

“新闻自由”的外衣碎了一地

在俄亥俄泄漏事件及西摩·赫什曝光北溪管线被炸真相期间，美国舆论的焦点却是“打气球”，一冷一热之间，“新闻自由”的外衣碎了一地。

最近一段时间，推特给美国之音、美国国家公共电台（NPR）、美国公共广播公司（PBS）、英国广播公司（BBC）、加拿大广播公司（CBC）贴上“政府资助媒体”标签，引起了这些美西方媒体的激烈指责和反对，也暴露出其色厉内荏的本质。

那么，为什么美西方主流媒体对贴上“政府资助媒体”标签如此在意呢？其实原因恰恰是美西方媒体受到政府和资本的控制空前的严格，而感到身不由己所致。

以最典型的美国媒体为例。还是在上世纪70年代，美国媒体人堪称“无冕之王”，《纽约时报》《华盛顿邮报》风头更是一时无两，对于这些媒体，无论是政府还是公司都是一脸谦恭，以至于美国总统都要对《华盛顿邮报》女老板客客气气；但在另一方面，美国的资本与政府也相应做出了重要的“策略”调整，那就是80年代和90年代开始的两波媒体兼并潮。经过这两波兼并，大多数美国媒体都控制在了几家大公司手中，进入到社交媒体时代，这样的情况更加严峻了。

传播媒介日趋垄断的一个直接后果是，美国的大公司与媒体之间形成了密切的（利益）链条关系，你中有我，我中有你。在这种情况下，美国媒体也更加倾向于接近企业精英的意识形态。由于企业化程度的不断增强，媒体变成了它本应当监督的企业结构的一部分。这种“亲近”的直接后果是，媒体的新闻报道不可避免地要受到所属企业及其相关利益集团的影响，新闻内容也无法完全逃脱公司的干预。重要的是，这种干预并不是单独的、对于某一个新闻事件的报道的干预，而是对于媒体操作方针的干预。从这个角度看，此前美国媒体对于俄亥俄事件的“忽略”其实是系统性的怠慢，因为它们不可能把光照在自己的阴暗之处。



张国庆

媒体的激烈竞争与公司化也在事实上削弱了新闻报道的冒险精神。具有讽刺意味的是，媒体竞争的加剧往往使大众媒体采取避免冒险和过度深究的工作方法（这也是近年来美国媒体在调查性报道方面每况愈下的原因之一），它们通常喜欢追随主流的和官方的新闻源，尽量报道美国成功和辉煌的一面，这也使得在客观上它们的意识形态倾向接近于美国的主流意识形态和官方意识形态，换言之，现在的美国媒体人较他们的前辈在批判性和监督政府方面已经大不如前了。无怪乎，美国资深调查记者西摩·赫什感慨地说，现在他们（美国主流媒体）中没有一家写过一句关于管道事件的话，甚至都没有引用白宫对我报道的事件的否认。

美国政府对媒体的控制也明显加强，并且在很多重大事件中“颇见成效”。事实上，在尼克松的“水门事件”发生后，美国政府就意识到，如果不能与媒体搞好关系，或者说不能有效引导和操控舆论的话，就会出很大的问题，而尼克松也可以说是战后总统中与媒体关系最恶劣的。这也使得美国政府不仅通过放松媒体所有权管制推动了几轮媒体并购潮，而且对媒体报道及舆情有了更主动的调控，

尼克松后的历届总统也都非常重视总统形象、政府形象的塑造以及与媒体的关系。

到了拜登时期，美国政府对媒体的控制就更加严密了，而且也更加善于通过“议程设置”引导舆论方向，以至于4月16日马斯克爆料称，美国政府可以任意读取所有推特用户的私信，“美国政府对推特上的任何事情进行有效操控所能达到的程度让我大吃一惊”。所以我们便看到，在俄亥俄泄漏事件及西摩·赫什曝光北溪管线被炸真相期间，美国舆论的焦点却是“打气球”，一冷一热之间，“新闻自由”的外衣碎了一地。

美国政府对媒体的控制在很多重大事件中“颇见成效”。

✉ [发自北京]