

美国新闻媒体的国际报道及其舆论影响

范士明

新闻媒体是美国人了解外部世界的主要渠道,也是影响美国政治的一支重要力量。无论在舆论的形成、传播,还是对舆论的控制、管理过程中,新闻媒体都发挥很大作用。因为现代新闻传媒并非仅仅传播信息,还向人们提供思维和行为模式,如通过创造“形象”暗示哪些是重要的、合乎道德规范的和可以接受的,哪些不是;媒体还提供重要的政治传播渠道,起到政治整合与同化作用。此外,在美国,传媒协助维护着一套政治准则并监督政府。对于那些人们不能亲历的事件,媒体塑造的故事和形象尤为重要。从这个角度讲,加强对美国媒体国际报道特点的认识并对其舆论影响做出进一步分析是十分必要的。

美国新闻媒体的国际报道

美国媒体的国际报道数量是否足够,质量如何?是否很好地完成了让公众知情的任务,并反映了公众舆论?外国政要,甚至美国的政府官员、社会名流乃至普通公众,常常认为媒体过于玩世不恭或注意负面报道,为媒体“打分”不高。但大部分媒介人士认为,总体来说,媒体做得相当不错,有些问题属美中不足。

美国社会学家甘斯(Herbert Gans)在研究中总结了美国媒体国际新闻报道最多的七个方面:总统和部长们出访;直接影响美国人的事件,如开战、石油禁运等;“集权国家”或前集权国家的政治军事问题;共产党或法西斯背景较强的国家的选举;导致领导人更迭的他国选举;政治冲突、政变、革命、暴力示威;严重的灾难、灾害;独裁者,特别是涉及其对持不同政见者的对待。格瑞波(Doris Graber)说,“美国电视、报纸上明显缺少的是外国普通人的普通故事”,“关于外国的报道必须采取引人入胜的形式,强调暴力、冲突、灾难、及时和新颖”,这些常导致报道缺乏连续性和深度,忽视社会经济发展问题,过分注重负面报道。她说:“没有什么新闻是好消息变成了‘好消息不是什么新闻’”(No news is good news has become good news is no news)。这

与其说是对媒体的批评,不如说是对美国式国际新闻报道的概括,其主要特点一目了然,即强调批评性和冲突性,后果是容易出现简单化和戏剧化的报道。这在美国媒体的中国报道和对华政策报道中也不例外。

美国的传媒为什么偏重负面报道?其原因既包括体制上的,也包括文化和政治上的。从体制上讲,媒体报道的简单化、戏剧化倾向首先来源于媒体要考虑吸引读者、观众,取得商业利益。相应地,对电视时间和报刊版面等因素的考虑会限制深度报道。商业化运作为媒体取材、评论的重要视角。第二,国际新闻报道的消息来源往往相似。事实上,在美国,相对只有极少数媒体拥有独立的驻外记者,而大部分对外政策报道又相当依赖政府。第三,行业内的限制,特别是所谓的“把关人”的作用。从文化上,媒体报道要遵从某些原则、套路和模式等(如“批评性”、“客观性”)。类似的新闻哲学是一国政治文化的一部分,是新闻从业者奉为圭臬的工作指南,因而“是分析美国新闻报道不能缺少甚至最重要的因素”。从政治上讲,媒体可能受到三种影响:一是国际报道“必须在美国政治的背景和文化中运作”,“要让主题与国内(问题)相关易懂”;二是记者个人的价值观念(不管是主流派的,还是“自由派”的)常常不可避免地反映在他们的报道中;三是记者也是普通人,也有喜怒哀乐,在面对涉及本国利益的冲突时,也有爱国或偏护倾向。这些,对理解美国媒体的国际报道,包括中国报道,是十分重要的。

常常有人批评美国的新闻媒体在报道中“不负责任”。媒体的报道到底应对谁负责?负什么责?这要看从什么角度回答。美国新闻从业者认为,“客观”报道是对社会最大的责任。他们常常以此反驳对媒体的批评。他们认为,媒介的工作不是使政府顺利推行政策或促进两国友好,记者就是要把客观发生的事情展现在受众面前,善善恶丑、是非曲直应让受众识别评判。如果请美国记者做“对外

友协”的工作,他们一定会暗自发笑,甚至直截了当地回答说:“阐明国家利益不是媒体的工作,媒体也没有责任造就知情的公众。媒体只是提供信息”。另外,媒体人士常常提到的另一点是,媒体要发表多样的意见,而这些意见不见得是代表媒体的。

不过,绝对的客观和平衡是不存在的。实际上,事件本身并不会说话。新闻报道本身就是一个选择、抽取过程。“作为信息的提供者,媒体不是完全中立的。每天,新闻工作者都要作出重要的选择:报道什么,忽略什么;在报道中采用什么消息源;如何处理故事——是在头版头条还是在看不见的地方;要不要有后续报道等。这些决定常常受到商业利益的驱使,也和对公众想要知道什么的判断有关。”要选择就会有标准。“特别是主流媒体,它们倾向于加强主流价值观念和权势阶层的观点。这不是因为它们听从雇主的命令,而是因为它们自己认同于那些价值观念……”一位美国记者说:“大部分新闻建立在一套给定的未经怀疑和触动的政治前提之上。驾驭大众传媒的男女们不是不偏不倚的电脑,他们有一种思维定式,在客观性的论调下面掩藏着明确的生活方式和价值观念……福利资本主义、上帝、西方(优越论)、清教主义、法治、家庭、财产、两党制,或许还有最重要的,即相信国家在使用暴力的时候只能是防御性的。我不相信哪一个白宫或电视网的分析家不相信这些观念”。

有人时而倾向于把美国新闻报道中的“利”(商业效益)和“义”(社会效益)对立起来。媒体因为抢时效、抢受众而损害报道质量的例子是有的。但是,从美国人的角度看,国际报道中的利—义关系却并非总是对立的。能够引起轰动效应的政治性报道,往往正是从正面或反面迎合、衬托了美国的价值观念的报道。只是站在他国的角度看,“利”“义”之间可能出现冲突罢了。

媒体对公众舆论的影响

很少有人怀疑媒体是否能够影响人们的看法。不过,具体到媒体在多大程度上影响人们的看法,如何影响,则众说纷纭。

首先,研究者对媒体舆论效果的认识走过了“强—弱—强”的道路。本世纪30年代对媒体效力的看法集中反映于所谓的“注射论”、“子弹论”,或曰“无限效果模式”。它认为传媒对人的影响是直接的、巨大的,受众像靶子一样,处于被动接受的地

位,只要传媒向他们“射击”,就会“中弹”^①。照这种推理,“谎言重复千遍也会变成真理”实不应被怀疑。那一时期,德国纳粹对国内宣传攻势的成功等被认为是这种理论现实上的支持。但从40年代起,对媒体影响效果的研究开始认为媒体对普通公众的直接影响是很有限的,公众并非对从媒体得到的所见所闻全盘接受。这一时期影响较大的是“两极传播”理论。它认为公众并不直接依赖媒介,而更信任舆论领袖,所以如果说媒体对公众有影响的话,大多是通过中间环节实现的,即媒体首先作用于舆论领袖,再由这些人传播给公众。因此媒介对公众的影响是两极甚至多极的传播过程。与此类似的是“社会关系传播理论”。它认为人对人的传播要比传媒对人的传播更有效,朋友、邻里、舆论领袖对公众意见的影响更大。40年代对选举的研究支持这个结论。两极传播理论往往涉及教育水平和舆论形成与传播的关系,为下文中所提到的“政党—精英模式”奠定了基础。此外,还有“有选择接受”理论。它认为受众容易接受符合自己价值观念、支持已有观点的内容,否则便对传媒持怀疑和排斥态度,结果是传媒只加强受众的原有观点而很少改变它们。这些“弱效理论”直到60年代仍占支配地位^②。上述理论均诞生在电视大规模普及以前,其中的媒体主要指报纸和广播。六七十年代,随着电视的普及程度越来越大,对媒体影响效力的研究重新出现了强效论的势头。“越战”结束和“水门事件”中新闻媒体的作用,受到了广泛的关注。冷战结束以后,技术进步和媒体的全球化更导致了出现了媒体“舆论寡头”的说法。

不过,在新强效论兴起时,争议仍然存在^③。因为不仅媒体的社会影响在增长,对媒体的利用和操纵管理(manage)也在增长,即媒体的影响力和对媒体的操纵力可能是同步发展的。这相对削弱了媒体独立的舆论作用。就是说,讨论媒体的舆论作用之一是考虑舆论源和受众对媒体的作用。一个例证是各种公共关系办公室、公关公司和新闻秘书近些年在美国的各种机构中数量大长。双向影响同时递增相对改变了对媒体社会影响的单向研究方法,使有关媒体效力和公众舆论的研究更趋复杂起来。

争议导致研究必须向更细致的方向发展。格瑞波认为,衡量媒体的影响效果不应只比较在具体细节上受众的记忆与报道的差别,即使受众不能记清细节,他们仍然可以(通过报道)意识到问题及其

国际问题

重要性。在不同情况下,对不同的人,同样的报道影响也不一样^④。她认为,媒体的影响之所以重要,不仅在于一小部分百分比往往具有很大的政治意义(如1%—2%的人也可能对选举的结果造成根本影响),还在于媒体往往影响有政策影响力的精英^⑤。

媒体常常以哪些方式影响公众舆论呢?

一个分析可以概括为“强化说”。就是说,在改变公众既成态度和行为上媒体影响较小,但媒体对于强化受众已经持有的看法时影响较大,即受众往往愿意接收符合自己逻辑的说理^⑥。进一步说,媒体的报道要考虑受众能否接受。这导致在实际操作中,媒体会带有预期,迎合它所设想的公众的喜好。

第二种分析可以概括为“累进说”。“累进说”侧重于从一个较长时间观察媒体对公众的影响,认为媒体通过评论、强调、用语和象征等反复刺激以影响公众;但这种影响仍然难以通过狭义的“科学”方法显示出来,很多媒体的效果是难以在短时间内捕捉的,而是呈累进状态(cumulative process)^⑦。

第三种分析可以概括为“戏剧说”,即媒体通过出乎意料或震撼强烈的戏剧性报道一举给受众留下深刻印象。例如,皮由中心的一项研究得出的结论是,受众对一般国际新闻不太感兴趣,说不清媒体是在引导还是在反映公众舆论,但对某些戏剧性事件或悲剧性事件的报道则对公众影响较大^⑧。

媒体与精英舆论

乔姆斯基认为,媒体为权势阶层服务的观点可能会引起不同意见,但如果说在外交政策上媒体与精英和政府间的互动大于媒体与普通公众的互动,则可以找到相当多的支持。

首先,媒体报道外交事务的信息源多为政府官员和精英;从新闻形成的角度看,外交政策方面的消息主要呈政府—精英驱动模式。媒体一般按图索骥,主要依赖官方的信息,同时寻找不同意见。当政府内部的分歧扩大,精英阶层出现冲突的时候,媒体就会提供更多的消息;反之,媒体的报道就趋向枯竭。媒体上的消息又受到政府新闻管理(news management)或公共关系的影响。

其次,政府和精英更重视媒体的报道,并试图施加影响。很多学者指出,媒体可以影响普通公众的意见,但由于公众大多数情况下不关注政治,不留意媒体上的信息,媒体对公众舆论的影响仍然有限。相比之下,媒体对于决策者、有政策影响力的人

人和关注问题的公众影响更大。因为“外交政策精英们,包括政府官员,相当依赖有影响力的媒体”,也更努力去影响媒体的报道^⑨。在媒体、公众舆论和决策者的关系中,值得注意的一点是,决策者总倾向于从媒体上寻找政策反馈,把媒体的报道等同于公众舆论,并加以利用。有人说,“官员们依赖记者和评论员,以快速了解公众的想法。结果,传媒不仅影响公众舆论,传媒在官员眼里就成了公众舆论。(一部分官员)激起公众的反应、公开民意测验、试图影响媒体上的舆论制造者,都是为了让另外一部分官员明白公众支持某项政策^⑩”。科恩也发现,媒体并不提供官员、舆论领袖和普通公众间的大循环,而主要是一个封闭的圈子,“官员们所描绘的不是大众舆论,而是在媒体透露信息后出现的来自国会、使馆区乃至媒体本身的政治反应”,官员们把这些当作公众舆论^⑪。

由于媒体被有些人包括很多政府官员认为有日益巨大的影响力,所以政府官员对媒体的利用和管理愈发加剧,影响媒体和施加压力的手段日趋复杂。“新闻管理”是一个经常看到的词汇。美国政府各部门几乎都有专门的公共关系或新闻办公室,议员则有一个或多个处理与媒体关系的助手。不管是行政还是国会,都经常向媒体散发大量资料,以影响传媒。在美国的主流新闻媒体上,经常看到政治精英或侃侃而谈,或唇枪舌剑,利用媒体推销自己的观点。

第三,主流媒体本身就常被看作是精英的一部分,而且其影响更多地是通过其他对外政策精英阶层实现的(莱斯顿就认为新闻媒介的影响经常被夸大。实际上,那种影响大多是通过间接形式——通过国会、使馆、学界——实现的^⑫)。著名记者们认为“他们的作用不仅在于叙述故事,而且在于提高公共话语的水平,或者说,改进政治阶层内的自我对话方式^⑬”。前法新社社长莫伊赛(Claude Moisy)总结说,“不管喜欢与否,有那么一个领导阶层,包括政客、官员、教育家、记者和作家等,他们在某些问题上影响公众,引导或误导公众支持政策决定。即使在大众传播的时代,日常国家对外关系在相对冷漠的公众的默许下,仍然是一小批知情的权势阶层的领地^⑭”。

需要指出的是,精英舆论和媒体的相互作用,并非与大众舆论没有关系,而是以整体的公众舆论为背景展开的。如果把媒体看作“一小撮”人的工具,又过于简单。

总之,美国公众对对外事务的了解主要是通过媒体完成的。新闻报道是公众形成看法的重要环节。但由于新闻哲学、媒体商业运作、价值观念和利益的影响,美国媒体的国际报道尚存在难以克服的问题。媒体强调客观性并不能排除其倾向性。媒体可以通过大规模报道“激活”某一问题上潜在的公众舆论,还常常通过强化受众头脑中已有的(乐于接收的)形象,或通过累进或者戏剧化的报道,影响公众的态度。媒体的选择和象征是造成影响的主要手段。此外,在缺少重大戏剧性事件的情况下,媒体的影响更可能是累进完成的。媒体与不同层次的公众发生作用的方式有所不同,在国际事务上,媒体尤其与精英人士存在较多的联系和相互影响。更复杂的是,媒体与其报道对象和受众是相互影响的。就是说,在考虑媒体对别人的影响时,也要考虑它还可能被利用或迎合公众,特别不应忽视精英人士利用传媒和媒体迎合公众的一面。这在一定程度上削弱了媒体对舆论的影响力。媒体是塑造舆论的因素之一,但媒体也受到精英和普通公众的影响,它单独决定公众舆论的说法缺乏令人信服的依据。

注释:

根据 70 年代后美国有关机构进行的调查,电视、报纸、广播、杂志一直是美国人外交政策信息的主要来源。参见 CCFR: American People and Foreign Policy, 1983, p. 34.

最新的数据可参见 Pew Center for the People and the Press 的报告: The People, the Press & Their Leaders, 1995, p. 7 - 16; Fewer Favor Media Scrutiny of Political Leaders, 1997, p. 1 - 8; Washington Leaders Wary of Public Opinion, 1998, p. 4.

Graber: Mass Media and American Politics (fourth edition), Washington DC: CQ Press, 1997, p. 375 - 376, p. 376 - 377, p. 385 - 387.

媒体国际报道受到的机制上的限制,参见 Hilsman, 前引书, p. 253 - 254; David Newsom: The Public Demonstration of Foreign Policy, Indiana Univ. Press, 1996, p. 60 - 65.

参见 The Freedom Forum: The Media and Foreign Policy in the post Cold War World, 1993, p. 21; Graber, 前引书, p. 369.

Robert Batscha(纽约广播电视博物馆馆长), in Freedom Forum, 前引文。

Philip Seib: Headline Diplomacy: How News Coverage Affects Foreign Policy, CT: Praeger, 1997, p. 142 - 143.

Grossman, 前引书, p. 82.

①张隆栋主编:《大众传播学总论》中国人民大学出版社 1993 年版第 20 - 22, 第 154 - 158 页。

②关于媒体效果研究的发展,参见刘有源《美国新闻事业概览》人民日报出版社 1984 年版第 138 - 147 页。Graber, 前引书第 12 - 14 页。

③James Reston 在 1966 年 The Artillery of the Press 中谈到,有很多人指出,媒体只是在精英舆论和政府中出现了明显不同意见时才转而加入了反对越战的行列。从这点上看,媒体是在跟从精英舆论,而在此例中,精英舆论又转变在公众舆论之后。Lee, p. 20. Dancil C. Hallin, The "Uncensored War": the Media and Vietnam, 1986. 另见 Noam Chomsky: Manufacturing Consent. Osman Mohammed Araby 在研究美国媒体与其中东政策时也有类似结论(Lee, p. 300, 注 46)。

④⑤⑥Graber: Mass Media and American Politics, p. 236, p. 18 - 19, p. 391.

⑦Lang & Lang: The Battle for Public Opinion: The President, The Press, and the Polls during Watergate, New York: Columbia Univ. Press, 1983, p. 3, 参见 Maxine, 前引论文, p. 91.

⑧参见 Time Mirror Center for the People and the Press: a Content Analysis.

⑨Graber, 前引论文, p. 362; 另见 John Zaller, chapter 9, in Taken by Storm.

⑩Sigal, 转引自 Maxine Isaacs: The Independent American Public, p. 128.

⑪Bernard Cohen: the Public Impact on Foreign Policy, NY: University Press of America, 1983, p. 111 - 112.

⑫见 James Reston, 前引书, p. 116.

⑬Jay Rosen & Paul Taylor: The New News vs the Old News — the Press and Politics in the 1990s, p. 38.

⑭Claude Moisy: The Foreign News Flow in the Information Age, Discussion Paper, Shorestein Center.

【作者单位】北京大学国际关系学院。