

从“英美士兵虐俘”事件的报道看西方媒体与政府的关系

2004-06-17

作者：边春海

关键词：英美士兵虐俘 媒体与政府 来稿选登 | 阅读：215次 |

2004年4月28日，美国哥伦比亚广播公司公布英美士兵虐待伊拉克战俘的图片。紧随其后，包括《纽约时报》、《华盛顿邮报》等美国主流媒体在内的世界上几乎所有的媒体都迅速跟进，从而使之成为全球焦点。迫于舆论压力，总统布什及国务卿鲍威尔都公开道歉，国防部长也面临着下台的危机。媒体对于“虐俘事件”的报道使得政府处于极其尴尬的地位。

仅仅在一年之前，美国媒体对于美军出兵伊拉克以及对整个伊拉克战争的报道却完全站在政府一方。在媒体的大量报道中，萨达姆政权成了“专制和暴政”的代名词，而伊拉克人民生活在水深火热之中，他们迫切需要美军来推翻萨达姆政权，从而获得解放。从某种意义上说，正是政府和媒体的一唱一合，才使得美国的多数民众站在了政府的一方，最终导致了伊拉克战争的爆发。

在这里，我们看到，美国的媒体时而为政府摇旗呐喊，让政府“感激不尽”；时而又完全站在政府的对立面，政府因此而陷于尴尬境地。这种看似矛盾的事实背后，却折射出了西方媒体和政府之间的微妙关系。

一、相互利用，各取所需。

“他们（媒体）想当政府的批评者，他们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，官员是他们的消息来源；反过来，官员又利用他们的语言把这些消息公布于众”[1]

一方面，政府需要利用媒体的大众传播功能宣传施政意图，把自己的大政方针发布出去，让更多的民众了解政府、支持政府；不仅如此，媒体的舆论引导功能更是政府所极为看重的，任何政府都不敢忽视社会舆论的力量，所谓“得民心者得天下”就是这个意思。

政府对媒体的利用在历届的总统大选中表现的最为明显。每当大选来临，为了使自己在选民中树立良好形象，从而赢得更多选票，每个总统候选人都不会吝重金进行大量的媒体宣传；而且事实也证明，媒体的确能够为他们登上总统宝座而助一臂之力。“人们在起居室中通过电视屏幕获得的印象，往往决定了竞选总统的结局。在电视摄像机前充满活力、善于表演的候选人往往战胜那些表情木讷、形容呆滞的对手”[2]。在里根与卡特竞选总统的电视辩论中，里根凭借着做过演员的经历用语轻松幽默，与卡特僵硬紧张的表情形成了鲜明对比，尽管卡特准备的更充分，但事后的舆论调查表明，许多选民因为喜欢电视中里根的幽默形象而选了他一票。不能说里根就凭着电视中的良好表现最终赢得了选举，但至少媒体帮他拉到了不少选民。另外，政府在执政过程中也会出现很多问题，比如官员腐败、渎职等，政府的这些顽疾也需要媒体的监督与批评，有人甚至把媒体的监督与批评视为资本主义制度保持活力与进步的动力。

另一方面，媒体也需要政府这个巨大的新闻源。政府掌握着大量的公共信息，对媒体而言，这些信息往往都是重要的新闻线索。政府是出新闻的地方，从政党纷争、政客恩怨，到牵涉公共利益的政策法规以及官员腐败渎职、桃色事件等等都是制造轰动效应的绝佳题材，这些往往是“视负面报道为卖点”的西方媒体极力追求的，在西方，甚至“总统钓鱼时所用的引饵”也被当作新闻来报道。所以，无论是象《纽约时报》、《华尔街日报》等这样处于主流地位的严肃性报纸，还是象《太阳报》等一些大众化报纸，政府的新闻始终都占据着重要的地位。1990年进行的一次对2850篇刊登于《纽约时报》和《华盛顿邮报》的文章调查发现，78%的被调查文章主要是基于一些公共官员的谈话[3]。从某种程度上可以说，媒体的生存离不开政府，如果哪家媒体失去了政府这个新闻源，那么无论它如何努力都很难在社会上产生巨大影响力。

二、主仆之间，难以平等。

在西方，媒体自诩为是独立于立法、司法和政府之外的“第四势力”，言外之意就是媒体与政府可以平起平坐，不受政府约束；西方的记者也被称为“无冕之王”。在这方面，他们最为得意的事莫过于广为人知的“水门事件”了。在他们看来，是《华盛顿邮报》的两名记者把总统尼克松拉下了马。而事实上，尼克松下台的根本原因是东、西部两大财团竞争的结果，媒体只不过起了推波助澜的作用罢了。

美国政府一方面要利用媒体为自己服务，另一方面还要对那些不听话的媒体或记者实施制裁。2001年，正当美国进行阿富汗战争的时候，美国之音播发了基地组织领导人奥马尔的反美录音，这显然不利于美国战争的进行，美国政府马上撤了美国之音台长的职；在伊拉克战争开始不久，美国军方就开除了一名资深记者，理由是他的报道违反了国家利益；至于政府所谓的为了国家利益来对新闻实行严格的资格审查的事更是屡见不鲜。

无论如何，媒体都是国家的一部分，是隶属于国家和政府的一个部门，它的一切都必须为国家和政府服好务，它没有也

请输入您要搜索的关键词



jin 文章 jin 动态

SEARCH >>

上一篇 PREVIOUS

MORE >>

参与式影像与参与式传播

作者：韩鸿 | 1900-01-01

1999年，世界银行调查每天生活水准不足1美元的6万名贫民，影响他们发展的最大障碍是什么。回答不是食品、住房或医疗卫生，而是自我发声的渠道。[1]如何在媒介生态的建设中，给弱势群体尤其是农村弱势群体一种声音，……

下一篇 NEXT

MORE >>

话语背后：城市报语言暴力类型分析

作者：涂莉琼 | 2004-06-17

内容提要：早期的城市报纸借助于从市民角度出发进行新闻写作、采编的优势，在中心城市跑马圈地，抢占读者，提高发行量。然而，这种操作手法在读者的层次和品味在不断地提升的背景下，暴露出愈来愈多的问题。本文仅……

动态 NEWS

MORE >>

- “媒介融合背景下的新闻报道学” 2009-10-30
- 赵月枝教授获批长江学者讲座教 2009-10-18
- 国际青年影像季2009-2010 2009-10-18
- 2009互动电视（中国）峰会通告 2009-10-18
- 首届中国少数民族地区信息传播 2009-10-13

不可能成为独立于政府之外的“第四势力”。这正如ABC新闻节目主持人塞姆·唐纳森所说：“一般来讲，媒体即使不是权势的侍从，也至少是它的亲兄弟。我们每天都会有一条按着白宫建议播发的报道，只是有时变了样子而已。”虽然新闻界为了赢得普通群众的信任，片面宣扬“报界与政界是敌人”，但实际上它不但不敢与政界为敌，在有些时候反而愿意为政府效劳，做忠实的仆人。

三、为了利益，战战和和，。西方媒体与政府之间既不会总是“顶牛”，也不可能好成一团。他们的关系时而紧张、时而缓和，不能分开、但又不会亲密无间，他们不会是永远的朋友，也不会是永远的敌人。1998年媒体对克林顿性丑闻案进行了大量报道，以至于总统差点因此而下台；但是最终出来打圆场、为总统说好话的还是媒体。在他们这种种看似矛盾而又合理的关系当中，起决定作用的因素是利益。

政府总是希望媒体按着自己的利益来报道，但是由于西方媒体认为“不好的消息才是新闻”，所以，媒体总是千方百计地挖掘政府内幕新闻，在这个过程中，媒体与政府发生利益冲突是很难避免的。一旦媒体的报道不能使政府满意，政府往往会指责媒体没有进行如实报道，并运用各种巧妙的办法与媒体进行交涉，要么要求媒体“公正报道”，要么撤换记者，要么就实行严格的新闻检查，直至动用行政力量而不顾什么新闻自由。事实上，几乎每届总统都对新闻界发泄过不满和愤恨，威尔逊曾断言：“报纸对每件事的报道都是失实的”。尼克松执政期间，政府对新闻界进行了罕有的抨击。1969年，副总统阿格纽发表演说，声称新闻界被自由派的东部名流所控制，思想比较保守的公民的观点没有得到充分报道，他暗示公众采取措施改变这一局面。新闻界受到强烈震动，调查显示，各大电视网的编辑方针都随即发生了有利于政府的变化，因为他们害怕电视台许可证被吊销[4]。

然而，一旦媒体的报道符合政府的口味，有利于维护政府的利益，政府官员包括总统在内也决不会吝惜溢美之词，对新闻报道大加赞赏，频频伸出橄榄枝讨好和拉拢新闻界。历届总统都力图同新闻界头面人物建立个人友谊，对报刊发行人和广播电视业主礼遇不菲，并在媒体内部培植代理人或拉拢部分记者。西奥多·罗斯福总统亲自招待过《纽约时报》发行人阿道夫·奥克斯；富兰克林·罗斯福同发行人家族也保持着长期友谊。

在西方，媒体作为一个商业组织是以追求利润最大化为最终目的的。只要政府中发生了任何新闻尤其是重大新闻时，媒体就会迅速给予报道而不管这个消息对政府有利还是有害。因为这个时候正是媒体吸引受众从而获得更多的利润的绝好时机，它无论如何都不会放过的，就算政府因为它的报道而威信扫地也在所不惜。对“英美士兵虐待伊拉克战俘”这一事件的报道便是明证。这时的媒体与政府可能产生紧张关系，但媒体不会因此而放弃报道的，因为那不符合它的利益。如果一段时间某个媒体惹恼了政府，作为惩罚，政府就会故意把消息透露给它的竞争对手——另一家媒体，这时媒体又会通过各种方式拼命向政府示好，以便获取更多的新闻源；政府为了能让更多的媒体说自己的好话，这时又往往会对媒体过去的报道网开一面，于是他们的关系又从紧张趋向缓和。

总之，西方的媒体和政府之间有着千丝万缕的联系，他们相互影响、相互牵制，既相互合作，又相互制衡，共同维护着政治制度和国家利益。

注释：[1]：罗杰·希而斯曼，《美国是如何治理的》，383页；

[2]：童兵，《比较新闻传播学》，中国人民大学出版社，212页；

[3]：顾耀铭，《我看美国媒体》，新华出版社，90页；

[4]：童兵，《中西新闻比较论纲》，新华出版社，122页；

作者：边春海 河北大学新闻传播学院研究生

邮编 071002

（责任编辑：）

收藏本文

； 打印本页 ； 关闭窗口 ；

读者留言

用户名： * 密码：（游客）请在用户名处输入化名，无需密码

邮箱： * 游客发言需提交邮箱

效验码： * 请输入：3185



[发表评论](#) 评论内容：不能超过250字，需审核后会公布，请自觉遵守互联网相关政策法规。

[▲ 返回首页](#)

[传媒资讯网](#) | [传媒学术网](#) | [传媒考研网](#) | [传媒博客](#) | [传媒社区](#) | [传媒书店](#)

| [关于我们](#) | [会员注册](#) | [交换链接](#) | [联系我们](#) | [法律声明](#) | [广告服务](#) |



© 2001-2009 中华传媒网版权所有 京ICP061016
Copyright © 2001-2009 MediaChina.net All Rights Reserved