

Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white sans-serif font on a blue rectangular background.

新闻自由与新闻公正 [Freedom and Justice of the Press]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Preprint
Authors	李, 希光
Publisher	新浪传媒
Rights	Creative Commons Copyright (CC 2.5)
Download date	2026-06-15 05:33:49
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/181992

李希光：新闻自由与新闻公正

李希光

“什么是新闻自由？”我问清华一个新闻学研究生。

“记者自由表达自己的观点。”她说。

她的回答令我感到担忧。这位本科毕业于中国一所知名大学新闻学院的学生的回答代表了了中国新闻传播学界一批人在新闻媒体的基本功能、新闻自由与记者职责、新闻的公正性原则等核心问题上的模糊认识。虽然国际新闻传播学界迄今无法为上述问题给予令各方满意的答案，但是，笔者在这里试图为这些问题的研究提供一个思考框架。

一. 媒体与新闻自由

今天，很多人在上了几年的新闻传播学院、读了一批新闻传播学论著后，反而搞不清新闻学的核心任务是干什么的？记者究竟是干什么的？许多新闻院系的毕业生把在媒体上发表讽刺杂文、抒情散文、甚至长篇评论文章，以引起公众对他个人观点的关注和争论作为他最求的核心目标。很多新闻传播系的学生把脱口秀节目当成媒体的核心。但是，今天的脱口秀和谈话节目不是在引导受众参与有实质性问题的讨论，而是没有任何实质性内容的空谈。特别是请一些政治上不成熟、业务不精的年轻漂亮的人来主持节目。

美国全国广播公司（NBC）新闻频道总裁Michael Gartner在讨论新闻媒体与公众和社区的关系时说，“报纸的职责是向社区做出解释，而不是召集社区开会；新闻记者的职责是调查问题，而不是解决问题；报纸的职责是揭露坏事，但不是发动批判运动；记者和编辑的职责不是起草法规或领导一场运动或展开一场道德审判。” [1] 记者是“新闻是公众的信托，记者是公众的托管人。“新闻是公共服务，新闻媒体归属于公众”，新闻的职责是“促进民主建设、滋补公共生活、为公共问题寻找答案”。 [2] 许多人都相信，新闻传播学的存在价值应该是为办好报纸杂志、广播电视提供专业、专业技能和专业人才。媒体的首要作用是确保一个现代社会的民主制度的健全。因此，为了建设一个真正民主的社会，我们需要认清媒体与新闻自由的如下关系与矛盾：

1. 新闻自由与保护少数人的权力。新闻与言论的自由体现在多数人的权力、少数人的权力和个人的权力都能获得保障。作为一个新闻传播学专业的学生，他或她必须懂得，在一个民主法制的社会里，个人发表意见的权力无需获得多数人的批准。西方思想家John Stuart Mill曾说过，任何企图压制他人言论的做法都是对他人重要权力的剥夺。[3] 《第一修正案》是美国政府理论的基石，这个修正案的理论相信，绝对的多数统治酝酿着暴政的种子。如果民主被简化为一个暴政式的多数主义，就不会有真正的自由。但在现实中，人们很难做到这一点。比如，美国有保障言论自由权力的《美国宪法第一修正案》，而且当你问美国人如何看待新闻自由的时候，多数美国人会把新闻自由、星条旗、祖国列为国家尊严的源泉。但是，在事关国家利益、国家安全、个人利益、集团利益、社区利益的时候，如海湾战争、阿富汗战争，公众就会有一种控制和管理新闻自由流通要求。如有关任何反战和批评声音都不得出现在美国主流媒体上的呼声得到了美国的广大公众、主流媒体、军方和政府的一致支持。美国政府还通过各种手段禁止报道阿富汗平民伤亡和反战的声音。再如，《中华人民共和国宪法》第35条规定，公民有言论出版自由；同时《宪法》51条又规定，公民在行使他们的自由和权力时，不得损害国家、社会、集体的利益，同时不得损害其他公民的自由和权力。如何界定和保护言论自由权力是一个极其复杂和富有挑战性的课题。

2. “媒体服务于民主价值，而不是资本利益。” [4] 在资本主义体制下，最重要的经济问题——投资和生产控制是由少数几个富有的大公司和个人为了寻求最大的利润和竞争力而操纵的，不属于民主政治的管辖范围。民主体制的中心环节是为了保障公民有效的自我管理。为此，人民需要拥有充足的信息、知识和传播和争论的论坛。这个问题的解决是建立一个完善的媒介体制。根据民主理论，新闻有两个不可缺少的作用：1. 一个完善的媒介体制，这个媒介制度迫使当权者要向人民负责和解释；这个体制同时也迫使那些想当权的人（无论来自公共部门或私人部门）同样要向人民做出解释。这是通过媒体的“看家狗”功能来完成的；2. 一个完善的媒介体制必须就当前重大的社会和政治问题提供可靠的信息，并广泛地反应社会方方面面的意见；3. 一个完善的媒介体制应该是对全体公民开放的，所有的公民都可以在上面自由地发表言论。美国伊利诺斯大学教授、《富媒体、穷民主：不确定时代的传播政治学》作者 Robert W. McChesney 用上述标准判断，今天美国的媒介体制不是一个民主的体制，在某种程度上是个反民主的力量。如果看看NBC、ABC、CNN、CBS背后的大老板，人们就会发现控制整个美国媒介体制的是极少数的大公司和几个亿万富翁。这也是全球化时代核心矛盾：大多数人的民主利益被几个权力强大的私人利益所破坏。[5]

3. 新闻自由与媒体的市场份额。在18、19世纪，报纸基本上都是政党报纸。为了防止一个强大的

党派禁止其反对派报纸的出版，美国通过了《宪法第一修正案》。当时的欧洲也在争取新闻出版自由，争取不同意见的报纸获得出版。如果一个社会没有不同政见的报纸，就没有民主。卡尔·马克思大半生都是靠当记者来维持生活，他在当记者的大半生中，是一个坚定的新闻自由理念的倡导者。进入20世纪，随着垄断资本的兴起，美国媒体发生了天翻地覆的变化。一方面是报业变成了几家庞大的报业集团所控制，一个社区通常仅有一两家日报。由广告支撑的报业经济学为想创建新的报纸的人设立了高高的市场准入门槛。尽管美国宪法保障“新闻自由”，但是，那些小报或独立的报纸在这个市场上，几乎没有任何做大的希望。与此同时，传播新技术给全国性杂志、唱片、电影、广播和电视产业带来了迅猛的发展。这些产业今天已经变成了高度集中的产业和巨大的利润机器。无论在美国，甚至在中国，媒体集团已经成为或正在成为一国经济的巨头。商业媒体正在人民生活中发生越来越大的作用。一项统计表明，普通美国人每天的媒体消费超过了11个小时。但是，问题是，人们消费的媒体集中在少数几个大公司手里，这些大公司在几乎没有上面竞争力的市场里运作。《宪法第一修正案》所期待的“新闻自由”发生了根本的改变。一个用来保护和支撑公民有效地发出不同政治声音的媒介体制被变形为一个保护媒介商业投资者和经营者在一个没有竞争力的市场上寻求最大利益的保护伞，在这保护伞地下，他们没有对公众的责任。

由于媒体的商业化兴起，美国媒体的领袖们在20世纪初提出了新闻要“无党、无私、中立、无偏见”的理念。新闻无党无私的理念是美国立国先贤们做梦也想不到的。基于这种新理念，美国在20世纪初正式在密苏里大学、哥伦比亚大学、西北大学和印第安纳大学等著名学府内创建了培养职业编辑记者的“新闻学院”。这些新闻学院的教育理念是“政教分立”——报纸的编辑部门与经营部门分立。根据这个新闻理念，报社的老板必须给这些经过专业化训练的编辑记者独立的编辑决策权。编辑记者是根据他们的专业判断，而不是老板和广告商的政治立场或商业利益做出编辑判断。由受过新闻学院专业化训练的编辑记者办得媒体值得公众信赖，因为他们是中立的。由于获得了公众的信赖，媒体老板就能报纸所面向的社区获得最大的市场份额和利润。

4. 新闻自由与客观公正。西方新闻界专家学者相信，为了保障新闻自由，新闻媒体必须是一个专业化企业，政治上保持中立，并独立于商业价值。但是，在媒体的新闻编辑部的实际操作中，任何一家媒体都难以确保其提供的新闻是中立和客观的。比如，一家报纸在决定什么新闻上头版、什么新闻不报道的时候，这本身是主编的价值观的体现，显示他反对什么、提倡什么。新闻报道客观中立理论很难在实践中推行。其原因有二：1. 任何有争议或冲突的新闻报道，总是寻找官员或公众人物的认证，这些人物的声明构成新闻的合法基础。这种做法的结果是给予这些政治官员和公众人物（包括商业巨头）极大的议程设置权力，他们引导公众关注什么、不关注什么；由于

新闻的议程设置功能，新闻媒体给人一种体制内或主流的感觉；2. 在新闻报道中，一条新闻必须挂在一个新闻钩（如突发事件、政府的新闻发布或示威抗议等）上方有报道价值。而这种新闻钩的选择往往体现了编辑记者的立场和价值观。

5. 新闻与公关和广告。新闻职业化的发展和强大刺激了公共关系产业的兴起。通过向媒体提供完美无缺的新闻稿、安排专家学者接受媒体访谈（公关公司背后已付了钱）、提供一群貌似中立的观众参与谈话节目、通过制造和包装新闻事件，老练的公关机构娴熟地按照他们所代表的商业和政治集团的利益塑造了舆论。尽管如此，媒体欢迎这样的公关公司的存在，因为他们常常低成本第给媒体带来填补报纸版面或电视栏目的新闻。美国的一项调查显示，公共关系公司组织和安排的活动和发布的新闻占美国媒体“新闻”内容的40-70%。[6] 在中国，某些这样的公关公司不仅给记者带来“红包”，更会给媒体带来潜在的广告客源。

公共关系和广告产业在中国的兴起刺激了一个特殊的行业“新闻策划”的诞生。新闻策划出于两方面需求：1) 报纸版面和电视栏目广告商的需求。比如《北京青年报》的《房地产办》、《汽车版》、《电脑版》和《中国青年报》的《数字青年》版等，各个专刊都是一个非常成功的报纸。他们的成功首先在于这些版面的策划是基于有一个迅速增长的广告客户群体；2) 这些广告客户又需要有一批不仅对他们的产品感兴趣，同时又有购买力的广告读者；3) 光靠广告不仅不成报纸，而且也无法吸引这些读者。因此，每期要围绕这些专版策划一些新闻故事。这样的一些新闻故事所依赖的是商业公司，特别是一些大公司。那么，为了拉住和吸引更多的大的广告客户，报纸一般是不太愿意开罪这些大公司的。比如，一个每期发表大量电脑广告的报纸，一般是不会刊登不利于微软、英特尔、IBM、SONY、联想等大公司的新闻，因为那样可能会影响他们的广告收入。这些公司可能发生了有重要新闻价值的故事，但是，如果报道这条新闻会与报纸或电视台的经济收入发生利益冲突，制片人、主编就会自我新闻检查，不去报道这类新闻。

6. 新闻与媒体的非政治化。今天，美国的媒体市场，包括广播、电视、电影、音乐等，被七、八家媒体集团统治。几乎所有的传统新闻媒体正在变成这些媒体商业帝国的一个几乎无足轻重的小单位。媒体集团的老板希望新闻媒体也能象电影、音乐、迪斯尼乐园那样给他带来巨大的商业利润。新闻媒体唯一获得利润的办法就是裁减记者编辑人数、关闭海外记者站、少派记者出差、大量使用免费的公关公司的新闻发布。许多重大的社会问题，如环境生态恶化、人民健康、大学教育质量等由于采访报道成本高，或者会引起利益集团的不满，而被忽视。美国一个电视主持人指出，“事实上，先不提技术带来的变化，我主持电视节目30年来看到的最大的变化是新闻内容的变化：政治新闻的锐减、消费品新闻和名人新闻的剧增。《优秀新闻研究报告》调查统计了1977

年—1997年十年间《纽约时报》、《洛杉矶时报》的头版、ABC、CBS和NBC的晚间黄金新闻节目，以及《时代》和《新闻周刊》。他们发现，政治新闻从过去每5条中的3条，下降到每5条中1条；而有关名人的新闻从过去媒体50条中1条，上升到每14条中1条。” [7] 同样的事情正发生在中国媒体。尽管新闻媒体的首要任务是激发公众对国计民生、社区和国家安全等政治问题的关心，但是媒体越来越多地报道无关痛痒的小新闻、热衷于揭秘、热衷于小道消息，热衷于煽情性新闻、热衷于报道刺激消费者和投资者的财经新闻。他们相信，商业大公司，特别是跨国公司的兴旺发达就会给媒体带来无限的广告商机。在20世纪40年代，报纸的财经栏目更多报道的是劳资纠纷和劳工运动。当时，几乎所有的报纸都有专职的“劳工记者”。而今天整个全美国报道劳工的记者不到10人，而且有关工人贫困问题的经济报道几乎销声匿迹。相反，以报道工商企业和他们的老板的成功故事的“财经新闻”成了主流媒体的主要内容。中国的媒体的报道重点同样在朝这个方向发展。各个媒体的财经记者远远超过其它行业的记者队伍。为了获得财经信息，不仅那些有钱的老板每天都是新闻人物，而且那些与这些有钱人有千丝万缕关系的专家学者和各类思想库也成了媒体报道的主要内容。

报纸的娱乐化、商业化正在削弱其核心功能：引导公众关注国内外政治大事。有的时候，媒体为了维护大公司和跨国公司的利益，甚至会不惜埋葬重大新闻事件的报道。例如，2001年7月在意大利热纳亚西方8国首脑会议会场外发生了10万知识分子、学生、新闻记者和手无寸铁的市民和平抗议全球化的示威游行。军警开枪镇压，一个意大利青年学生被击毙。对这场轰轰烈烈的示威中国媒体对此几乎没有什么报道，西方媒体的报道也是十分吝啬。西方媒体的报道焦点不是放到抗议群众提出的要求和呼声上，而是放在少数抗议者焚烧汽车上，并在报道中引用警方的话强调被打死的意大利青年是个吸毒者，以此暗示参加示威的人群的不合法性和不值得同情。而与此同时，西方和中国媒体却把整版整版的篇幅用来报道西方首脑们在会上为全球化大唱赞歌的声音。

由于媒体背后的这些利益集团，人们要想获得完整真实的信息、人们要想完整地表达自己的观点都受到了这些利益集团的限制——或者是被埋葬、或者是被忽视、或者是被曲解。我在《网络记者》这本书中曾乐观地预言，互联网会带来一个真正的言论自由和新闻自由，网络会打破媒体集团和全球媒体对新闻流通和信息自由流通的垄断和控制。但是，西方学者最新的研究表明，这样一个网络民主的传播社会远远没有到来。随着网络泡沫的破灭，剩下来的是那些背后拥有强大的商业媒体支撑的网络媒体和网站。网络媒体最终生存下来的力量不仅仅是靠技术，更需要的是经济资本和政治资本。政治资本主要指体制的支持和大舆论环境的支持。

建筑在理性主义和天赋人权基础上的新闻自由主义理论相信，任何人都有权发表言论，而无需政府的同意。媒体的存在目的是知情、娱乐和销售商品。媒体的主要责任是帮助发掘真相，做一个

监督社会和政府的“看家狗”。自由主义追求的是最大的受众。美国的新闻体制建筑在自由主义理论上，并且通过《第一修正案》和《信息自由法案》这两个法案得以实现。后来的新闻社会责任理论认为，在自由主义市场条件下，并不是所有的声音都能得到发表，而是谁拥有媒体，谁才拥有新闻自由。媒体有责任确保各种观点都能够得到表达、讨论。如果媒体拒绝承担这个职责，政府、机构或其它部门应该促使媒体承担这个责任。

面对全球化时代围绕新闻自由与媒体出现的上述矛盾，今天我们是否应该提出一个“自由主义的社会责任论”：媒体的主要责任是帮助发掘真相，做一个监督社会和政府的“看家狗”。因此，各种声音都应该得到发表。任何人不仅有权发表言论，而且还应该拥有媒体来发表言论。新闻媒体的核心原则是公正。

二. 记者：你是谁？

1. 记者学者化：媒体的新瘟疫。打开今天的电视，一旦遇到国内外重大事件，在报纸上和电视里看到的不是记者从现场深入采访核实获得的信息，而是看到记者和一帮专家学者坐在那里装腔作势、喋喋不休地发表评论、分析和预测新闻的未来发展。在电视和报纸上，新闻的5个要素who, what, where, when, 和why都越来越少见，更多听到的是“what if.”（“如果发生了什么，会怎么样”的猜测）。“为什么”变成了记者和专家学者们的个人意见和猜测。

专家学者访谈成立今天媒体遇到重大事件的最大风景线。一个国内外重大事件发生后，记者不是赶紧去现场采访，而是立即找一些专家学者发表个人主观意见。由于这些专家学者的客观言论，人们就会认为媒体本身的偏见和不公正。当人们批评媒体不公正的时候，更多的不是新闻报道本身，而是新闻事件发生后，报纸和电视节目上选择的这些专家学者的言论。这些专家学者犹如圣人坐在演播室里评论过去、预测未来。这些专家学者的评论更多的是让读者对事件的理解越来越糊涂，而不是清晰。

本来报纸是由专门的言论版和社论办来刊登评论和分析。报纸杂志和电视的人物访谈越来越变成了记者与学者之间指点江山的文字。记者不知是从什么时候开始扔掉采访本、录音机、手提电脑和手机的？他们是什么时候从记者一夜之间变成了专家学者？他们是从什么时候从公众的信息源泉变成了知识源泉？记者个人意见的表达是什么时候开始变得比新闻事件当事人的意见更为重要？美国南加州大学传播学院新闻学教授、《今日美国报·大众媒体专刊》副主编Joe Saltzman把记者的学者化、新闻作品的学术化刻薄第形容为“媒体的新瘟疫”。[8]

训练有素的记者应该是在采访中认真做采访笔记，认真听取被采访者的谈话，而不是来跟被采访

者展开争论的。记者的天职是清晰无误地报道新闻事实，人们并不在乎记者本人对新闻事件的个人观点和看法。记者是新闻的见证人、历史的第一稿的陈述者。正如CNN《亚洲谈话》节目的主持人在清华对学生讲的，记者是新闻的观察者（observer），而不是当事人和玩家（player）。记者的基本职责是“让公众知情”。媒体上经过选择的少数专家学者的主观言论不仅不会讨好公众，反而由于公众是个混合体，这些有偏见的学者意见，常常会惹恼很多人。Joe Saltzman 教授说，“我们希望有一天当我们一觉醒来，突然发现那些装模作样的谈话节目被传统的新闻报道节目所取代。传统的新闻报道节目深入揭露了影响我们生活的各种问题。” [9] 这种节目不带个人观点、不带讽刺挖苦、不带玩世不恭的态度。这种报道可能对记者来讲要花好多功夫和成本，但对公众却是一个有效的滋补品。”

2. 记者的职业价值。为什么今天有越来越多的记者或新闻学院的毕业生愿意当喋喋不休的谈话节目主持人，而不愿意当一名手拿采访本、寡言少语的记者？主要原因是这些人没有认清记者崇高的职业价值。优秀的记者、媒体领导人应该为他们所从事的工作骄傲和满足。在向别人介绍自己的职业事，有一种自豪感，认为记者是最崇高的职业；美国一项职业自豪感调查显示，不到75%的美国国会议员、81%的政府高级官员、92%的总统任命官员和92%的记者在向别人谈论职业的职业时，有一种自豪感。新闻记者可能不会象其它职业那样会带来高报酬，但是，美国早期的小说家霍桑曾说，他不愿意当律师，因为那要靠别人的悲哀生存；他也不愿意当医生，因为那要靠别人的病痛生存；他也不愿意当牧师，因为那要倾听别人的罪恶生存。对于霍桑来说，剩下的唯一职业就是写作。“如果你要向社会各个阶层传播你的文章、如果你要做社会发展的推动者、如果你要想抑制一个滥用职权的政府，新闻记者是这一切的开始” [10]

当前，新闻记者学者化倾向是新闻学教育产生的误区。强调记者的学者化从本质上是抹杀了新闻工作者作为一个职业的独立存在价值。新闻记者职业价值的实现体现在以下几个方面：1) 各种媒体的新闻记者和总编等新闻专业人员对新闻和新闻价值的界定；2) 在新闻实践中，新闻编辑记者对新闻学基本原理的把握与运用；3) 新闻从业人员对记者职业的社会价值的认识：新闻学和新闻记者与其它学科和职业的区别在于，新闻对公众的服务和对社会的冲击。新闻学的核心体现在新闻工作者的职业价值上，即新闻记者对社会、舆论、公众、政府的影响力。新闻记者通过报纸、电视、广播、网络的新闻报道，可以塑造和改变一个舆论环境，从而使一个社区、一个国家、甚至整个世界变天下太平或天下打乱；4) 新闻记者相信自己是监督权力和公共部门的“看家狗“或”警犬“，他们相信新闻的舆论监督功能将那些想要干坏事的官员变得缩手缩脚，不太敢公然胡作非为；5) 新闻媒体向公众和公共政策部门政府提供可靠的信息。可靠的公共信息，如每天各类媒体必不可少的天气预报，看上去习以为常，但是在关键时刻，可以拯救人的性命。

有了上述对记者职业价值的认识，就会产生从事新闻工作的强大动力。这些动力包括：1) 写作的乐趣、激情和能力；2) 相信新闻事业给个人事业的发展带来光明前景；3) 向公众传播和提供真实可靠信息的责任感和公心；4) 充当社会的良知、社区的看家狗；5) 历史的见证人。

3. 记者的职业原则。由于媒体同时具备三种身份：[11] 谋利的企业、公共服务机构、社会的“看家狗”。作为一个在市场中求生存的企业，其从业人员必须具备高超的满足市场所需要的新闻采访写作编导的技能；作为一个公共服务机构和社会的“看家狗”，其从业人员必须具备一个为社区、为最广大的人民群众、为国家和公众的安全利益服务的公心。因此，一个成功的职业记者为了完成社会和公众赋予使命，他必须坚持以下新闻工作者的职业原则：1) 准确性原则。对事实的核实、再核实，确保报道的每一个事实都是准确的；用两个以上的信源、不用匿名信源；不发表传言、谣言，更不允许发表谎言，如法新社关于“中国访美记者团拍手称快911”的未经核实的传言报道；2) 公正性原则。新闻报道中，要发表新闻当事人双方的陈述；3) 通过采访发掘事实真相是新闻报道的中心环节；4) 每天都要主动出击，寻找新闻，无畏惧地寻求新闻的真相；5) 作为政府和公共部门的看家狗，积极寻求公共信息的公开和政府公共部门会议的开放；6) 努力为民众提供重要的公共信息；7) 真实、全面、公正、无偏见地报道国内外重大新闻事件；8) 具备坚实的新闻写作能力，对语言文字特别敏感；9) 对身外世界有一种与生俱来的好奇心；10) 具有广博的知识；11) 具有敏锐的观察力，特别是对细节的观察力；12) 充满了创造和创新精神；13) 把新闻的公正性奉为最高职业操守。

三. 守门员与议程设置

在讨论本节所要讨论的问题前，我们先看看2002年初西方媒体对两件国际大事的报道：

(案例1) 2002年1月，由美国支持的阿富汗临时政府领导人卡尔扎伊开始了一场从北京、华盛顿、纽约到伦敦的旋风式国际旅行。他所到之处，不仅受到了当地领导人的热情款待，而且当地媒体给予他以极高的评价。但是，2002年2月1日的《纽约时报》记者 MARK LANDLER从阿富汗首都喀布尔发回了这样一篇报道《在国内被冷落的卡尔扎伊在国外受到热烈欢迎》[12]：

阿富汗喀布尔2月1日电——当他这个星期旋风式地完成了从华盛顿、纽约到伦敦的旋风式访问，阿富汗临时政府领导人哈米德·卡尔扎伊赢得了当地媒体的高度赞誉。

虽然他在结束在伦敦访问的时候，受到了点冷遇——邀请更多的国际安全部队的祈求没有得到响应，托尼·布莱尔首相给了他向英国内阁发表讲话的机会，而在此之前获得过这种荣耀的唯一外国领导人是比尔·克林顿。

在他的祖国，卡尔扎伊先生的外交政绩基本无人知晓。由于没有电视或互联网，大部分阿富汗人仅仅是模糊地感觉到他好像出国了。

更为糟糕的是，他在国外享受的那些赞誉和获得成功被阿富汗地方领导人之间重新交战蒙上了一层乌云。他任命的一个东部省份的省长这个星期被迫撤离，至少50人丧生。

今天，在交战的中心地带Gardez召开了一个会议，要求联合国和卡尔扎伊先生的政府调查。另外有人怀疑卡尔扎伊先生在他名义上控制的地方武装之间的调解能力。

“我理解为什么美国人为卡尔扎伊所激动，”《喀布尔周刊》主编Mohammed Fahim Dashti说。“但是，阿富汗人民并不给他所动。”

对于许多阿富汗人来说，44岁的卡尔扎伊先生是一个妥协的选择。挑选一个西化的部落领袖当临时政府领导人满足了美国人，也满足了多数Pashtun人。

卡尔扎伊炫耀的外部装饰——波斯人的羊皮帽、黑绿相间的披风、宽松的裤子是对当地服饰不协调的模仿，在一些阿富汗人看来是矫揉造作。

“他看上去象一个政客，”喀布尔大学社会科学学生Shah Maqsood说。“我不认为他的衣着会让普通的阿富汗人感到特别亲切。”

这些批评反映了一个长期被冷酷的极端分子和贪婪的军阀统治的人民所形成的玩世不恭。但是，也显示卡尔扎伊先生在国内并不是外国人想像得那样令人敬畏。

（案例 2） 2001年圣诞节前夕，当阿富汗战争仍在紧锣密鼓地进行中，在地球的另一边，阿根廷总统德拉鲁阿匆匆逃离了自己的人民。用西方传媒的话来说，这是一场“从天而降的集体性疯狂”，“阿根廷陷入混乱” [13]；用中国某些媒体的话是“一个被国际社会所弃的国家”、“一个被政客所污的国家”、“一个被自己国民所践踏的国家” [14]。

一个曾被誉为经济自由化改革成功样板的国家为什么会落到今天的地步？

阿根廷成了乞丐国家。国际因素是美国对新兴市场国家金融危机政策的改变。当去年阿根廷开始出现危机症候时，美国政府一直冷淡地表示，阿根廷的问题是他们自己的事。据《纽约时报》报道，当阿根廷紧急向国际货币基金组织呼救时，是布什总统亲自干预，阻止了国际货币基金组织向阿根廷拨款，理由是以此向世界表明，今后再也不会有一揽子救援了。美国的态度起了釜底抽

薪的作用，导致对阿根廷经济的信心彻底崩溃。[15]

2002年1月9日的美联社新闻报道把阿根廷危机归咎于“国际投资者的贪婪和国际货币基金组织和美国财政部错过了时机。”“《纽约时报》更是令人心惊胆战地预言，”阿根廷无需偿还债务的时间到了，外国投资者已经对这个国家失去了信心。[16]

但是，10年前，当时的阿根廷总统梅内姆在新闻界的欢呼声中在阿根廷发动一场自由市场改革运动。当时的《纽约时报》赞誉梅内姆的改革计划是“令它拉美政府嫉妒”，欢呼阿根廷是“下一个新兴经济”。《纽约时报》这篇报道在当时具有典型意义。当时的老布什总统和后来的克林顿总统都把阿根廷誉为经济自由化改革成功样板国家，媒体跟着附和起哄。《纽约时报》在1991年发表的一篇报道的标题是《经济新体制给拉美带来了巨变》。这篇报道说，“自由市场”、“开放经济”和“取消管制”成了出租车司机和劳工的日常词语。《芝加哥论坛报》把在智利和委内瑞拉大量涌现的肯塔基、比萨饼、Taco Bell的连锁广告作为经济开放和进步的标志。

任何一个有一点经济学常识的人都会预料，不断高筑的外债、贸易赤字和贫穷最终将毁灭拉美的复兴。但是，为什么这些外国媒体在此之前这么容易轻信他言、上当受骗？美国媒体批评家在2002年2月出版的《美国展望》发表文章《为什么媒体没有预见到拉美的崩溃？》中指出，首先是因为这些外国记者总爱跟当地的精英交谈，很少采访普通百姓，更不用说采访穷人了。关于拉美经济奇迹的早期报道充满了来自外国大公司老板和当地商界人士的引语，而这些人正是这场自由市场改革的主要受益者。例如，在《纽约时报》那篇《经济新体制给拉美带来了巨变》的文章结尾引用的是智利一个刚落成的滑雪场副总裁的话：“我从小做梦都想着这个项目。而今天……这就是这个国家发生变化的政局。”[17]

阿富汗和阿根廷这两个令媒体尴尬的案例却从反面帮助我们理解新闻传播学中“守门员”、“议程设置”、“合法化”这些概念的实际意义。

1. 守门员。新闻记者、编辑、总编都是新闻的守门员。他们把守新闻大门，他们通过报道什么新闻、不报道什么新闻，从而决定了读者、听众和观众读什么新闻、听什么新闻和看什么新闻。守门员还决定什么时候报道这条新闻、从什么角度报道这条新闻、主要引用的信源是谁、什么人是对采访对象、各级宣传部门的官员、各个公司企事业单位的公关部门等都是新闻的守门员，他们控制着所在政府机构、部门、公司的信息对外传播并控制着内部信源。在国内鲜为人知的卡尔扎伊为什么一夜之间成了包括中国报纸电视等媒体在内的各国媒体的明星？毫无疑问，卡尔扎伊这个新闻人物是全球媒体制造出来的。全球媒体作为全球新闻传播的守门员，通过引用国际合法信源（白宫、联合国）、选择国际公众能接受的视角，把卡尔扎伊包装成领导阿富汗走向现代文明的

领袖人物。过去，人们一想到阿富汗就想到塔里班和本·拉登，而今天，人们再想到那个国家的时候，人们会想到那个头戴波斯羊皮帽、身披黑绿相间斗篷的阿富汗新领袖，尽管阿富汗老百姓认为他的服饰不协调和矫揉造作。

2. 议程设置。新闻媒体的重要只能是议程设置。媒体通过报道什么、突出报道什么、什么新闻上头条，决定了什么样的事件是重要新闻，应该获得公众和政府的关注。议程设置功能还表现在不仅是告诉公众去关注什么问题或什么人，而且常常还告诉公众如何关注这些问题或什么人。当阿根廷开始市场自由化的经济改革开放后，把阿根廷誉为经济自由化改革成功样板国家，通过肯德基、比萨饼、麦当劳和Taco Bell的连锁广告作为其经济开放和进步的标志。全球媒体对阿根廷市场自由化旗手的突出报道，使公众在关注阿根廷经济形势时，只注意其外资的增多，而完全忽视了阿根廷经济危机的主要成因之一，是宏观经济政策偏差，只注重对外开放，忽视国内生产部门的结构改革，经济运转以借债和还债为轴心，国家丧失了部分经济自主权。当世界性经济萧条袭来时，在国内生产萧条、出口创汇能力低下的情况下，只有不断借新债还旧债。

在研究新闻流通和分析新闻作品的时候，还要注意新闻报道中的隐藏议程。“暗藏信息”理论的提出是对记者在稿件中暗藏的个人文化和意识形态偏见的批评。有的报纸除了在报道选题、叙述框架影响读者外，还要关注其文字中的潜藏信息。如果文章已经署了作者的真实姓名、所代表的组织机构、利益集团者外，这种文章可允许其大量使用这种潜藏信息文字和符号表达自己的思想意识形态和文化偏见。但是，如果文章的作者没有标明真实身份，或者是本报记者写的稿件，我们就应该认真考察一下暗藏信息的符号和问题。这种暗藏信息和隐藏议程将损害新闻报道的平衡和公正原则。例如，国内的一家报纸就阿根廷危机发表了新闻述评《激情阿根廷 悲情阿根廷》[18]，文章不分析阿根廷经济危机的根源在那里，作者反而是充满了个人感情地指责这场危机是“那些热衷于探戈与示威、迷恋马拉多纳与博尔赫斯的激情国民”，是因为他们缺乏“国家意识和民族感情”。

对于这类带有记者个人偏见的潜藏信息，我们可以用以下简单的鉴别方法把它们找出来：1) 给某种人、思想或利益集团以某种保护的暗示；2) 暗示给某种人特别优待，如来自美国的发明就是比中国的发明先进，来自农村的一定比城市的朴实；3) 对过去的留恋，对新生事物的恐惧；4) 对新生事物的过分乐观，如对全球化和加入WTO；5) 反叛现有体制。暗示现有体制的不公平、政府一无是处；6) 玩世不恭，愤世嫉俗；对一切都不屑一顾；6) 一切朝钱看。金钱是万能的，人活着就是为了自己，人不为己，天诛地灭；7) 宣扬宿命论，不相信人的主观能动性等等。

3. 合法化或正名功能。从上述两个案例的分析，我们发现，由于媒体不可低估的社会影响力，媒

体的新闻报道对个人、组织、机构、思想、观念有一种合法化或正名的力量。由于卡尔扎伊作为阿富汗临时政府领导人出现在CNN的屏幕上，他在一般大众的心目中，他就是合法的阿富汗领袖。如果一个人作为一个专家出现在电视里讨论一个问题，就会在一般大众中加强他的权威性。电视通常不会请一个没有名望、不重要的或公众不认可的人物来发表评论。电视决不会把宝贵的时间留给一个不重要的人物、讨论不重要的问题或思想观念。媒体的合法化和正名功能促使记者在选择信源、采访对象的时候特别谨慎。比如，美国主流媒体通常不会引用一个被认为“政治上不正确”的人物或组织的话来评论新闻事件。引用的信源要求政治上的正确和合法。

四. 受众行为与传播障碍

虽然卡尔扎伊在联合国大厦、在白宫、在唐宁街、在中南海、在全球媒体上、在中国的主流媒体上获得了隆重热烈的欢迎和赞誉，但是，如《纽约时报》的报道所描绘的，“卡尔扎伊炫耀的外部装饰——波斯人的羊皮帽、黑绿相间的披风、宽松的裤子是对当地服饰不协调的模仿，在一些阿富汗人看来是矫揉造作。”“他看上去象一个政客，”喀布尔大学社会科学学生Shah Maqsood说。“我不认为他的衣着会让普通的阿富汗人感到特别亲切。”卡尔扎伊的形象在塑造和传播过程中，为什么会产生这么大的不同效果？这就是本节讨论的问题：受众行为与传播障碍。

1. 感知扭曲 (perceptual distortion)。由于宗教、文化、民族、国籍、年龄、性别等的方面的差异，电视或报纸报道的同一条新闻常常会在不同的读者或电视观众中产生不同的效果，传播者发出的信息与受众接受和最终感知的或理解的信息常常是两码事。传播学研究发现[19]，造成这种对新闻接受和理解的差异是由构成新闻的文字和符号的外延和内涵所造成的。

在接受新闻的时候，人们不仅从文字和符号的所贴的标签、特定意义或外延 (denotative) 去直接理解某个事件、人物、国家、宗教、文化、观念和思想，受众还根据他们个人的经验、价值观、文化、信仰、观点和态度等等去理解和想像这些文字和符号的言外之意 (connotative)，即内涵。这种言外之意包括单词字面意思之外的意义、思想、属性等等。比如，中华人民共和国、共产主义、新华社、人民日报、法轮功、西藏、达赖、台湾等对不同的读者有不同的内涵。

“新华社”对于许多中国人来说，是国家通讯社，是中国最大的信息总汇，是最合法的信息源任何新闻经过新华社报道出去就具有了权威性和真实可靠性。但依据美国人的立场和价值观判断，国家或政府出钱办的媒体属于“非法信源” (illegitimate source)，是宣传机构，不是新闻机构。因此，西方媒体有时在引用某个中国官员的话时，为了在读者心目中降低这个官员的可信性，特别强调“这是据官方的新华社报道”、或“据国家电视台CCTV报道”、或据“中共喉舌

《人民日报》报道”。

2. 认知杂音 (cognitive dissonance)。当读者读到或听到的新闻与往常读者心理上能够内心安适坦然接受的信息发生了冲突，读者的大脑就会通过拒绝这种“信息杂音”或修正这种杂音，而求得心理上的平衡。比如，中国对法轮功的批判在美国公众耳目里产生的是一种认知杂音，很难说服他们对这种批判声音的认同和接受。认知杂音多半是语义上的误读。因此，要通过精良的新闻写作来消除不和谐之音。再如，一个狂热的自由市场鼓吹者或是一个自由市场改革的受益者会把那些把阿根廷危机归咎于自由市场改革失败的新闻报道当成杂音，而不予理会。

3. 个体差异。个体的人口统计学特征、个人经历影响受众对传播者和他们传播内容的感知。因此，信源的可信性和问题性新闻的报道 (issues-oriented stories) 的理解也是因人而异。比如，1998年6月，当法轮功练习者围绕何祚庥院士家庭的时候，《华盛顿邮报》驻京记者以采访了何祚庥和围扰北京电视台的法轮功练习者。在报道中，《华盛顿邮报》客观地报道了何祚庥个人及家庭受法轮功练习者骚扰的情况，并指法轮功为“cult”（邪教）。由于《华盛顿邮报》是美国公众的合法信源，就不会在美国公众中产生杂音。而后来《人民日报》批判法轮功的时候，由于对信源的偏见，美国公众认为这是一种杂音。再则，性别也会产生不同的接受效果。比如，电视上的同一条新闻会给男女观众留下不同的印象。女性观众更观众电视报道中的软性内容，比如视觉细节，特别是背景画面；男性观众可能会记住电视报道中的事实性细节，而不是背景画面。

[20]

4. 社会控制与排斥。人们常常生活在社会的各类圈子里，这种社会圈子有时候严重控制着人们对新闻报道的理解。无论媒体轰炸有多么猛烈，他们只相信圈内成员对新闻事件的分析与结论。比如，尽管各类媒体发动了强大的批判攻势，法轮功练习者对传媒宣传无动于衷，完全与社会隔离，拒绝大众媒体的宣传。再如，很多人把阿富汗极端宗教主义的强盛归咎与这个国家没有现代文明设施，如没有电视或互联网。但是，在未来即使电视和互联网在这个国家获得了普及，但是由于社会控制和排斥，这个国家的人民对全球媒体带来的西方价值宣传也不一定能够象许多中国人这样敞开胸怀去拥抱。

5. 新闻接受的选择过程。由于媒体的出口越来越多，媒体市场竞争越来越激烈，都在争夺受众的注意力，因此，受众接受新闻的过程包括下面几步：1) 选择性关注；2) 选择性感知；3) 选择性记忆。读者在报纸上获得新闻是一种偶然的和突发的行为，但是最终读者是根据自己的选择决定关注什么样的新闻报道。由于人们不可能在我们的大中媒介环境中读到、听到和看到所有的东西，人们只是选择那些对他们有兴趣或有帮助的信息；由于人们不可能记住一切事情，人们只记

住那些对他们重要的信息。人们经过选择保留下来的记忆是很容易被扭曲的。人们最后“记忆下来的或下意识修改后的记忆是那些强化我们的信仰和态度或消除认知杂音的事件或事实。” [21] 因此，美国媒体在中国的选题和报道中，常常是泛意识形态，一切从政治出发。如，总喜欢在涉华报道中，加那些意识形态符号，“共产党中国”、“共产党政府”、“中国占领下的西藏”、“自由的主权国家台湾”。

6. 脸谱化形象或好莱坞化。所谓脸谱化形象是受众在脑海里再现现实世界时，出现的简单化形象或画面。比如，大部分美国人一想到中国，就会想到那是一个共产党国家，一想到共产党，就想到美国电影、电视、报刊杂志和学校课本上出现的“共产党魔王”，如斯大林、毛泽东、大跃进、文革、反右；一想到中国的现政府，就想到89天安门，一个黑白分明的凝固的天安门画面成了社会和经济转型期中国复杂社会环境的代表；一想到人权，就想到李宏志、达赖。新闻报道的脸谱化虽然是把复杂的世界简单化、灰色的中国黑白分明化，但是，对于被动的、“弱智的”大众媒体受众却是十分有效的。这也正是为什么西方的政治传播专家们在包装卡尔扎伊的时候，仍然使用脸谱化的方法——“波斯人的羊皮帽、黑绿相间的披风、宽松的裤子”

7. 价值与世界观的培育作用。 媒体研究发现，人们的价值观和世界观与他们接触的媒体有着直接的关系。一个每天花大量时间看新闻或谈话节目的人，电视报道的新闻成了他认定的现实世界、谈话节目的话题成了他认定的社会重要话题。比如，读者从报纸上每天读到政府贪官的新闻，就会认为这个国家的政府上上下下腐败透顶。

8. 少数人的沉默。 并不是所有的人都相信媒体上宣扬的价值观和世界观。但是，与主流媒体上的主流价值观和世界观持不同意见政见的少数人因不愿被大多数人视为另类而被孤立，只好把他们的观点和态度藏匿起来。随着这些非主流的观点从公共讨论中撤出，剩下来的多数人意见会变得更加强大。在全球化时代，随着全球传播和全球媒体的形成和强大，全球媒体的声音成了全球的声音，成了国际社会的声音。与这种全球媒体声音不符的信息将被视为非法和异端。为了不被视为全球化传播的落伍者，人们或者加入这个全球媒体的主流声音，或者保持沉默。例如，在阿富汗战争报道中，中国的大部分报纸的话题、话语、信源、议程、框架基本是照搬全球媒体的。任何不入流的话语，如，“恐怖主义产生的根源上什么？”、“为什么美国总是恐怖主义袭击的目标？”“阿富汗战争究竟有多少平民百姓伤亡？”这类问题是没有人敢在媒体上提出，更罕有人勇敢地去调查和回答。

讨论上述新闻接受行为，是为了帮助记者在新闻选题、采访、报道中避免在受众中产生认知杂音，使自己报道的新闻内容不被读者或观众的新闻接受的选择过程过滤掉。

五. 新闻学核心原理：公正性

1. 什么是新闻的公正性？这是一个古老的问题。在过去一百多年里，新闻采访、写作、编辑和传播的技术手段发生了天翻地覆的变化，无论采用的是报纸、杂志、广播、电视、卫星电视、有线电视、互动电视、网页、手机、PDA等各种形式，人们每天仍然在问：这条新闻报道公正吗？

什么是新闻的公正性？这是一个见仁见智的问题。记者和读者对公正性的看法有不同的立场和出发点。读者期望记者在新闻采访、写作、编辑过程中，能采取一种专业化操作方式，能从公众的利益和视角架构新闻，而不是从记者个人的偏好出发。由于个人对每个新闻事件的感知是有差异的，再加上个人的偏见和价值观上的差异，存客观的新闻报道是不存在的。但是新闻报道应当尽量最求客观的、真实的、准确的和公正的。

新闻不公正性包括：事实的不准确、不完整、不全面、不深入、没有解释、没有背景、没有语境。此外，新闻的事先策划、拒绝报道某件新闻、拒绝更正失实报道、记者采访报道过程的傲慢无礼、报道传言、报道谎言、不核实事实、无信源报道、匿名信源、煽情、渲染暴力、侵犯隐私等等。不久前，由美国“自由论坛”发表的《公正新闻学》一书中指出报纸常常出现的九大不公正现象[22]：1) 报纸把事实搞错；2) 报纸拒绝认错；3) 报纸拒绝透露新闻源；4) 报纸雇用了无知、浅薄或不合格的记者；5) 报纸喜欢墙倒众人推、以攻击弱者为乐；6) 报纸集中报道负面新闻；7) 报纸缺乏多元的、多样化的报道和言论；8) 报纸把编辑记者个人的意见掺杂在新闻报道中；9) 报纸不愿承认：新闻并不是每天头发生。

2. 新闻公正性公式。美国自由论坛主席Charles L. Overby 提出了“新闻公正性公式”[23]：

$$A + B + C + D + E = F$$

准确+平衡+全面+客观+伦理 = 公正

$$(Accuracy + Balance + Completeness + Detachment + Ethics = Fairness)$$

3. 中国媒体面临的不公正性问题。依据新闻公正性原则，让我们最后简单地讨论以下今天中国各类新闻媒体存在的问题。

报纸所表达的言论应该主要代表谁的意愿？是大多数人民群众的意见？还是大公司，特别是那些在报纸版面上购买广告版面的广告商的意见？民主的原则是既代表大多数人的意愿，同时也保护少数人发表意见的空间。那么，那些代表跨过公司利益的言论究竟是代表了中国广大人民群众

主流意见？还是代表了少数人的边缘意见？一个有质量和公正的报纸在中国社会向复杂的多元社会和市场社会转型过程中，要起到一种对各种权势、商业势力、政府和非政府利益集团的制衡作用。社会给媒体的使命是监督社会。社会之所以赋予它这种使命，因为媒体的立场是代表广大公众的、无偏见的。那么，谁来监督媒体无偏见地完成其监督社会、制衡各种权势集团的使命？批评媒体的标准是什么？我们可以通过选题和报道的内容分析，如看看引用某种价值趋向的学者文章数量？支持跨过公司的文章数量？批评跨过公司的文章数量？站在企业家立场说话的文章数量？站在普通工人立场说话的文章数量？在德国汽车被砸事件采取的立场？倾向德国大公司的文章数量？倾向砸车人的文章数量？倾向迎合本报广大读者意见的文章数量？以党报为代表的中国主流报纸（包括这些报纸办的子报）从理论上讲，应该是为受广大的受压迫者和穷苦大众百姓说话。因而在实践中，这类媒体出现了以下这些问题：1) 太多的煽情报道，过分追求新闻的娱乐化和阅读率；不承认：并不是每天都有911发生；2) 太多的负面报道。太多的负面报道也反应了编辑记者或报纸的主编的偏见。他们太关注冲突、失败和坏事，而不注意报道和解释事件的正面发展、成功和好人好事。特别是我们的媒体今天越来越关注社会中的坏人、坏事，而不注意到我们的社区里广大公民都是善良的群众，这些普通人在求生中表现出来的成功故事。如果报道成功者，我们的媒体关注的是那些富有的成功者。也就是说，你越有钱，媒体越关注你，你就更加有钱（如比尔·盖茨）；3) 太多的主观色彩。特别是在报纸的言论中，那些专栏作者总是以教师爷的口吻说话，抢先站在道德高地上，他们的文章读起来常常带有一种精英阶层常具备的那种傲慢与偏见；4) 急于下结论。媒体在许多事件中，在没有通过深入采访获得事实真相前，编辑记者越来越急于下结论、做判断；5) 报道片面。有些报道中的结论和言论并没有充分和公正地反应整个社区的民意。如果我们的记者不坚持新闻的公正性原则、不坚持为最广大的公众利益服务、不坚持新闻报道的专业化、不在新闻采访写作上下大功夫，新闻报道质量将会持续下降。我们的媒体上将会大量充斥这不经核实的事实、记者和作者轻易下的结论、不公正的批评和浅薄的解释等等。这类低质量的媒体和新闻报道最终将严重影响媒体的公信力。

（本文为《新闻学核心》第一章原稿，南方日报出版社2002年4月出版）

注释：

[1] WHO OWNS THE FOURTH ESTATE?, Romano, Carlin, Nation, 01/24/2000, Vol. 270 Issue 3

[2] Cailin Romano, Nation, 01/24/2000, Vol. 270 Issue 3 WHO OWNS THE FOURTH ESTATE?

[3] Students don't understand democracy? Look to journalism education, Clearing House, Jan/Feb96, Vol. 69 Issue 3, David L. Martinson

- [4] JOURNALISM, DEMOCRACY,...AND CLASS STRUGGLE, Robert W. McChesney, Monthly Review: An Independent Socialist Magazine, Nov2000, Vol. 52 Issue 6
- [5] JOURNALISM, DEMOCRACY,...AND CLASS STRUGGLE, Robert W. McChesney, Monthly Review: An Independent Socialist Magazine, Nov2000, Vol. 52 Issue 6
- [6] JOURNALISM, DEMOCRACY,...AND CLASS STRUGGLE, Robert W. McChesney, Monthly Review: An Independent Socialist Magazine, Nov2000, Vol. 52 Issue 6
- [7] JOURNALISM & DEMOCRACY, Nation, 05/07/2001, Vol. 272 Issue 18, Bill Moyers,
- [8] THE NEWEST MEDIA CURSE: JOURNALIST-PUNDITS, Joe Saltzman, USA Today Magazine, Mar2001, Vol. 129 Issue 2670
- [9] THE NEWEST MEDIA CURSE: JOURNALIST-PUNDITS, Joe Saltzman, USA Today Magazine, Mar2001, Vol. 129 Issue 2670
- [10] Writing for Mass Communication, Earl Hutchison Sr., Longman Publishers USA, N.Y., 1996, P.17
- [11] 1999 Journalists Survey: Overview, www.people-press.org/press99rpt.htm
- [12] Hailed Abroad, Karzai Is Ignored at Home, By MARK LANDLER, The New York Times, February 2, 2002
- [13] 阿根廷——可能一场超过十月革命的革命运动已经开始, 人民日报《强国论坛》2002年2月3日, www.peopledaily.com.cn
- [14] 激情阿根廷 悲情阿根廷, 《南方周末》2002年1月25日,程增宾
- [15] 阿根廷怎么了? 人民网北京2002年1月17日讯, 李志明, www.peopledaily.com.cn
- [16] The American Prospect, Volume 13, Issue 4. February 25, 2002, Why the media missed Latin America's collapse, Ken Silverstein
- [17] The American Prospect, Volume 13, Issue 4. February 25, 2002, Why the media missed Latin America's collapse, Ken Silverstein

[18] 激情阿根廷 悲情阿根廷, 《南方周末》 2002年1月25日,程增宾

[19] MediaWriting:print, broadcast, and public relations, W.Richard Whitaker, Janet E. Ramsey, Ronald D. Smith, Longman, p.4

[20] MediaWriting:print, broadcast, and public relations, W.Richard Whitaker, Janet E. Ramsey, Ronald D. Smith, Longman, p.5

[21] MediaWriting:print, broadcast, and public relations, W.Richard Whitaker, Janet E. Ramsey, Ronald D. Smith, Longman, p.6

[22] www.freedomforum.org/publications/diversity/bestpractices/bestpractices.pdf

[23] www.freedomforum.org/publications/diversity/bestpractices/bestpractices.pdf

来源: http://academic.mediachina.net/academic_xsjd_view.jsp?id=4193

/