

美国媒体对“ '99 财富论坛 ”的报道

范士明

“ '99 财富论坛 ”是最近国人也是新闻媒体关注的事情之一。据悉,报名采访此次会议的中外记者约有 600 人,可谓不少。这为进行媒体分析提供了一个素材。本文希望借此机会比较中外新闻机构特别是中美媒体对本次会议的报道,进而说明两者间在新闻哲学、价值观念等方面的差异。本文中中国新闻机构对“ '99 财富论坛 ”的报道选自新华社网页中的“ 财富论坛 ”专题,并被笔者视为具有足够代表性。外国新闻媒体选取的《纽约时报》、《华盛顿邮报》、美联社以及美国四大电视网(ABC、CBS、NBC、CNN),也被视为有足够代表性。选取时段为“ '99 财富论坛 ”进行的前后共 5 天(9 月 26 日至 9 月 30 日)。外文资料来源于著名的在线资料库 Lexis-Nexis Academic Universe 和 Yahoo,以主题词 Fortune Global Forum(财富全球论坛)搜索得到。

总体报道情况

中国新华社在“ 财富论坛 ”专题中集中了 86 篇关于本次全球财富论坛的报道。本文大致把这些报道按内容划分为一般消息(30 篇)、背景报道(4 篇)、人物和企业访谈(24 篇)、表现中国希望和商机的报道(10 篇)、启示类(14 篇)、花絮(4 篇)(见附一)。应该说,中国媒体在此事件上倾注的热情是显而易见的。

在采集外国媒体对“ '99 财富论坛 ”的报道时,笔者发现,外国媒体的报道远远少于中国媒体的报道。在 Lexis-Nexis 中,美联社居然只有 1 篇,《纽约时报》也是 1 篇,《华盛顿邮报》1 篇,CNN 脚本稿(transcripts) 6 篇,其他三大电视网干脆没有;通过在 Yahoo 里的补充,美联社为 3 篇(其中 1 篇与 Lexis-Nexis 中收集的一样)(见附二)。据笔者所知,CNN 的亚洲版对此次“ 财富论坛 ”还是倾注了很大热情的。他们在上海建立了临时演播室,派来了多位著名记者和主持人。但由于“ 财富论坛 ”主办者时代-华纳集团是 CNN 的母公司,他们的老板驾到,所以只能算是特例,而其他美国主流媒体对这项活动的“ 冷淡 ”则是显而易见的。相比之下,据初步计算,法新社在统计时段内发出报道 15 篇,路透社 14 篇。

美国媒体的报道不仅在中国人看来不热情,而且更不友好。这可以从美国媒体所发稿件的标题中充分体现出来。除了 CNN 以外,其他媒体均使用了冲突性较强的词汇,如辩护、冒犯、守势、紧张、矛盾等,而且它们的报道用人权、政治、新闻自由等西方乐见的主题冲淡本应是以经济内容为中心的报道。在报道内容里,他们夸大某些中国人认为的“ 枝节小事 ”,如禁发新的一期《时代》周刊,并自然而然地把一些普通中国人看来毫不相干的事情——如 '89 政治风波、民族主义等——与“ 财富论坛 ”扯在一起。总之,数量的“ 少 ”表明美

国媒体对“财富论坛”在中国举行缺乏热度,而质量的“偏”表明它们仍有敌意。

“好消息不是新闻”

为什么美国媒体对“'99 财富论坛”报道如此不热烈、不友好?一个解释是,在美国的新闻从业人员中,奉行这样一句新闻哲学,叫做“好消息不是新闻”(Good news is no news)——它把美国的新闻学院常常教授的一句话“没有一条新闻是完美的新闻”(No news is good news)完全唱反了。一般来说,在大多数美国记者的眼里,缺少了冲突、灾难、戏剧性和可批评的东西的事情(events)是缺少新闻价值、不值得大肆报道的。换句话说,如果本次“财富论坛”飞机失了事,大人物吵了架,或者有人在会场外面示了威,美国媒体多半是会报道的;但如果会议举行得多成功,中国的投资环境以后会多好,美国媒体的兴趣就不大。这不能只责怪美国记者和媒体,因为对此负责的是美国的主流政治文化,而那又不是媒体、记者、甚至也不是这一代人能说了算的。

美国的政治文化之一是提倡“言论自由”、“多种声音”。媒体在其中扮演“看门狗”(watchdog)的角色,特别是监测政府和社会可能出现的危险、错误。它们被称为“第四权力”。中国的新闻教科书明确承认“新闻是有阶级性的”,“媒体是党和政府的喉舌”;但美国记者最怕的事之一恐怕就是别人说他的报道“符合政府的路线、方针、政策”。中国的媒体注重社会、政治责任,美国媒体强调报道自由;中国新闻理论注重媒体宣传、组织、教育、发动的功能;美国则强调批评、监督。这是两种完全不同的新闻哲学。

美国新闻界人士自认为是公众的耳目,是政府、权威的监督者和反对派。美国新闻从业者常挂在嘴边的话是“我们的工作仅仅是告知”(Our job is just to inform)。也就是说,负面报道是否会干扰政府工作,影响社会稳定,引起两国冲突都不关媒体的事。他们对媒体不负责任的批评不以为然,并展开辩论。这在实

践中导致媒体假设:a. 政府是容易犯错误的和容易腐化的;b. 对政府官员和政策经常采取批评性的态度而不是支持解释性的态度。虽然实际上美国主流媒体不可能脱离精英政治,和政府也有千丝万缕的联系,可是它们常常以“道德警察”或“道德法官”的面目出现。这种新闻哲学自然也和它们一起来到世界各地。美国记者还希望别国也接受这些“圭臬”。媒体关注负面消息还有一个人所尽知的原因,就是美国的传媒是高度商业化的,而媒体假设负面的、冲突性的、批评性的消息更能吸引受众从而赚钱。“'99 财富论坛”是以经济为主的,又以“中国未来 50 年”为题,而曾经有人指出:美国媒体对经济社会发展特别是发展中国家的经济社会发展一般缺少兴趣。换句话说,如果这不是美国大跨国公司云集的会议,不是关于中国这样一个和美国有相当利害关系的大国,连目前的报道都不会有了。

不同的“政治化”

美国媒体是如何报道此次“财富论坛”的?笔者的结论是,不仅具有批评性,而且相当政治化,这种政治化与中国媒体的政治化既有不同之处,也有相同之处。不同之处在于政治思想和政治目的,相同之处在于两者在各自的国家都寻求“政治上正确”。

中国媒体按照中国的新闻哲学进行报道。在大量的、甚至有时让人看上去有点“含金量”不高的消息(如花絮)后面,或明或暗成功地传达了这样一些信息:“财富论坛”顺利进行表明中国社会运转是高效稳定的;中国的改革开放政策是成功的并仍将继续;中国目前所走的道路是正确的,国际投资者对中国前景充满信心……中国的媒体虽然在一部分报道中指出了中国企业与世界一流企业相比的差距和不足,但体现的是忧患意识,是建设性的批评和正面的鼓励。所以从政治上说,中国媒体完成了任务。

美国主流媒体对这次“财富论坛”的报道也可以说是高度政治化的。这种政治化不是

政府或老板规定的,但深植于他们的潜意识中。首先,它们是从政治的角度而不是从经济的角度来报道此次会议的。它们没有把重点放在对中国投资环境和经济发展的分析上,相反对《时代》周刊被暂禁一事大肆渲染。在美联社的3篇文章中,人权、法轮功等都被拉了进来。《华盛顿邮报》则借题发挥,突出中国的经济改革和政治体制的“矛盾”。其次,美国媒体的报道具有明确的政治取向。这主要体现在他们对共产党政府能否做好事总是持极端怀疑态度。只要是跟社会主义联系在一起,他们就要批。他们用西方的价值观念衡量中国的事物,所以总是在人权、民主上做文字游戏。从这点上说,他们的国际报道在美国基本上是“政治上正确的”。如果说中国的政治稳定、经济发展、前景光明,这样一种“社会主义也会给人民带来美好前景”的逻辑显然会偏离西方社会根深蒂固的一些政治信念,从而不能自圆其说,失去“政治正确性”。

在新闻哲学以外

从国际政治的角度看,美国主流媒体对“99财富论坛”的报道之所以不热情、不友好,除了上述新闻哲学上的原因外,还有两个不可回避的因素。

一是美国的国内因素。美国媒体是在“为美国报道中国”。这个说法不是说美国的媒体有意服务于政府,而是说媒体的国际报道是从美国的价值观念出发,面向美国受众的。新闻“要与美国人的兴趣或美国的利益相关,具有和(美国)国内新闻一样的主题和题目,还要用美国的价值观念破解”。美国记者拒绝承认自己的报道受华盛顿政治气氛的摆布,不过他们还是说,如果国会有人指责中国向美国民主党非法捐款,记者就会对此刨根问底去做一番报道。“财富论坛”和其主题“中国未来50年”在美国记者来看可能不是美国公众感兴趣或需要知道的消息,国会也没有就此展开调查辩论,所以媒体是不会大加报道的。而在美国国内引起轩然大波的“李文和间谍案”,不管是

否查有实证,都在美主流媒体上得到了充分反映。美国媒体的中国报道不仅受到国内受众需要、政治气氛的影响,还受到编辑偏好的影响。有些标题是编辑加上去的,非记者本意。如果当年亨利·鲁斯和白修德的分道扬镳不容否认,今天美国编辑老板对记者的制约也难以让人相信不存在了。

二是中美两国现实存在的利益冲突。笔者认为,90年代以来,美国媒体的确渲染了中美两国的利益冲突,但首先是因为两国间的确存在利益冲突。媒体的力量不在于说谎,而在于选择。美国媒体主要选择了两国间问题和冲突的方面。中美两国的利益冲突在冷战结束后至少有四个方面:(1)价值观念和意识形态的冲突。中国坚持共产党领导和社会主义,在人权民主方面坚持有中国特色的见解,这些在美国人看来不可接受。这些冲突不是发展经济关系能解决得了的。(2)两国在世界秩序上的冲突。美国坚持下个世纪仍要是“美国统治下的和平”,美国要领导世界并推行美国的“规则”;中国主张世界多极化,反对霸权主义,持续壮大国力,坚持“主权”论。(3)经济利益的冲突。全球化的经济不是利益均沾的游戏,利益分配有多有少、有得有失,中美经济关系也一样,这突出体现在中国加入世贸组织的谈判中。(4)中美安全冲突。美国对中国军事力量的增长忐忑不安,视中国为潜在威胁。另一方面,美国插手台湾、西藏和南中国海问题,对中国的政治安全和领土完整构成现实威胁。所有这些方面,在美国主流媒体的报道中都有大量的反映。如果两国关系处于变幻莫测的调整期,充满了机遇但也面对冲突,这种状况就会难以避免地在新闻报道中反映出来。

能否改变?

美国媒体对中国的报道状况是否可以改变?笔者认为取决于三个因素:(1)美国的新闻哲学发生改变;(2)中国的政治观念和政治体制发生改变;(3)中美两国由于重大国际事件的发生产生决定性的利益重合(像1941年

日本袭击珍珠港)。在可预见的将来,这些变化不会产生。因此,本文的结论是,在发生上述任何一种变化以前,美国媒体对中国的报道主调不可能有实质性改变。两国领导人的互访伴随的 Media management 只会在短期营造部分的氛围。

但是,这并不表示中国有关方面在赢得更有利的报道和改善中国形象上就无所作为。因为中国的形象最终靠自己而不是靠美国媒体塑造。首先,“身正不怕影子歪”,中国可以泰然自若地对待现有的报道。中国在发展,正走在有中国特色的改革开放的道路上。我们何妨把恶意当善意,对有些报道本着“有则改之,无则加勉”的态度,作为改进工作的动力。第二,有关部门可以为在中国内地记者的工作创造更有利的条件,以赢得更平衡、客观、建设性的对中国内地的报道。中国无意去讨好和迎合外国记者,但应该让他们有更多更好的“消息源”,听到国内各方面特别是专家学者的声音,用自己的多元化回应对方的多元化。第三,对于像“孤儿院事件”一类的不实之词,要坚决回击,摆清事实,讨回公道。对于中国的传统文化和价值观念,要理直气壮地维护,以保持民族的文化认同感和自豪感。别人尊重我们的条件是我们首先尊重自己。做到了这些,即使我们不能扭转美国媒体的报道偏好,也可以心安理得。

附一:

- 一般消息: * 江泽民:在“99《财富》全球论坛·上海”开幕晚宴上的讲话
- * 江泽民会见基辛格
 - * 江泽民会见跨国企业家代表
 - * 江泽民会见时代华纳集团代表
 - * 江主席同外宾观看焰火晚会
 - * 江泽民将出席财富论坛
 - * 章启月说,中国政府非常重视“财富”全球论坛上海年会
 - * 《财富》论坛年会有关会议上海经济情况介绍会上午召开
 - * 朵朵礼花绽放,浦江夜空灿烂——《财富》论坛·上海年会焰火晚会侧记
 - * 99《财富》全球论坛在上海闭幕

- * 99《财富》论坛年会第二天纪实
 - * 李光耀说:50年后中国将成为世界经济强国
 - * 曾培炎在《财富》年会上说——中国今后必将更加开放
 - * 徐匡迪设宴欢迎九九《财富》全球论坛年会代表
 - * 徐匡迪会见出席年会贵宾
 - * 《财富》论坛揭开中国主题 信息圆桌会议上展开广泛交流
 - * 中国热情迎接《财富》全球论坛上海会议
 - * 九九《财富》全球论坛上海年会排定议程
 - * “《财富》全球论坛”今在沪开幕 上海万事俱备喜迎海内外嘉宾
 - * 《财富》论坛代表参观上海闵行开发区
 - * 九九《财富》全球论坛上海年会排定议程
 - * 《财富》年会首架公务机飞抵浦东
 - * 赵启正赞扬 99《财富》论坛上海年会取得良好效果
 - * 世界 500 强有 62 家落户 天津投资说明会今举行
 - * 世界 500 强企业中有 62 家在天津投资
 - * 硅谷企业家成了香饽饽 昨中外企业合作洽谈会大“爆棚”
 - * 两家文化企业亮相《财富》论坛
 - * 回首《财富》
 - * 在华侨公开选秀
 - * “中国欢迎你们”
- 背景报道: * 新闻资料:《财富》全球论坛及《财富》杂志
- * 《财富》与 500 强由来
 - * 最新全球 500 强名录
 - * “财富”怎样评出 500 强的

人物企业访谈: * 基辛格妙语问答

- * 基辛格看中美关系
- * 基辛格《财富》论坛答问录 中国的开放超过了过去 200 年
- * 基辛格说:美中保持合作对各方都有利
- * 上海:向世界展示开放的中国——“99《财富》全球论坛年会”前夕访上海市市长徐匡迪
- * “让跨国公司的老总了解迅速发展中的中国”——访《财富》全球论坛会议组织总裁倪德瀚
- * TCL 对话爱立信——两巨头对话妙语连珠
- * 《财富》论坛上的中国省长市长
- * 海尔高速发展“秘诀”引起《财富》全球论坛与会者浓厚兴趣
- * “十五年时间进入世界五百强”——访中国三九企业集团总裁赵新先
- * 走近电信巨人——访诺基亚公司董事长
- * 青岛海尔集团总裁张瑞敏——与 500 强比肩不遥远

- * 长虹向何处去
 - * 春兰在干什么
 - * 德意志银行领先全能银行
 - * 《财富》论坛 中国未来 50 年 福特:在寻找项目的新长征路上
 - * 《财富》论坛盛况非凡 广东九家企业实力雄厚列席会议
 - * 联信的企业买卖经
 - * 美林:转轨在线引发业界地震
 - * 实达:做有文化的企业 企业不能盲目追求规模
 - * 用友现在不想五百强 五百强是个高目标
 - * 互联网开创新纪元:中国“人的现代化”搜狐总裁张朝阳将在 '99《财富》全球论坛上的演讲
 - * 中粮公司:到世界上二次创业
 - * 与国际大亨“侃”生意经
- 中国希望与商机: * 世界看好中国——写在《财富》论坛闭幕之际
- * 跨国公司首脑畅谈在华投资成功秘诀
 - * 世界娱乐巨头寻求在华合作机会
 - * 商界巨人共同关注 未来中国无限商机
 - * 上海九九财富全球论坛盖洛普公布最新调查结果中国正向山顶迈进
 - * 《财富》论坛与会者认为:中国有能力实现经济持续发展
 - * 新闻综述:中国将是下世纪跨国公司角逐的重要舞台
 - * 未来 20 年中国市场最有希望
 - * 上海:值得五百强瞩目的地方
 - * 《财富》全球论坛“在上海聚会是个好主意”

- 启示类: * 新闻综述:中国企业瞄准世界五百强
- * 经济学家认为中国应加速国有企业改革
 - * 中国报业集团迅速崛起
 - * 中国:拿什么为“经济奥运”搭台
 - * 世界五百强的启示——写在 99《财富》论坛开幕之际
 - * “新经济”的启示
 - * 在他们的领导下——从企业领导人看全球 500 强
 - * 国产手机有生存空间
 - * 巨人是如何产生的
 - * 中国企业人格何时才能国际化

- * 全球 500 意味财富
 - * 世界通信与中国的脚步
 - * 中国银行业迈向全球 500 强步伐沉重
 - * 《财富》带来了财富——会展旅游大有可为浅析
- 花絮: * 参加财富年会的洋太太起早逛街
- * '99《财富》论坛年会接待硬件硬 高级商务车随时恭候
 - * 巨富掷千金,酒店笑开颜
 - * 世界名人聚集“财富论坛” 上海总统套房供不应求

附二:

美国媒体对“'99 财富论坛”的报道

美联社:江在大公司领导人面前为中国的人权辩护 (Jiang Defends China's human rights to corporate leaders)

威尔康公司的雷石东说:新闻不可冒犯外国政府 (Viacom's Redstone: Journalism should not offend foreign governments)

当中国庆祝共产党胜利的时候,其领导人采取守势 (As China celebrates communism's triumph, its leaders are on the defensive)

《纽约时报》:中国款待资本家,不过气氛紧张 (China Fetes Capitalists, but the Air is Tense)

《华盛顿邮报》:中国的两个城市,欢庆中的矛盾:上海为现代经济干杯,北京则为党的权力 (In 2 Chinese Cities, Celebration and Contradiction: Shanghai Toasts Modern Economy, Beijing Party Power)

CNN:波音总裁 Phil Condit 说:将中国包含进世贸组织从长期来讲是必需的 (Boeing Chairman Phil Condit: China's Inclusion in the WTO a long-term Necessity)

采访波音总裁 (Interview, Boeing Chairman, CNNfn, Phil Condit)

洛克维尔的首席执行官说:与中国的贸易谈判受阻令人失望 (Rockwell International CEO: Stalled Trade Talks with China 'very disappointing')

基辛格说:北京加入世贸的申请应该也会有所突破 (Kissinger: 'A Breakthrough Should be Achieved and will be Achieved' on Beijing's Bid to Join WTO)

江泽民主席说中国的经济改革会继续 (President Jiang Zemin Signals China's Economic Reform Program to Continue)

采访亨利·基辛格 (Interview, Henry Kissinger, CNNfn)

(下转第 25 页)

主的鼓励和支持而停止制作描写工人阶级生活的电视剧目。这并非由于这些电视剧不受欢迎(实际上,他们有很高的收视率),而是由于广告主认为这类节目不能为宣传他们的产品提供合适的背景。^⑩在这种情况下,西方媒介产品便越来越走向贵族化,按年轻、富裕受众的口味设计,却忽视了贫困、上年岁的受众的心理欲求。而回顾从前,在尚未进入媒介工业化时期,几乎每个人都可以在意见自由市场中占有一席之地,因为公众的影响力往往可以决定媒介的生存。但是,随着市场化的逐步深入,随着商业逻辑的侵袭,这一切已如梦幻般破灭。许多弱势群体其实已经被边缘化了,换言之,他们实际上处于失去了自己话语权的状况。

受众的媒介接触机会也同样表明所谓的选择是在有钱基础上的选择。只有出得起高价,买得起各种设备,付得起各种费用的受众才会有“上帝”的感觉。1978年,CNN创始人特纳向广告商推销他的新有线电视频道时振振有词地说:“我们并不把贫民窟连上”。确实,媒介在确定目标受众时已经有意识地把不具有购买力的弱势群体排除在外了。

看来,西方媒介在市场的利诱下,已从“守门人”(gatekeeper)变成了市场口味的追逐者。在不受社会制约、公众监督的情况下,西方媒介能给受众提供多少真实客观的信息?他们总不至于希望那个“黄色新闻”时代卷土重来吧?

注 释:

赵月枝:《公众利益、民主与欧美广播电视的市场》,《新闻与传播研究》,1998年第2期,第35页。

James Curran:《大众媒体与民主》,《大众媒介与社会》,台湾五南图书出版公司,1998年版,第120页。

转引自钟以谦:《电视观众哪儿去了?》,《中国记者》,1999年第1期,第5页。

赵月枝:《公众利益、民主与欧美广播电视的市场》,《新闻与传播研究》,1998年第2期,第37页。

转引自杨淑娟、莫乃健:《娱乐,严肃的大生意》,《参考消息》,1999年9月3日。

周宪:《文化工业—公共领域—收视率》,《国外社会科学》,1999年第2期,第73页。

彼得·凯恩:《美国新闻界十个令人不安的倾向》,《国际新闻界》,1996年第3期,第49页。

转引自邵培仁:《预警·审判·挽歌——评布热津斯基的媒介失控论》,《国际新闻界》,1996年第5期,第49页。

James Curran:《大众媒体与民主》,《大众媒介与社会》,台湾五南图书出版公司,1998年版,第120页。

^⑩戴维·巴特勒:《媒介社会学》,社会科学文献出版社,1989年版,第60页。

(作者单位:暨南大学新闻传播系)

(上接第13页)

注 释:

参见附一

参见附二

Doris Graber:Mass Media and American Politics (fourth edition), Washington: CQ Press, 1997, P375 - 376.

参见张隆栋:《大众传播学总论》,中国人民

大学出版社,1993,P11,P42,P47。

参见附二

参见 Hebert Gans:Deciding What 's News,New York:Pantheon,1979,p37.

美国记者在北大座谈时的发言

(作者单位:北京大学国际关系学院)