

从2008年涉华报道谈美国媒体功能定位与观念霸权

祁昊天

内容摘要：美国媒体涉华报道始终是中国政策界、学术界以及大众话题中的热点问题。过去的2008年，更是见证了大洋两岸、针对美国媒体报道的舆论战与公关战。尤其重要的是，2008年集中体现了海外华人社群的潜在动员力、现有缺陷、进步趋势，以及以此为代表的未来大国外交、对外公关和国民心态发展的方向。本文认为，随着中美两国相对实力地位的不断变迁、信息时代中美关系的社会化和多层化，针对美国媒体涉华报道的种种互动或交锋会越来越频繁，其影响也会愈加广泛。从美国媒体在其社会、政治中的功能定位入手，本文试图探讨美国媒体涉华报道种种现象背后的潜在作用机制。本文认为，美国媒体在美国社会、政治中，并非如其宣传所言是“中立、多元、公正”声音的捍卫者，而是实际扮演了美国政治精英链条的代言人，维护和巩固了其大舆论中所既有的观念霸权。¹

关键词：美国媒体 涉华报道 观念霸权 精英政治

2008年美国媒体涉华报道中所存在的负面性和不公正性在华人圈中引发了很大的波澜。本文将以此为起点讨论媒体在美国社会中所扮演的角色。本文认为，相较于维持多元舆论体系和扮演独立监督人的角色，美国媒体实质上推动和体现了美国观念霸权的建立。2008年涉华报道中的种种误导与偏见是其中的一个例子。

祁昊天 美国宾夕法尼亚大学政治系博士生。

1 需要澄清的一点是，本文并不认为美国媒体在具体机制设置方面体现了美国政治体系的“宣传工具”角色。其“代言人”的身份是一种“实质”状态，而非“现实”状态。笔者水平有限，窃以为在区分“实质”和“现实”两种状态的逻辑差别方面，英文中所借用的两个拉丁词“de jure”与“de facto”在语义和逻辑方面更显精准。美国媒体的功能定位是一种“de facto”而非“de jure”的观念霸权支柱。

本文并不试图对过去一年美国媒体涉华报道进行全面综述。文章第一部分基于2008年的情况简要概括美国媒体对华报道中存在的偏见、误导和不公正。第二部分对美国媒体的定位进行初步讨论。第三、四、五部分结合观念霸权的现象以及媒体在美国政治社会精英链条中的地位和作用,详细探讨美国媒体在美国社会中所扮演的角色。在理论部分的讨论结束后,第六部分将集中探讨美国媒体在涉外报道中存在的问题。总结部分将针对美国媒体的功能定位提出一些看待和应对美国涉华报道的意见。

一、美国媒体涉华报道:负面报道与误导

2008年对于中国来说是一个多事之年,同样是美国媒体涉华报道非常集中的一年。美国媒体这一年的涉华报道充分体现了其所标榜的开放、多元、客观、公正假象背后的误导与偏见。

这其中最为人所熟知的当属西藏暴乱前后美国媒体的新闻真实性问题以及媒体评论员对中国政府及中国人所使用的侮辱性言辞。但是,除了这类较为明显的负面、不公正报道事例以外,美国媒体在涉华报道中还使用了非常多隐晦的误导技巧。由于媒体的公开立场被隐藏了起来,这些技巧往往更加有效地对中国形象产生了负面影响。这里仅列举一些较有代表性的新闻处理方式。

偷换概念和标题的使用是一项常用的手段。例如,在伦敦火炬传递发生冲突之后,中国驻英大使傅莹投书英国《每日电讯报》,以非常温和的姿态向外国公众解释西方媒体的不公正报道在中国青年人当中所造成的负面影响,及其对未来中西方交流所埋下的隐患。¹然而,《每日电讯报》却莫名其妙地用“中国大使称:西方妖魔化中国”为文章标题。一夜之间美国的主要新闻媒体纷纷转载这一文章。但后者并未对英国人明显的误导性标题给予纠正。对于很大一部分美国读者而言,仔细品评每一篇新闻报道是不可能的事情。因此可想而知,这样“偷梁换柱”式的操作标题对中方此次国际公关举措的效果会起到怎样的负面影响。

另一个常被美国媒体使用的隐晦技巧是在受访者的对等性上做文章。例如,在留美中国学生学者大规模示威活动期间,美国的各大媒体均对这些活动进行了不同程度的跟踪报道。然而很多报道所选登的维护中国立场的受访言论明显在身份和说服力上没有其反方的站得住脚,最具代表性的便是将一个愤怒的、明显带有情绪的中国留学生的观点与一个冷静的美国学者的观点进行对比。美国媒体在

2008年美国媒体的涉华报道充分体现了其所标榜的开放、多元、客观、公正假象背后的误导与偏见。

1 傅莹大使的原文,见:“Chinese Ambassador Fu Ying: Western Media Has ‘Demonised’ China,” <http://www.telegraph.co.uk/comment/3557186/Chinese-ambassador-Fu-Ying-Western-media-has-‘demonised’-China.html>。

这类报道中往往没有必要明确其立场（即维护表面的中立）。而其选材本身却会使读者对报道中受访各方观点的判断建立在不对等的基础之上。

隐晦技巧的再一个例子是不完全信息。很多美国媒体的涉华报道在争议性问题上往往选择提供那些支持美国国内既存偏见的信息，而忽略一些可能的替代解释。这一点在“中国制造”的质量问题上体现得最为明显。绝大多数美国媒体的报道一再将产品质量问题归咎于中国政府、体制问题，甚至暗示中国人的道德问题。但绝少有美国媒体在中国被批评的高峰期提出这样的问题：“那些在中国设厂的美国或其他西方厂商在产品质量问题上应负怎样的责任？”

与此相关的另一个误导方式是整体新闻报道题材的选取。即使单一事件的真实性和客观性能够在媒体报道中得到保证，被报道个体（如中国）在媒体中的整体形象也未必能够得到真实与客观地体现。美国涉华报道主要领域集中于经济、社会与政治议题。以2008年为例，其中经济问题较集中于中国股市、人民币汇率、外汇储备、中美贸易争端、中国并购美国企业、中国宏观经济分析及市场走向等问题；社会问题主要集中在食品安全、钉子户、环境问题、艾滋病问题、计划生育问题、人口老龄化、人口性别比例失衡等方面；而政治议题则以苏丹达尔富尔问题、自由与人权、新疆西藏及海峡两岸关系问题为主。¹ 在美国的媒体中，以上的大多数问题都以负面或争议性新闻为主得以呈现。在这一基础上，即使个体事件报道的真实性或客观性得到保证，作为被报道个体的中国，其形象已经被打上了负面的烙印。

然而从2008年的情况来看，美国媒体对于中国事务的报道却依然在很大程度上沉浸在对过去的想象中。

中国在快速地改变。市场经济的深化使得政府—社会—个人的关系更加错综复杂；网络、通信技术的发展使得公民社会得以在虚拟空间中建立，并将其影响投射到现实世界；大中城市百姓收入水平的提高、技术手段的发展等因素又使得中国城市公民对于外面世界的认识更趋于全面和立体。同样的，中美之间的关系也在不断地复杂化。然而从2008年的情况来看，美国媒体对于中国事务的报道却依然在很大程度上沉浸在对过去的想象中。

自20世纪90年代以来，负面性和偏见性在美国媒体涉华报道中并非什么新鲜事。² 而2008年的特殊性在于，中国国内和海外的华人民间力量第一次大规模地自发进行了动员，针对美国媒体的负面和偏见性报道进行了长时间的斗争。因此，从公民自发参与、争取话语权的角度而言，2008年是中国应对美国公众舆论

1 周宁：“美国四大日报涉华报道分析”，载《新闻记者》，2007年，第11期。

2 在传媒、美国研究、中美关系等领域有着很多关于美国媒体涉华负面报道的研究。如，范士明：“美国媒体敌视中国的原因”，《国际政治研究》，1997年，第3期，第45—50页；黄爱萍，李希光：《影响美国媒体如何报道中国的主要因素》，《中国记者》，2002年，第3期，第45—46页；李希光，刘康：《美国媒体新闻的选择性》等。

的一个分水岭。随着中国国力的增长、参与国际事务维度和深度的增加,如何与美国的公众舆论打交道将越来越成为一个重要的课题。而为了更好地理解美国公众舆论的功能定位,有必要将眼光超越2008年美国媒体涉华报道这一局限性的课题。

从公民自发参与、争取话语权的角度而言,2008年是中国应对美国公众舆论的一个分水岭。

二、美国媒体的定位

本文所考察的对象为美国主流媒体,其中以新闻媒体为主。对于何谓“美国主流媒体”,并没有统一的界定。笔者倾向于采用多数学者使用的罗列法:四大美国全国电视网(ABC、NBC、CBS、CNN)以及若干影响较大的全国、地区性报纸及期刊如《纽约时报》、《华盛顿邮报》、《洛杉矶时报》、《华尔街日报》、《时代周刊》、《新闻周刊》、《美国新闻与世界报道》等。

关于美国新闻媒体报道的根本特征及其在社会中的作用,主要有以下四派观点。这些观点的差异建立在对媒体独立性和公平性两个维度的不同观察之上。

第一,理想主义观点

理想主义观点认为美国媒体基本是独立、客观、公平的。在一般情况下,媒体客观而公正地对新闻事件予以报道并准确描述事实真相。作为该观点的一个引申论点,媒体对于政府、企业等掌握资源和权力的社会组织机构抱有高度的批判性和监督性。该观点强调媒体的独立性、中立性,并且间接强调了媒体推进社会公益的良知。美国媒体圈内部主要支持这一观点。

第二,意识形态偏见

第二类观点同样强调媒体的独立性,但在中立性的问题上持怀疑态度,即所有媒体都带有一定程度的意识形态偏见。这类观点的典型代表是“自由主义偏见”论。该理论认为美国大多数主流媒体均带有明显的自由主义色彩。尤其在涉及美国国内事务方面,相较于保守主义,自由主义媒体被认为居强势地位。

第三,负面报道本能

与第二类观点类似,第三种观点同样不否认美国媒体的独立性,并质疑其中立性。与第二类观点不同的是,美国媒体偏见的主要原因在于其新闻报道的负面本能。从市场供求角度来说,负面本能体现了媒体的商业利益导向,而非意识形态导向。“负面新闻便是好新闻”的哲学在美国媒体中得到了集中的反映,具有负面因素的新闻题材对记者来说显得更加重要。这一派观点的隐含前提假定是负面新闻对美国主流媒体的受众更具吸引力。

第四，批判性理论

相较于前面三种观点，第四种观点可以被称为批判性理论。这一派观点认为美国媒体，无论其组织和运作方式如何，究其本质实为政府立场和观念霸权的宣传机器。因此，这一派观点一方面否定了前三种观点所主张的媒体独立性；另一方面也不认为美国主流媒体具有真正意义的报道中立性。导致中立立场缺失的原因并非如前两种观点所主张的意识形态或商业利益导向的偏见。偏见立场产生的根源是维护美国政治社会精英在美国社会中所建立的一整套支配性观念、信仰、价值和文化体系。

乔姆斯基（Noam Chomsky）的观点是这一理论的代表之一。¹ 他的“过滤器”理论认为，大众传媒作为商业机构，其基本作用和定位是满足政府、商界的利益，并在媒体生态中导致了意识形态或利益偏见。与自由主义偏见和负面本能观点不同的是，乔姆斯基的观点暗示了媒体偏见的弹性——这一偏见会随着政治社会精英链条的取向而改变。也因此，媒体扮演了宣传工具的角色。

在政治学界，存在类似的批判性理论。爱多·奥伦（Ido Oren）从美国政治学发展的角度，批评了社会大舆论的顶端——学术争论——在现实政治和国家利益面前所丧失的中立与客观性。² 奥伦令人信服地指出美国人概念中的“民主”、“独裁”等根本观念如何受到了敌我关系的影响。不过，由于研究本身的目的，作者并未直接探讨学术界如何影响大众舆论。在这方面，托马斯·戴伊和他的同事从制度和精英人事网的角度弥补了这一缺憾。³ 30年间戴伊观察并收集各任美国总统任期内美国国内政治、商业、文化精英的分布和组合情况，定期更新其研究。他和他的同事认为，在一个通过理念、财富和社会关系等要素建立起来的精英网络中，新闻媒体在美国对外关系领域所扮演的角色首先是各精英集团相互影响、制衡并传播自己观点的工具，其次才是相互竞争并代替公众扮演监督作用的社会公器。

	理想主义理论	意识形态偏见	商业利益偏见（负面本能）	批判理论
独立性	具备	具备	具备	不具备
中立性	具备	不具备	不具备	不具备

1 Noam Chomsky, *Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda* (2nd Edition), New York: Seven Stories Press, 2002.

2 Ido Oren, *Our Enemies and US: America's Rivalries and the Making of Political Science*, Cornell University Press, 2003.

3 Thomas R. Dye, *Who's Running America? The Bush Restoration* (7th Edition), NJ: Princeton Hall, 2001.

比较以上四派观点,第一种观点显然忽略了现实媒体运作的环境,因而可以视为乌托邦式的一相情愿。

第二种观点对于意识形态偏见的强调,从某种角度反映了美国媒体的现状。但意识形态偏见论可能导致这样一个悖论:无论自由主义还是保守主义掌握了媒体中的意识形态主导权,都可能使该观点所确定的媒体独立性站不住脚,因为当媒体在一个存在主流意识形态的社会中同样带有这种意识形态偏见时,其自身所扮演的独立监督角色自然会被削弱。

第三种观点同样在很大程度上正确反映了美国媒体对负面报道“情有独钟”的现象,但将负面本能作为先验的假定带来这样的问题:美国媒体受众是否真的更关注负面报道?如果的确如此,原因何在?我们有理由假定,受众对于负面问题的关注,很可能恰恰是媒体长期倾向性报道所建构起来的一种畸形欣赏态度。此外,第三类观点的另一个隐含前提强调市场机制在媒体产品供求过程中的作用。在后面的讨论中,我们将一再提到,“透过市场机制满足公众对媒体产品的需求”只是一种理想的市场运行状态。某种程度上,将媒体文化的产生归因于“看不见的手”已经成为了某些媒体人的挡箭牌。

第四种理论相较于前三种观点显得过于极端。至少在组织结构和财政关系上,将美国媒体视为政府的宣传机构显然是不正确的。但是通过后文的详细讨论,我们会发现这一批判性理论所强调的“实质”宣传机构论,有着很大的现实意义。

综上所述,本文认为理想主义理论基本站不住脚。而美国媒体的定位应介于第二、第三类观点和批判性理论之间。对内,在定义政治—社会精英利益、符合该精英群体主导性社会观念的问题上,美国媒体主要徘徊于自由主义与保守主义的两个极端之间;对外,美国媒体则在很大程度上扮演了国家、政府政策宣传机器的角色。

我们有理由假定,受众对于负面问题的关注,很可能恰恰是媒体长期倾向性报道所建构起来的一种畸形欣赏态度。

对内,在定义政治—社会精英利益、符合该精英群体主导性社会观念的问题上,美国媒体主要徘徊于自由主义与保守主义的两个极端之间;对外,美国媒体则在很大程度上扮演了国家、政府政策宣传机器的角色。

三、媒体霸权与观念霸权

葛兰西(Antonio Gramsci)第一次详细阐述了“媒体霸权”的概念。¹媒体霸权指的是透过大众传媒的作用,某种特定的生活和思想方式、对于社会“真实性”的理解,得以在社会生活的公共及个体层面广泛传播。斯图尔特·郝尔(Stuart

¹ Antonio Gramsci, F. Rosengarten (Ed.), R. Rosenthal (Trans.), *Letters From Prison* (Vol. 2), New York: Columbia University Press, 1994, p. 67.

媒体霸权不仅仅是特定文化的产物，更促成了社会“主流”文化的成形与维持。

Hall) 认为，媒体产品中隐藏了一系列关于社会本质和社会行为方式的加密信息。¹ 对于媒体霸权的关注一般都聚焦于由统治精英所掌控的公共机构所产生的文化与意识形态模式。² 从这个角度而言，媒体霸权不仅仅是特定文化的产物，更促成了社会“主流”文化的成形与维持。

媒体霸权一般体现为如下这些现象。

第一，同质性的规则和工作日程在新闻工作者之间发生了社会化 (socialization)。媒体霸权论与其他媒体理论的不同点在于，它强调意识形态和经济利益的主导作用贯穿新闻产生的整个过程。具体而言，新闻工作者的工作日程包含了各种语言使用规则，而这些规则使其报道方向与社会主流意识形态高度一致。³

第二，新闻工作人员倾向于从有利于维持政治、社会、观念现状的角度报道新闻。⁴ 例如，当社会主流民意对于某现象或他国事务存在既有偏见时，新闻报道倾向于遵从并加强这一偏见。

第三，具体涉及国际事务的报道时，西方世界（尤其是美国）对于非西方国家和地区，往往习惯性（无意）或目的性（有意）地采用西方—美国中心主义以及负面的角度进行报道。这涉及如何定义新闻真实性和新闻中立的问题。单一报道是否符合事实真相并非遵守新闻真实性和报道中立的标准，因为选题的片面性往往使受众获取的信息失去了整体的真实与中立。美国媒体对于非西方世界的关注便基本集中于负面问题，如动乱、战争、疾病、自然灾害等。⁵

很显然，“媒体霸权”的概念与前文所讨论的后三种美国媒体定位的观点有很大的交集。“媒体霸权”的概念包含了两层含义。“媒体”指的是霸权运作的方式，强调的是工具层面；而“霸权”则是强调这一社会现象的本质层面。占据霸权地位的是某种深层的主导观念。这里的“观念”指的是一个包含了文化、意识形态及价值观（对真实性的判断标准）的有机体系。本文将更多使用观念霸权代替媒体霸权。前一段所讨论的美国媒体定位，也正是观念霸权在媒体生态中的体现。

1 Stuart Hall, "Culture, the Media and the 'Ideological' Effect," in James Curran, et al. eds., *Mass Communication and Society*, Beverly Hills: Sage, 1979, pp. 315-345.

2 Michele Barrett, Philip Corrigan, Annete Kuhn, and Janet Wolff eds., *Ideology and Cultural Production*, New York: St. Martin's Press, 1979.

3 Claus Mueller, *The Political Context of Communication*, New York: Oxford University Press, 1973; Hall, "Culture, the Media and the 'Ideological' Effect", p. 342.

4 Peter Golding, "The Missing Dimensions-news Media and the Management of Social Change," in Elihu Katz and Tamas Szecsko (eds.), *Mass Media and Social Change*, Beverly Hills: Sage, 1981, pp. 63-82.

5 Doris A. Graber, *Mass Media and American Politics* (8th ed.), Washington, DC, Congressional Quarterly Press, 2009.

四、多元、开放的假象与精英共生

观念霸权在美国的体现并非强制排他性的思想控制。后者一般依赖武力或强制性的思想言论管制来维持某种观念系统的统治地位。而在美国，绝大多数不同政见者并不会受到来自政府或社会的系统性威胁。然而，在很大程度上，这仅仅是一种多元假象。确保“非主流”声音的合法存在，而同时使其处在边缘化的地位，事实上能够更加有效地加强观念霸权的地位。非主流观念在美国的存在使其政治—社会体系显得更加自由和开放。

多元化的背后，是美国政治文化中非常明显的政治正确问题。一些根本性的观念，如政治意识形态或文化价值在大众舆论中是不能受到质疑的，具体如资本主义、私有产权、国家（政府）的权威等等。只要这些根本原则不受到质疑，争论与各式各样的议题便可以在一定范围内产生。这些争论越活跃，美国社会大舆论的现状便越呈现出一种比实际情况开放和多元的假象。

观念霸权，与其他形式的霸权相似，其自身具有两种天然倾向：扩展影响范围；增加延续时间。媒体在传播这些基本假设，建立和维持观念霸权的过程中扮演了极其重要的作用。大众传媒与其他社会文化系统如学术争论、电影、小说、大众娱乐等，共同作用使得观念霸权的影响渗透至社会的各个角落、甚至贯穿于前后几代人。

如前所述，观念霸权在美国媒体的体现并非独裁模式。美国媒体系统的运行体现了一种“自我审查”机制。由于独裁管制式的压力并不存在，美国媒体中便会存在某些游离于主导观念以外的声音。例如，2003年11月26日，《华盛顿邮报》的网站对乔姆斯基的新书《霸权或生存》进行了讨论。作为无政府主义者，乔姆斯基是美国最有名的异议者。在一个独裁排他性的体系中，像他这样的声音可能会被完全禁止。但美国媒体却在这种“另类”观点的曝光度上做了非常巧妙的平衡处理。这一处理使得整个政治、媒体系统显得更加开放和多元。观念霸权在这种形式下却可以运行得更为有效。

一种观点认为观念霸权或媒体霸权这类观点体现了所谓“阴谋论”的逻辑。而事实上，主流观念在某一社会中的渗透和扩散过程本身并非必然具有明确的目的性。无论观念霸权还是精英统治，都是美国政治社会演变的历史结果。观念霸权尤其是大众舆论和公民教育系统演变的结果。各种背景的社会精英通过各种政治、社会等级的筛选升至等级高层、霸权的核心；而自由主义—保守主义政治光谱以外的“非主流”思想则被观念霸权通过公众舆论边缘化。在美国政治—社会体系中那些相对集中化、等级化的精英机构包括大型企业、军队以及政府官僚机

观念霸权在美国的体现并非强制排他性的思想控制。

由于独裁管制式的压力并不存在，美国媒体中便会存在某些游离于主导观念以外的声音。

关。这些机构的管理者，便是莱特·米尔斯（C. Wright Mills）所称的“权力精英”（the power elite），¹而他们之间的有机网络便是托马斯·戴伊实证研究中所观察到的精英链条。

与这些精英机构遥相呼应的是日益掌控在少数人手中的大众传媒机器。美国媒体在组织结构上不受政府掌握和管理，但相伴而来的并非市场化竞争的增加，却是商业并购的与日俱增。商业并购造就了历史上形成的几大美国大众传媒界巨头。而自20世纪90年代以来，这些巨头的扩张更加迅猛。媒体企业的集中化、寡头化进一步为其维持观念霸权提供了方便，因为权力精英的链条在各种政治、社会、文化机构之间的串联和统一变得更加容易。

精英群体的选择往往塑造了媒体的话语环境和关注重点。

精英群体的选择往往塑造了媒体的话语环境和关注重点。例如，关于小布什逃避兵役的传言在2000年选举之前多年便已在政界流传，但基本上都为当时的主流媒体所忽略。直到2004年，这个问题才广为社会所熟知和重视。原因是民主党内举足轻重的人物约翰·克里（John Kerry），决定选择这一点作为选战策略中攻击布什的突破口之一。另一个相似的例子是2003年的夏天，美国媒体开始关注早先布什国情咨文中有关伊拉克向某非洲国家购买铀的断言。然而早在同年3月份国际原子能机构（IAEA）便已认定支持这一观点的文件系伪造。但媒体始终未对IAEA的结论给予重视。直到民主党在2003年夏天开始利用此事攻击布什政府，媒体才开始注意这一造假事件。这两个例子表明，当不同的精英势力对某些问题存在共识或同时缺乏兴趣时，大众媒体便很少会有兴趣对该问题进行发掘或反思。

正是各机构精英之间的共生关系成为观念霸权的维系之所在。下面，将从媒体的角度具体探讨这一共生关系。

五、精英链条：双重供求关系

美国媒体是追求利润的企业，而同时又隶属于更大规模的企业集团。这些大型企业的拥有者和管理者与其他商业、政界精英存在利益的共享空间。这一共享空间体现在两层供求关系上。

第一层供求关系涉及媒体的产出。一种普遍的误解认为媒体产品主要以电视广播节目或平面媒体文章等形式出现。这一观点认为商业媒体向其受众提供产品，因此公众媒体尤其是新闻报道的现状，无论是否存在某种类型的偏见或反映了某种观念霸权的影响，都是市场也即受众群需要的体现。这一观点假定所有类型的市场机制都较单纯地体现了供求关系和某种程度的民主原则。问题在于，类

1 C. Wright Mills, *The Power Elite*, Oxford University Press, 1956.

似美国媒体这样的市场,并不能体现一人一票的公平性(姑且不论其负面效果),而更多的是“一美元一票制”的体现。金钱、权力、意识形态所串联起的精英链条在媒体背后扮演着“影子编辑室”的作用。

究其本质,媒体的真正产出实为观众与读者群,即广大的媒体受众群。这些受众群作为产品被“出售”给追求商业利益的广告商和追求政治社会效益的政界精英。而这两类“消费者”的需求便是传媒选择和影响受众群的标准。商业广告商便是这一层面需求方的代表。

另一层面上,美国媒体在新闻报道以及观点评述的选材方面,格外依赖政界、商界精英作为资源。这里,美国媒体变成了需求的一方。这一层面的供求关系直接影响到媒体报道风格、取向的形成。以“信源选择论”¹的角度来看,这会严重扭曲新闻报道的客观性与真实性,并体现了媒体报道的偏好与倾向性。

对于伊拉克战争的报道便是一个很好的例子。以电视新闻为例,在战争最初三周中《ABC 世界新闻》、《CBS 晚间新闻》、《NBC 晚间新闻》、《CNN Wolf Blitzer 报道》、《Fox Brit Hume 特别报道》以及《PBS Jim Lehrer 新闻》等主要新闻评论节目所选取的观点中,63%来自于政府官员或前任政府官员。结果显而易见,这些主流新闻报道及谈话性节目的观点均传达了强烈的支持战争的信息。与此形成鲜明对比的是,反战新闻来源只占当时所有新闻来源的10%,而对战争持怀疑或否定态度的做客嘉宾也仅占上镜时间的3%。²

2001年全年ABC、NBC、CBS三大电视频道新闻栏目所引用的观点中有超过三分之一来自华盛顿的政客。这其中75%是共和党人,34%是民主党人,而无党派人士仅占1%。“9·11”袭击增加了共和党人在媒体上的影响。袭击前,分布率为共和党68%,民主党31%,无党派1%。袭击后为共和党87%、民主党13%,无党派1%。向共和党人的倾斜,其中一个重要原因是媒体对于行政部门消息来源的依赖。如果剔除这一因素,以上比例为共和党51%、民主党48%,第三党或无党派2%。同一期间,各领域接受采访的“专家”中,企业代表和经济学家各占最高的7%,非政府组织或劳工组织的代表仅占3%。在国内事务报道中,商务经济类话题占15%,其中却只有1%的报道有关劳工问题,而在节目中谈论劳工问题的嘉宾有26%是资方代表、19%为经济学家、15%为政客,劳工自身的代表仅占区区2%。³

正是由于这两个层面的供求关系,美国媒体的关注焦点并非单纯地受某种意识形态或商业利益驱动,而是从本质上

正是由于这两个层面的供求关系,美国媒体的关注焦点并非单纯地受某种意识形态或商业利益驱动,而是从本质上扮演了政府、政客或大型企业的传声筒。

1 M. E. McCombs and D.L. Shaw, "The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas," *Journal of Communication*, Vol. 43, No. 2 (1993), pp. 58 - 68.

2 该计算基于美国民间团体 FAIR 对于美国新闻媒体报道所收集的数据, <http://www.fair.org/>。

3 同上。

扮演了政府、政客或大型企业的传声筒。

六、涉外报道：误导与既定报道方针

这一精英共生基础上的观念霸权，体现在涉外报道方面，使得向来标榜民主自由价值观和以独立舆论监督为己任的美国媒体，在历史上经常性地维护由美国政府所片面定义的国家利益。

美国媒体往往有意忽视美国政府对独裁政权的支持。在尼加拉瓜独裁者安纳斯塔西奥·索摩萨·德巴伊莱（Anastasio Somoza Debayle）被推翻的十年前，美国电视新闻网只用了区区一个小时的总时长来报道尼加拉瓜，而报道内容主要是该国1972年的地震。自1960年至1978年，《纽约时报》针对尼加拉瓜的社论只有3篇。¹1979年，索摩萨政权被推翻后，美国媒体对于尼加拉瓜的报道开始迅速增加，并清一色地强调新政权对于人权的侵犯、暴行及其他独裁行径。实际上，以独裁统治的标准而言，新政权较之老政权实在是小巫见大巫。而他与前任政府最大的不同点在于，它不再是美国政府的附庸。

一个普遍存在的错误观点是认为美国媒体普遍反战。²事实上，对于美国涉人的武装冲突，美国媒体总体而言与政府立场是一致的。即使是对战争的批评也往往局限于方式或成本问题。而诸如反战人士所关注的战争正义性、自卫与侵略的差异等问题，在主流美国新闻媒体中是不成为重要议题的。如前所述，在观念霸权下，一些基本原则是不受质疑的。美国对外干涉的正义性、正当性或美国对外军事行动的自卫性，便是主流媒体普遍接受的前提。

美国对外干涉的正义性、正当性或美国对外军事行动的自卫性，便是主流媒体普遍接受的前提。

此外，美国媒体的对外报道经常误导本国公众对国际问题的认识。

2003年，一个由《华盛顿邮报》与ABC新闻共同进行的民调发现四分之一的美国人（错误地）认为伊拉克在与美国的战争中使用大规模杀伤性武器。³同时期的另一项民调发现34%的美国人相信美军已在伊拉克发现了大规模杀伤性武器。⁴同年9月，69%的美国人相信萨达姆·侯赛因与“9·11”袭击有关。即便是在当时，大量的证据也足以表明这些观点是错误或至少可疑的。这些错误印象在很大程度上都是观念霸权传播的结果。

1 Noam Chomsky, *What Uncle Sam Really Wants*, Odonian Press, 1993, p.40.

2 Edward S. Herman and Noam Chomsky, *Manufacturing Consent*, Pantheon Books, 1988, chapters 5 and 6.

3 <http://www.washingtonpost.com/ac2/wp-dyn/A23974-2003Jun23?language=printer>.

4 参见马里兰大学国际政策态度项目（PIPA）网页所公布的研究结果 http://www.pipa.org/whatsnew/html/new_6_04_03.html.

2003年10月,马里兰大学国际政策态度项目(PIPA)对上述三种普遍存在的错误印象进行了研究。¹调查发现,美国国内公众对战争的支持与以上这些误解的出现存在高度的正相关性。自2002年夏,布什政府便开始利用“9·11”袭击来合法化可能的对伊战争,并且成功地使美国公众相信萨达姆是其国家安全的严重威胁。以上这种种误解成为了战争宣传的副产品。此外,美国民众对于伊拉克普遍抱有的负面印象也是克林顿政府和老布什政府十余年宣传战的结果。公众媒体在这一宣传攻势中扮演了追随者而非监督者的角色。在2003年伊拉克战争爆发前,几乎所有的媒体都没有对这场即将到来的战争抱以怀疑的态度。此外,这一研究还发现,公众传媒新闻的受众群中,收看和阅读频率最高的人群恰恰是存在以上误解最深的人群。这一结果与十余年前的调查结果相吻合。海湾战争期间,那些收看电视节目最频繁的观众被发现是对海湾地区基本历史、社会状况了解最少的人群。

除了误导性报道之外,观念霸权下的美国媒体在涉外报道和评论方面还有明确却不成文的言论限制。这一点,恐怕是对其标榜多元、开放、公正最大的讽刺。以中东问题为例,很多编辑、编导及评论员时常表现出明显的亲以色列立场,另一些人则表现得接近中立。然而,几乎没有任何一人敢于或愿意在公众媒体中声称美国政府在阿以争端中支持了错误的一方,或美国政策太过向以色列倾斜,或“9·11”袭击是美国阿以政策的结果。

观念霸权下的美国媒体在涉外报道和评论方面还有明确却不成文的言论限制。

再如,2008年8月13日Fox新闻频道的一档直播节目以突发新闻的方式采访了从南奥塞梯首府茨欣瓦利返回美国旧金山的一对亲戚。但当二人以亲历者的身份在访谈中声称冲突责任方在格鲁吉亚,以及感谢俄罗斯军队解救她们二人时,当时的导播与主播近乎无理地打断了她们的访谈,并将信号切断。²2008年3月,女记者耶林(Jessica Yelin)在其博客中的一篇文章也谈到了美国电视新闻栏目对舆论的直接操控。³她提到,2003年3月美国发动伊拉克战争前,她当时所在的电视网负责人限制其报道有关美国对伊政策和布什政府的负面新闻,以迎合当时美国支持对伊战争的民意。该电视台的制片人甚至撤掉有关的负面新闻,换上美化战争和支持政府的“正面新闻”。

1 参见马里兰大学国际政策态度项目(PIPA)网页所公布的研究结果 http://www.pipa.org/whatsnew/html/new_6_04_03.html。

2 “12岁女孩说出南奥真相,让福克斯新闻难堪”,《中国评论新闻》,2008年8月15日, <http://gb.chinareviewnews.com/doc/1007/2/2/8/100722863.html?coluid=93&kindid=2796&docid=100722863&mdate=0817033707>。

3 “美国女记者称:上司曾限制对伊政策负面新闻”,《新华每日电讯》,第1版,2008年5月31日, http://news.xinhuanet.com/mrdx/2008-05/31/content_8288920.htm。

七、结 语

在美国这样一个由各领域精英链条所串联起的政治、经济、文化体系中,虽然存在各种各样的争论,但争论的着眼点往往在于方式方法而非根本性的价值观念体系。通过大众媒体为主要介质之一的观念霸权影响甚至塑造了美国公众对外

美国媒体自身所标榜的自由与公正,在现实中仅仅是一相情愿的愿景,甚至在很多时候实为媒体操作事实真相和误导受众视听的神祇牌。

无论美国媒体对华报道的口径如何改变,其维护美国观念霸权的本质是不变的。

部世界的认知与判断。美国媒体自身所标榜的自由与公正,在现实中仅仅是一相情愿的愿景,甚至在很多时候实为媒体操作事实真相和误导受众视听的神祇牌。

本文以2008年美国媒体涉华报道的负面性和不公正性为切入点,谈美国媒体的功能定位。但这并不是说美国2008年的所有涉华报道,或将来美国媒体的涉华报道都会以负面或不客观为特点。负面与否,取决于是否符合美国国内观念霸权所定义的国家利益。在这一观念霸权视角下,自2008年底经济危机爆发以来的情势来看,美国媒体涉华报道的口径便明显倾向于缓和。根本问题在于,无论美国媒体对华报道的口径如何改变,其维护美国观念霸权的本质是不变的。

本文主要强调了美国观念霸权透过媒体对美国国内受众的影响。而由于美国在世界的特殊地位,由于美国媒体的特殊地位,其观念霸权的影响人群并不仅仅局限于美国。这便

使得如何应对美国媒体成为更重要的课题。

2008年是中国政府和公众与美国媒体打交道的分水岭。而随着中国国力的提升,中美关系的日趋复杂化和多维化,应对美国媒体将是一个长期的课题。

对于这样一个重要而长期的课题,2008年的一些经验对日后有着启示性作用。

第一, 人民战争

应对美国的媒体,第一条原则是名正言顺。如果用官、民来区分的话,民间力量的兴起是2008年最大的特点,也是日后必要的发展方向。

第二, 对话

无论是官方还是民间,中国人与美国大众舆论打交道时最常出现的问题便是各说各话。中国人在很多美国人眼中存在的一种刻板印象,那便是“中国是不能被批评的”。对话有许多目的,其中最重要的是试图影响甚至改变对方的想法,而非一抒自己的心中郁气。所以,一定程度的让步是必要的,尝试用对方的逻辑来驳斥对方是必需的。2008年留美中国学生群体在与美国媒体斗争中最大的收获

便是在如何更有效地对话方面取得了进步。

第三，正确看待己方媒体

前文提到，美国媒体在观念霸权的影响下的其中一个表现是倾向于服从社会中已有的观念现状，对于既有的偏见较多顺从而少有反思。同样的问题也出现在我们自己的媒体中。特别是在我方媒体转述美国媒体涉华报道方面。为了顺应国内舆论对美国媒体报道特点的一般理解，断章取义、偷换概念等做法也常为国内媒体所使用。因此，正视听是对外问题，同时也是对内问题。

第四，持久战

本文主要关注于美国国内环境对美国媒体的影响。在讨论涉外报道方面时，笔者简要提到了外部环境对于美国媒体报道特点的影响。中国在美国精英、公众眼中的形象，以及中美关系的特质，其复杂程度远远超过本文所能讨论范围。但要点在于，随着中国的不断发展、国力的不断提升，无论美国舆论中出现怎样针对中国的杂音，那都是我们将要面对的一次持久战。2008年与西方媒体的来往，对于中国而言是一次宝贵的全民教育，也应是中国公民走向更成熟大国民心态的开始。