媒体为他们说话时，往往是把消息泄露给记者们"。赫德里克·史密斯在《权力游戏》一书中也指出："在华尔街将内部消息泄露给外人，那是一种犯罪行为，而在华盛顿，这种做法司空见惯，只是一种权力游戏。"[②]

再次，政府对舆论施加控制和新闻检查（参见表1-2)。政府直接控制媒体的手段主要有：有意发布和透露消息，隐瞒和掩盖真实消息，笼络新闻媒体，通过各种法令惩戒媒体，塑造民意等。保护言论自由的美国宪法第一修正案只提出限制国会威胁言论自由，而政府官员们却可以以国家安全的名义为欺骗和遮掩辩护，媒体自身的利益也让其保持缄默。政府可以利用新闻价值和信息来源的可信度、对机密情报的掌握和与新闻媒体的社会关系来操纵媒体，甚至以国家安全为由，控制媒体的报道。如：美国中央情报局这样的政府机构就常常利用威胁记者人身安全和广泛行贿等手段，招募国内主流报纸的记者和外

① "Lesson on Flacking for Government", *The New York Tims*, august30, 1984, B.10.

②以上言论出自刘继南、周积华等著：《国际传播与国家形象——国际关系的新视角》，北京广播学院出版社，2002年版，第358~361页。

国记者编造谎言和无中生有。在美国媒体对伊拉克战争的报道中，美国政府给新闻界规定了一条报道的底线，即未经政府和军方允许不可以报道或泄露与美国军方军事行动和战略部署有关的任何消息，一切要以捍卫美国国家利益为准则。最近曝光的驻伊拉克美英联军虐待和侮辱被俘伊拉克人的事件，据称背后也有政府和军方的默许，有关媒体是冲破了政府和军方的禁令才得以将其揭露出来的。

表1–2　政府机构对大众传媒的管辖和影响①

| 政府部门 | 主要职能和影响 |
| --- | --- |
| 规划和技术部门 | 制订传播业发展规划，提供技术支持、基础设施改善如激光排版的应用、远程传输光缆的提供、卫星技术支持等。 |
| 媒介管理部门 | 对传媒的传播活动进行管理，对传媒传播的内容进行监督和审查，控制消息发布来源。 |
| 立法和司法部门 | 依据法律对传媒进行制约和监督，依法进行审理和判决。 |
| 其他政治部门 | 决定向新闻界是否提供本部门掌握的信息、提供多少、提供给谁、何时提供。 |

行政公开的主体是政府，客体是公众，而大众媒体则是上述两者的沟通桥梁，政府的行政公开行为通过媒体实现，而公众则通过媒介了解自己关心的行政信息，实现自己的知的权利。媒体与公众一样具备知的权利，而在某些情境下，政府与媒介之间就形成了保密与揭密的关系，一方是为保持自己的权威性，避免信息披露，一方是出于社会雷达的社会功能，出于商业目的，千方百计挖掘所谓的政治秘闻。政府通过行政手段筛选媒

①刘华蓉著：《大众传媒与政治》，北京大学出版社，2001年版，第11页。

需要全本请访问 www.ertongbook.com