

揭示美國新聞自由的迷思

◎ 張濤甫

新聞需要理想，但時常被神話所捕獲。在很多人心目中，美國的新聞是自由、獨立的。幾百年前，美國式民主的締造者之一湯瑪斯·傑弗遜曾經這樣激情豪邁地說道：「人民才是他們政府的真正審查者。他們必須通過報紙享有充分的資訊……如果讓我來決定我們是應該擁有一個沒有報紙的政府，還是一個沒有政府的報紙，我會毫不猶豫地選擇後者。」這種觀點在美國社會中代代相傳，已經成為美國國家和人民精神的象徵。但是，這種美國人心目中的新聞理想漸漸演化成為莫名其妙的自由神話。在現代社會中，新聞自由的真正含義已變得十分曖昧。新聞自由的神話經過多次轉手，變得亦真亦幻，讓多人神往，也讓多人迷惑，特別是局外人看它，往往是霧中看花，容易被它誘惑，也容易產生誤解。W·蘭斯·班尼特所著的《新聞：政治的幻象》淋漓盡致地揭示了美國新聞自由的迷思。¹這部美國政治傳播的經典之作將美國現實新聞政治的內在邏輯和玄機揭示得入木三分，系統、深入、細緻地破解了美國政治資訊體系的密碼。W·蘭斯·班尼特以他深刻的洞見讓我們看到美國新聞政治的內奧：「其實皇帝甚麼衣服也沒有穿」！

新聞：政治的傳導線

美國新聞政治存在著十分複雜的權力關係。表現在政治家、記者和公眾之間的三角關係上，三者之間既互相制衡，又相互利用。局外人往往很難看得清楚內在的肌理，時常是霧裏看花，容易會對美國新聞自由產生迷信。班尼特的分析讓我們看到美國新聞政治複雜的關係。在他看來，在政治、媒體與公眾三角關係中，政治家在多數情況下是佔據了上風的，他們操縱了美國新聞政治。眾所周知，在民主政治的框架底下，政府的空間並不是無限的，而是有限的。美國制度的設計者們已經設計出一個比較苛刻的制度來限制政府的權力，但這並不意味著政府就願意俯首貼耳地屈服於制度的約束。在實際操作過程中，政治家搗騰出許多名堂，千方百計地尋找有利於他們利益的空間，巧妙地把媒體和民意控制在自己的手中。

在大眾傳媒時代，資訊是權力的基礎，對於政治而言，尤其如此。管理、控制媒體已經成為成功的政治統治的重要部分。從市政廳到白宮，從基層的社會運動到龐大預算的利益組織，無不如此。利用新聞進行統治，這已不是甚麼秘密。政治家參與新聞遊戲的目的是：構築符合政治要求的形象。在大眾傳媒時代，政治家的表演舞台漸漸被搬到了媒體上，政治家都習慣走到公眾面前，利用大眾傳媒向廣大民眾傳遞他們的思想，因此，政治就變成了表演的藝術，為了政治的目的，可以不擇手段。正如約翰·基恩所言：「政治是一種既製造假像，又讓人們相信這種假像的藝術。政治家非常依賴這種藝術」。²「徹頭徹尾的說謊和所謂的秘密總是被看成達到政治目的的合法手段」。³利用資訊控制政治是一種常態，領導者和政治黨派深諳資訊遊戲的潛規則。製造新聞的政治角色往往花大量的時間和財力尋找能夠更好地推銷

本人和自己觀點的途徑，而不是考慮如何邀請公眾參與討論那些重要問題。在新聞政治中，政治家始終佔據著優勢地位，而記者和公眾越來越成為配角。雖然在美國民主制度框架裏，新聞媒體曾經被賦予監督政府的權力，這所謂的「第四種權力」曾令很多傳媒人為之陶醉。但現實處境遠遠沒有這麼單純。媒體根本不是甚麼監控或是監管精英政府的「把關人」。在更多的情況下，媒體則是政治的傳導線，它把信號傳遞給民眾。媒體不僅負責把政治資訊傳遞給公眾，還要負責過濾公眾對政治資訊的反應。在這種聲音與政府的觀點不一致的時候，對社會上的異見往往要進行限制。在這種新聞政治過程中，權力依賴於對資訊的掌握，以至於把資訊看成了為政治家量身訂做的東西。

不過，在美國的民主政治框架下，政治家還不敢明目張膽地蔑視記者和公眾。畢竟在美國式民主名義下，政治還不能直接越權，把媒體和公眾不放在眼裏，將他們的政治企圖直接暴露在光天化日底下。政治家不得不遵守民主程序，不得不尊重程式正義。政治家不能明火執仗地控制媒體，他們往往暗渡陳倉，政治家憑藉其圓熟的政治技巧來擴展媒體，並讓媒體和公眾幾乎發現不了他們的破綻。比如，他們安排記者招待會或者在截稿之前合適的時機發佈新聞，向友好的記者提供獨家新聞或專訪；甚至與那些渴望接觸名人或當權者的新聞從業者共進晚餐。今天的政府各級官員中，幾乎沒有人敢忽視政治傳播的技巧。在大眾媒體時代，善於利用媒體來擴大自身政治影響的政治家將從中受益非淺。對於大多數人來說，他們不可能直接面對政治領袖，他們更多的是依賴大眾媒體來瞭解政治家的作為。媒體是連接政治家和社會公眾的有效管道。媒體可以載舟，也可以覆舟。不把媒體「搞定」，很難贏得政治的成功。因此，政治家把媒體關係作為一門必修課，如果這門課過不了關，那麼在政治上也很難走得很遠。甘迺迪在他大選獲勝後說：「沒有電視這玩意兒，我們不會成功。」雷根不僅通過電視獲得了勝利，還通過它實施統治和管理。只有他和甘迺迪充分發揮了電視的優勢。雷根知道如何抓住觀眾，並把他們的力量轉化為與自己共同的想法。⁴當然，並不能要求每一個政治家都像羅斯福、雷根、甘迺迪那樣懂得駕馭媒體藝術的神功。尼克森以及克林頓因惡劣的媒體關係而吃盡了苦頭。

在現代政治實踐中，越來越多的政治家雇用專門的新聞官員、媒體公關人員、諮詢專家等專業性人才來為他們效力。這就刺激了媒體公關這一職業的興盛。現代政治的世界居住著新聞管理的各類專家：新聞發言人，他們將政治家解讀給媒體；媒體策劃大師，他們與記者對話並建議記者製作出對政治家有利的報導；以及幕後各級民意調查專家、公共關係專家，以及形象顧問，他們設計政治家行為，並對結果進行評估。據估計，美國傳播學專業人才的數量達到15萬人，已經超過了記者的數量（13萬），而這一差距還在繼續拉大。無數政府新聞官員使用公共關係藝術。通過公共關係，這種說謊藝術在美國得到了普遍的發展。智囊、諮詢者提供的資訊是政治說謊藝術的力量所在。政界人物必須依賴溝通顧問和專業人員來為它們找到策略，為它們的資訊傳播奪取寶貴的空間。新聞製造者和他們的顧問們已經開發出更為精密的技術來了解公眾的心態，並管理來自政府部門、商業以及利益組織的新聞流。隨著這些戰略傳播反覆成為新聞製造者們（政客、商界、利益群體、名人以及其他國家）使用的常規手段，新聞內容越來越由幕後運作的傳播學專業人才來設計。通過市場研究和勸說的技巧設計，安排和渲染新聞，從而使新聞達到最顯著的媒體效果。政治人物越來越多地利用媒介公關技術來控制媒體，實現媒體新聞流的定點投放，這就是所謂的給媒體「餵食」。

美國政治對新聞的控制不是那種赤裸裸地強制性控制，而是採取了說服、鑽空子的手法，十分隱蔽地把政治意圖巧妙地借助媒體傳播出去了，我們不得不佩服美國政治家們的政治傳播技巧，他們真是煞費苦心，其攻心之術已經達到了出神入化的地步。如果不知道政治傳播的

把戲，那些笑裏藏刀的政客們把你賣了還不知道怎麼回事呢。不過，官方控制媒體不是沒有代價的。W·蘭斯·班尼特認為，官方控制新聞的一個長期結果就是限制了美國人民的視野和思想，政治世界成為一個完全可預知的領域。媒體中的政治多是固定不變的形式、可預測的政治姿態以及膚淺的形象。相似的解決方案在誇張的努力中被重複使用，以期解決長期存在的問題。人們逐漸接受了諸如貧困、犯罪、失職、戰爭以及政治冷淡等問題的存在，視之為生活中的現實，而並不把他們看作政治權力集中、經濟關係中的剝奪本質，以及對政治傳播方式玩世不恭的濫用所造成的悲慘後果。

媒體的尷尬

W·蘭斯·班尼特對新聞媒體的表現深表擔憂。在他看來，新聞界對於新聞控制的反應非常複雜。一方面，新聞媒體不得不屈服於現實政治和經濟的壓力。另一方面，新聞媒體也不甘任政治之手的控制，他們有時會反過來報復政治的傲慢與偏見。即使成功操縱新聞的政治家也可能會突然發現媒體正在撕咬餵食給他們的手。為甚麼新聞媒體會變成今天這個樣子？W·蘭斯·班尼特認為其原因在於：

（一）、媒體的商業壓力。這是現今美國媒體的主要病灶所在。商業壓力讓記者和新聞機構經常犧牲新聞的深度和多樣性來獲取圈內人士的觀點、醜聞，聳人聽聞的消息等。由於大眾傳媒時代的新聞機構受到日益控制他們的大財團的利潤壓力，他們普遍的趨勢是尋求最方便採寫、也最容易吸引讀者的稿子。由於壓縮開支，每天硬新聞定額不斷減少，新聞越來越向生活方式方面的特稿和實用新聞靠近，如健康、消費、天氣、時裝和旅遊諮詢等。新聞越來越依賴於公關、政府發言人和傳媒顧問提供的精心包裝的新聞素材和新聞事件。由於新聞內容為商業價值所限，新聞主管和市場顧問考慮的主要問題是：甚麼樣的新聞能賣得出去，而不是如何教育人們理解具有挑戰性的事情。在這種壓力下，媒體就沒有心思在報導政府行為之外再做甚麼努力。幾乎每一個主要的新聞機構都裁減了國際報導隊伍，只有很少有幾家還能保持必要的聯繫網路，以便報導這類複雜的轉瞬即逝的事件。在美國，只有CNN還有一支可靠的國際採編隊伍，即便如此，當它的母公司時代華納與美國線上合併以後，這一隊伍也在不斷縮減。公司高層要求CNN增加利潤，並且比時代華納前一次合併時提的要求還高。

對於多數美國人來說，市場驅動下的、商業化的新聞，可能是自由的縮影，但是這種體系所產生的報導範圍狹窄的問題值得關注。把美國與歐洲的一些國家進行比較，其結果是：美國記者在報導過程中受到的限制最少，但是在如何報導一個假定的新聞事件上，美國記者的選擇範圍最為狹窄。

（二）、媒體自身問題。眾所周知，新聞媒體在長期的職業實踐中已經積累了一套專業性的規則和制度，形成了一系列豐富的專業理念、規則和方法，這些東西後來漸漸被歸落到新聞專業主義的名目之下，成為新聞媒體捍衛職業共同體利益的集體性話語。我們經常看到媒體打出專業主義的旗號來對抗政治的無理干預。但是，W·蘭斯·班尼特卻看到了這專業主義背後的內虛和尷尬。就拿專業主義中的核心理念「客觀性」來說，W·蘭斯·班尼特認為，正因為新聞職業的準則要求避免傾向性的出現，反而最終導致了一邊倒的傾向性。一方面，新聞的職業準則，對於新聞獨立和客觀報導提出了要求，為新聞報導的狹隘和從官方角度報導新聞，創造了一個良好的環境。而另一方面，這種職業準則又製造出一種新聞獨立和客觀報導的假像，讓人覺得這種新聞是呈現事實報導的最好方式。新聞的職業準則把一個扭曲的政治觀引進了新聞，而且還把它稱之為廣泛和真實。職業準則要求新聞必須做到客觀、公正，但

是這要求只會把記者推向新聞操縱者的懷裏，那些精明的新聞製造者們針對新聞行業的所謂客觀性，設計出一系列貌似客觀的事實，現成地喂給記者，讓記者正中他們設下的圈套。班尼特對新聞媒體「客觀性」規則的分析與霍爾等人的觀點相似：「要保證媒介敘述總是基於來自『可靠』消息來源的『客觀的』和『權威的』陳述，這就意味著，媒介消息來源不斷地轉向那些重要社會機構的可靠代理人——議員談論政治話題，雇主和工會領導談勞資問題，等等」。「這些機構代理人之所以『可靠』，不只是因為他們所在機構的力量和地位，還緣於『代理人』的地位：他們既代表『人民』，又代表有組織的利益集團。」⁵新聞生產的實踐壓力和公正客觀的專業要求一旦結合，便使媒介結構性地、有系統地過分接近那些強有力的、在機構中有特權地位的人。於是，媒介會誠心誠意地、全面地趨向於符號化地複製社會的制度性秩序中的權力結構。⁶由於對新聞來源的依賴，那些新聞製造者實際上控制著記者所需要的資訊，新聞媒介對資訊來源的依賴，實際上在某種程度上給社會權力集團以控制媒體的契機。此時的「客觀性」內部就包含著複雜的權力關係在其中了。

由於受到經濟壓力的影響，硬新聞的空間越來越小，媒體記者的報導興趣越來越集中到「軟」新聞上。新聞消費者的調查和觀眾收視率的資料證實了嚴肅的、有關政治和國際問題的硬新聞不太受歡迎。最受歡迎的新聞題材是那些在生活方式和消費領域對他們有影響的話題，如犯罪、名人、明星緋聞、健康與娛樂。在新聞興趣方面的調查中，政治新聞和國際新聞的得票率是最低的（除了突發性的國際危機，如「9.11」那樣的恐怖襲擊事件）。在18-29歲的年輕人中，只有10%的人對政治新聞和國際新聞感興趣。與之對應的，他們對犯罪新聞的興趣高達40%。由於經濟利益驅動和對受眾市場調查的錯誤解讀，即使是政府新聞現在也變得越來越「軟」，充斥著性醜聞、對政治家煽情的指控和對於官員中浪費與腐敗現象的指責。對市場的關注使記者的新聞價值觀轉向那些更富有戲劇性、資訊更清晰、情節更簡單的報導。新聞經常是太局部化，太膚淺了，只關注危機、醜聞、個人戲劇和政治團體和他們的權力之爭。這種只想找到最好的新聞故事，而不是幫助公眾對整個事件有最好的瞭解的傾向導致了主流媒體資訊的雷同。對於轟動效應的追求強化了記者與政治家為敵的趨勢：他們通過種種蛛絲馬跡、傳聞或者政治家對手廉價的指控來進行報導。這就出現了這樣十分滑稽的現象：為了控制記者的報導，政治家及其媒體顧問，處心積慮地進行媒體公關，目的在於通過給「野獸餵食」，來控制對方，但是結果並不都能遂人願，那些記者會反過來撕咬「餵食」的手。新聞製造者希望控制、利用媒體記者，但是媒體記者有時候會反咬一口。雙方鬥智鬥勇，控制與反控制在緊張地較量，這構成了美國新聞政治的奇異景觀。

公眾：新聞的奴隸抑或政治的奴隸？

在現代社會中，政治和媒體都在爭奪公眾。政治需要公眾的支援，以獲得政治合法性支持，沒有公眾的支持和認同，政治就失去了賴以存在的基礎。同樣，媒體也需要公眾的關注，作為社會公器，媒體是民意的表徵，離開公眾，媒體也就失去了合法的存在理由。更重要的是，沒有公眾的支持，媒體也就失去了市場根基。從理論上講，在政治家、記者和公眾三者之間，公眾應該是最重要的力量。但事實上，在技術化的現代民主社會中，公眾越來越變成被利用的角色。這在新聞政治中表現得十分充分。

公眾為甚麼需要新聞呢？在W·蘭斯·班尼特認為：一是好奇心和監督：人們需要搜集日常生活有用的資訊來生活；二是娛樂和逃避：由犯罪故事和政治醜聞而改編的有趣戲劇可以使人們獲得愉悅，同時可以逃避現實；三是社會和心理矯正：通過新聞與生活保持聯繫並且立足

於社會。公眾需要新聞，就像生活中需要有空氣一樣。但是在遭遇新聞的時候，人們卻遇到越來越多的麻煩。在接受新聞過程中，公眾往往陷入兩難：相信誰，相信甚麼？如果他們忽略，或者不在意製造新聞的官員和輿論領袖所說的話，那麼他們就可能被孤立，而不能形成在民主國家中最為重要的公民資源——輿論。相反，如果人們克服了政治疑慮，成為公眾中的一部分，那麼他們又必須調整自己的觀點，以保證與媒體一致。在這個傳播陷阱中，人們普遍遭遇兩種相互矛盾、讓人無能為力的政治情形：第一種是盡量想要顯示出獨立姿態而避免政治承諾，第二種是試圖政治媒體每天報導的某種政治幻想來碰運氣，避免政治孤立。

美國人是新聞的奴隸嗎？這是在政治傳播研究中引起激烈爭論的問題之一。儘管你可以認為新聞每天都在給人們洗腦，或者容易讓人們輕信新聞報導中的內容，但是將人們簡單地稱為新聞的奴隸是非常不準確的。人們不會盲目地相信他們在媒體中聽見、看見和閱讀到的東西。在遭遇了那麼多的精心策劃的宣傳之後，作為新聞消費者，題目已經非常警覺了。

甚麼樣的新聞資訊得以在公眾的頭腦中通過？人們到底是自己進行思考？還是新聞已經代替他們進行了思考？答案是：人們創造性地將媒體代表（新聞、政治廣告、言論、專家言論）中提供的資訊和提示，結合到個人思考之中。每個人都會形成一種選擇（擯棄）政治資訊的策略。班尼特認為，受眾在接受新聞時有其獨特的處理方式，他歸納出以下幾種方式：

一是收集報導中的所謂事實。班尼特引用了資訊和輿論管理方面的大師羅伯特·梯特爾觀點解釋：「人們並不是根據重大的決策披露來做決定，而是根據電視廣告和故事中成千上萬條細小的資訊來形成觀點的」。

二是運用感覺和情感。如果沒有足夠情感懸念，人們不願意注意這些故事。在多數情況下，為了讓某種情形下的資訊引起人們的注意，必須形成一定程度的情感刺激。人們接受情感（矯情）的資訊可能比接受的事實（認知）更重要。這些重要的認識，也有助於解釋為甚麼對於人們來是說電視比其他媒體更重要。

三是比照個人經驗來判斷資訊。關於資訊處理，比較流行的觀點認為人們是「懶惰」的資訊處理者或者是認知「吝嗇鬼」。人們主要依賴直覺、個人經驗，以及當時的生活境況，甄別資訊和對政治進行判斷。鑒於此，許多來自外部世界的資訊就大打折扣，因為它不觸及個人經驗。因此，人們在處理資訊的過程中就抄近路，形成了政治學家撒母耳·帕普金所說的「低資訊合理性」的政治判斷。

從上面的分析中可以發現，公眾在接受新聞時，有自己的接受偏好。在市場化和大眾民主時代，政治家和記者都得有求於公眾，為了投其所好，必須順著公眾的喜好。如果逆他們的意願，反過來也會遭到大眾的報復。如果說，大眾是新聞的奴隸，要看在哪個層面上講。如果政治和媒體功能摸准大眾的心理，大眾就成為新聞的奴隸；如果政治和媒體，硬要牽著公眾的鼻子走，普羅大眾也不會答應。這中間的分寸如何拿捏，也許沒有統一的標準，要看三方力量的博弈如何達致平衡。

如何走出困境？

新聞政治在面對困境的時候，希望政府、媒體和公眾能有一個魔棒，輕輕一搖，一切問題迎刃而解。班尼特認為，這是一個天真的想法。班尼特給人們開了不少的藥方，但不是猛藥，只是一般的消炎、解毒的藥劑，雖然不能一下子解決問題，但比較實用，可操作性也較強。

班尼特的辦法有：對新聞進行解讀，更好地接受資訊；識別陳腔濫調、意味深長的描寫和情節公式；識別新聞控制的標記；以批判的態度面對那些一邊倒的所謂事實；尋找其他的資訊來源驗證黨派觀點；學會自我批判。這些方法不甚高調，不過，對於一般的社會公民而言，上面的方法顯得有點奢侈。班尼特還沒有忘記對記者和政治官員的建言。他對記者是這樣建議的：通過加入更多的歷史和機構背景而創造性地使用個人化和戲劇化手段；在新聞中引入你自己的聲音和見識；避免使用阻礙新觀點的陳詞濫調和陳舊模式；對於某一形勢下出現的技術性術語、程式和關鍵的壓力群體加以界定；解釋新聞的重要性。這些辦法都是技術性策略，有助於改善媒體問題，但這些技術策略很難解決制度性問題，畢竟美國的新聞政治的問題已經深入到制度層面，僅僅依靠記者們個人的努力是無力回天的。那麼制度性改革就需要有政府來解決了。再看作者對政治家和政府是怎麼進言的：限制金錢流向政治家；把候選人的辯論模式制度化、把報導重要立法的模式制度化；控制媒體壟斷；為公共廣播提供更多的資金（和允許有更多創造性的制度）；加強對有線和廣播許可證持有者的公共服務要求。這些建議可謂是用心良苦。問題是要政府用籠頭把自己限制起來，是否有點一相情願？政治家們好不容易從對他們不利的民主制度中尋找到了縫隙，現在又要他們自己把這些漏洞堵上，他們真會願意嗎？班尼特《新聞：政治的幻象》一書的真正價值倒不在於開出的藥方，而是對美國新聞政治的診斷。班尼特以其充分、精緻的分析，令人信服地洞穿了被民主、自由包裝起來的美國新聞政治的秘密，此乃該書的魅力所在。

註釋

- 1 W·蘭斯·班尼特著；楊曉紅、王家全譯：《新聞：政治的幻象》當代中國出版社。
- 2 約翰·基恩：《媒體與民主》，社會科學文獻出版社，2003年，第90頁。
- 3 約翰·基恩：《媒體與民主》，社會科學文獻出版社，2003年，第91頁。
- 4 大衛·葛根：《見證權力》，萬卷出版公司，2004年，280頁。
- 5 霍爾等：〈作為社會生產的新聞〉，見《中國傳播學評論》第一輯，復旦大學出版社，2005年。
- 6 同上。

張濤甫 復旦大學新聞學院副教授。

《二十一世紀》(<http://www.cuhk.edu.hk/ics/21c>) 《二十一世紀》網絡版第六十期 2007年3月31日

© 香港中文大學

本文於《二十一世紀》網絡版第六十期（2007年3月31日）首發，如欲轉載、翻譯或收輯本文文字或圖片，必須聯絡作者獲得許可。