

美国主流媒体公信力下降的原因分析^{*}

邢悦 贾伟^{**}

【内容提要】 美国大众传媒一直被称为立法权、行政权和司法权之外的“第四权力”，并对美国政治和社会具有深远的影响。然而近年来，尤其是在特朗普上台以来，美国主流媒体的公信力一再下降，其在美国民主政治生活中的作用越来越受到公众的质疑。大部分美国学者主要从个人（媒体的消费者）的政治倾向、保守政党的政治动员策略以及民粹主义思潮的盛行等视角来分析美国主流媒体公信力下降的原因。本文认为，美国主流媒体自身的问题是导致其公信力下降的主要原因，这些问题主要体现在：在市场利益的驱动下热衷于报道颇具娱乐性质的政治丑闻；自由主义偏见使得主流媒体的意识形态色彩日益浓厚，成为政党竞争的舞台；坚持“政治正确”的导向使得主流媒体与社会现实和普通民众的心声越来越脱节。与此同时，美国的政党极化和社会分裂则是导致美国主流媒体公信力下降的外部因素。以市场化形式运作的美国媒体作为一个传递信息的中介，体现了美国严重两极分化的政治和社会生态。并且，“撕裂的社会”和“撕裂的媒体”相互作用，彼此强

* 感谢《世界政治研究》匿名审稿专家提出的宝贵意见。文中错漏由作者负责。

** 邢悦，清华大学国际关系研究院副教授，中国对外政策研究中心主任；贾伟，清华大学公共管理学院研究生。

化。从本文的研究中可以看出，“新闻自由”的媒体并不一定等同于健康的、客观公正的媒体。

【关键词】 美国主流媒体 公信力下降 政治极化 社会分裂

美国的大众传媒（mass media）一直被称为立法权、行政权和司法权之外的“第四权力”（the Fourth Power），在美国民主政治中发挥着传递信息、监督政府、动员民众政治参与、传承社会价值规范等功能，对美国的政治和文化产生了深远的影响。

本文讨论的主流媒体主要是指以报纸（大部分都有网站）和电视（有线、无线、卫星）为信息传播手段的传统媒体，包括《纽约时报》（New York Times）、《华尔街日报》（Wall Street Journal）、《华盛顿邮报》（Washington Post）等知名度高的报纸和美国有线新闻网（CNN）、全国广播公司（NBC）、美国广播公司（ABC）、哥伦比亚广播公司（CBS）等收视率比较高的电视台。这些主流媒体虽然既有新闻节目，也有娱乐节目，但它们主要关注时事，重点报道新闻事件，因而也被称为“新闻媒体”（news media）。^①

就在半个世纪之前，公众还认为新闻媒体是“美国最受信任的机构之一”^②。然而近些年来，美国主流媒体的公信力却不断下降。据美国全国选举研究（American National Election Studies，或称 ANES）1956年的调查，66%的美国人认为报纸是“公平的”，仅有27%的人认为报纸是不公平的；并且，这些观点在两党的支持者中差距不大，78%的共和党人和64%的民主党人认为美国的主流媒体是“公平的”。^③

然而，当前新闻媒体在公众心目中的定位已经逐渐发生改变。如图1所示，美国综合社会调查（General Social Survey，或称 GSS）40余年的系列调查结果显示，在接受调查时对新闻媒体表示出不信任的民众的比例总体不断上升。1973年，仅有14.4%的民众表示对媒体“几乎没有”信心，2016年这一比例已经上

① 新闻和娱乐有时不容易区分，电视中新闻内容的节目常常含有娱乐的功能，而娱乐节目也常常报道新闻，比如一些评论和讽刺新闻的脱口秀（Talk Show）节目。

② Ladd J M. , *Why Americans Hate the News Media and How It Matters*, Princeton University Press, 2012, p. 3.

③ American National Election Studies, 参见美国全国选举研究（ANES）1956年报告，<https://electionstudies.org/data-center/1956-time-series-study/>。

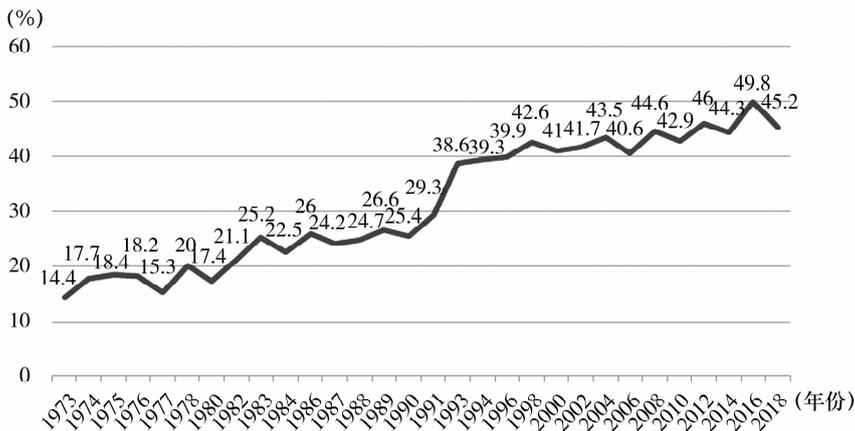


图1 1973—2018年GSS调查中对媒体“几乎没有”信心百分比折线图^①

资料来源：作者自制。

升到了49.8%，几乎占到受调查人数的一半^②。皮尤研究中心（Pew Research Center）在2019年2月的一项调查显示，许多美国人认为虚假新闻的出现和传播正在给国家造成重大伤害，需要予以制止；79%的美国成年人表示应该采取措施限制媒体发布虚假新闻；68%的美国成年人认为，虚假新闻极大地影响了美国人对政府机构的信心。^③

为何美国主流媒体的公信力不断下降？为何越来越多的美国民众不信任媒体？为何特朗普对媒体“假新闻”“人民的敌人”的指责甚至引起了很多民众的强烈反响和支持？这些正是本文要探讨的问题。

一 文献评述

2016年美国大选前，主流媒体“一边倒”地认为民主党候选人希拉

^① 1973—2018年美国综合社会调查（General Social Survey，或GSS）中回答对媒体“几乎没有”信心百分比折线图，<https://gssdataexplorer.norc.og/trends/Politics?measure=conpress>。

^② 参见1973—2018年美国综合社会调查（General Social Survey，或GSS），<https://gssdataexplorer.norc.og/trends/Politics?measure=conpress>。

^③ Pew Research Center, Many Americans Say Made-Up News Is a Critical Problem That Needs To Be Fixed, June 5, 2019, <https://www.journalism.org/2019/06/05/many-americans-say-made-up-news-is-a-critical-problem-that-needs-to-be-fixed/>。

里将会以较大优势当选，共和党候选人特朗普不可能胜选，而结果却出乎预料。这一事件使美国主流媒体的公信力受到巨大冲击，民众对媒体的信任度降至最低点。

其实，美国主流媒体公信力下降是一个长期的趋势，大多数美国民众都已经意识到这个问题，一些美国学者对此也做了相关研究，分析究竟是什么因素导致这一现象。他们的观点主要集中在以下三个方面。

第一种观点认为，民众对媒体的偏见和不信任主要受个人政治倾向的影响，而且主要是共和党人及其支持者不信任媒体，其他人对美国的态度变化不大。这个观点确实可以得到民调的证实。皮尤研究中心曾进行过针对2018年和2019年对新闻媒体的信任度调查，在综合分析后发现，“特朗普时代”政党认同成为影响对媒体信任度的重要因素，与民主党支持者相比，共和党支持者对新闻媒体及其动机一直表现出更多的怀疑。^①

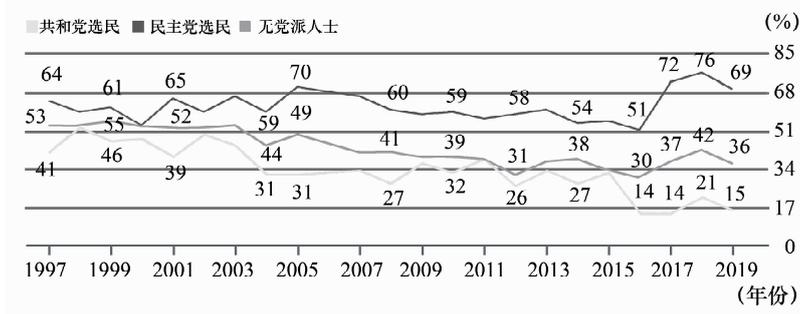
值得注意的是，自21世纪以来民众对媒体的信任度总体呈现明显的下降趋势。如图2所示，从盖洛普（Gallup）2019年发布的民调数据来看，不仅两党选民对媒体的信任态度分歧愈发明显，信任主流媒体的无党派人士比例也在不断降低，从1997年的53%下降到2019年的36%，其中2016年更是低至30%。^②上述观点无法解释无党派人士对媒体的不信任现象以及主流媒体在美国公众中公信力普遍下降的总趋势。

第二种观点认为，公众对媒体信任度下降是保守派政治精英煽动和蛊惑的结果。民众对媒体的看法并不是建立在对媒体报道的真实性、中立性的实际评估基础上，而更有可能是将保守派政治精英的主张内化的结果。^③实际上问题并非在于媒体本身是存在偏见的，而是民众受到政治精英宣传的影响，相信媒体是存在偏见的。有学者明确指出，所谓的媒体负面形象，不一定真实反映了媒体的“不自由”，更多的是政党的一种组织动员策略，且保守的政党尤其有可能通过骚扰、批评、起诉新闻记者，甚至审查新闻界，以削弱媒体的监督

① Pew Research Center, *Trusting the News Media in the Trump Era*, December 12, 2019, <https://www.journalism.org/2019/12/12/trusting-the-news-media-in-the-trump-era/>.

② Gallup, *Americans' Trust in Mass Media Edges Down to 41%*, Sep. 26, 2019, <https://news.gallup.com/poll/267047/americans-trust-mass-media-edges-down.aspx>.

③ Watts M. D., Domke D., Shah D. V., et al. "Elite Cues and Media Bias in Presidential Campaigns: Explaining Public Perceptions of A Liberal Press," *Communication Research*, vol. 26, no. 2, 1999, pp. 144 - 175.

图2 1997—2019年Gallup调查不同党派支持者对媒体信任程度百分比折线图^①

职能。^②更有学者强调,攻击媒体报道的偏见甚至成为政客在遇到负面报道时的常用策略,政治精英通过这种方式缓解负面新闻报道的影响。^③早在20世纪末,就有学者通过分析1988年、1992年和1996年总统选举的民调数据发现,认为新闻内容存在自由主义偏见倾向的公民数量显著增加;而且这种认知并非来源于新闻媒体对主要候选人报道数量或比例的变化,而是深受保守政治精英对媒体自由偏见的指责影响。^④

的确有许多研究表明,在判断政治信息时大多数公众依赖政治精英的暗示。政治精英将信息简化,公众能够在不耗费大量时间精力的情况下了解信息,这会有助于最终政治决策的形成。^⑤但与此同时,公众缺少足够的渠道和精力探究媒体报道的真实性、中立性,政治精英的引导或暗示因而成为公众评价媒体偏见的捷径。

然而这种观点不能解释的是,美国主流媒体号称是“人民的卫士”“人民的看家狗”“人民的代言人”,政府和政客本来是媒体监督的对象,民众却为

① 图表来自盖洛普(Gallup)2019年9月26日报告“Americans' Trust in Mass Media Edges Down to 41%”,1997—2019年Gallup调查中不同党派支持者对媒体信任程度百分比折线图, <https://news.gallup.com/poll/267047/americans-trust-mass-media-edges-down.aspx>。

② Kenny P. D., “The Enemy of the People: Populists and Press Freedom,” *Political Research Quarterly*, vol. 73, no. 2, 2020, pp. 261–275.

③ Smith G. R., “Politicians and the News Media: How Elite Attacks Influence Perceptions of Media Bias,” *The International Journal of Press/Politics*, vol. 15, no. 3, 2010, pp. 319–343.

④ Domke D., Watts M. D., Shah D. V., et al. “The Politics of Conservative Elites and the ‘Liberal Media’ Argument,” *Journal of Communication*, vol. 49, no. 4, 1999, pp. 35–58.

⑤ Mondak J. J., “Public Opinion and Heuristic Processing of Source Cues,” *Political Behavior*, vol. 15, no. 2, 1993, pp. 167–192.

何宁愿选择相信政客而不信任媒体呢？保守的政治精英又是如何做到让民众“跟着走”的呢？

第三种观点，也是最流行的观点是，媒体公信力的下降与美国社会日益兴起的民粹主义思潮有着重要关联，主流媒体越来越不被公众信任的主要原因是民粹主义的“反媒体”态度，而不是媒体自身的失职行为。

很多学者忧虑地看到，美国正处于一个“民粹主义时代精神”（Populist Zeitgeist）盛行的新时段，民粹主义阵营的崛起对新自由主义秩序构成了挑战。^①他们认为民粹主义（Populism）是一种“呼吁整个政治团体反对共同敌人，特别是不作为的政治精英”的政治逻辑，其特点是强调“纯洁的人民”（the pure people）和“腐败的坏精英”（bad, corrupt elite）之间的冲突，^②人民与政治精英之间的对立关系是民粹主义的关键因素。由于民粹主义者认为政治精英偏袒外部群体而非人民，媒体对移民和难民等弱势群体的报道过于“积极正面”，却故意隐瞒了与这些群体有关的可能负面事件，主流媒体已经不再代表人民发声了。他们通常认为，公共舆论与自己的观点是一致的，而主流媒体的报道与自己的观点则是敌对的，^③并且这种对媒体的认知随着民粹主义态度的增强而越发强烈。

其实，民粹主义思潮在美国历史上并不是新鲜事物，它在美国社会中一直存在，时起时落，但以往民粹主义思潮的盛行并未引起民众与媒体的对立。^④恰恰相反，由于媒体自认为，同时也被民众认为是站在民众一边的，媒体在面临民粹主义盛行时，表现出与政府、政治精英更加鲜明的界限，并以此赢得了民众的信任，而为何这次却产生了例外的结果，媒体站到了人民的对立面，成

① Mudde C. “The Populist Zeitgeist,” *Government and Opposition*, vol. 39, no. 4, 2004, pp. 541 – 563.

② Mudde C. “The Populist Zeitgeist,” *Government and Opposition*, vol. 39, no. 4, 2004, pp. 541 – 563.

③ Anne Schulz, Werner Wirth and Philipp Müller, “We Are the People and You Are Fake News: A Social Identity Approach to Populist Citizens’ False Consensus and Hostile Media Perceptions,” *Communication Research*, vol. 47, no. 2, 2020, pp. 201 – 226.

④ 尽管学者们对民粹主义的定义尚存在着争议，但基本上都认同诉诸人民（appeal to people）、大众动员（popular mobilization）和有力领袖（dynamic leaders）是其三大要件。以此为标准来看，美国历史上的民粹主义至少包括 19 世纪末反对资本主义对农业社会冲击的民粹党（Populist Party）运动，19 世纪 20 年代杰克逊民主（Jacksonian Democracy）时期的民粹主义，20 世纪“大萧条”之后富兰克林·罗斯福的新政和 20 世纪 60 年代马丁·路德·金领导的民权运动。

了“人民的敌人”?目前,虽然有不少学者从民粹主义的视角分析媒体公信力下降的原因,但笔者还没有发现从理论上阐释民粹主义与媒体关系的研究,相关的实证研究也不够充实。

综上所述,现有的对美国主流媒体公信力下降的研究主要是从媒体之外去找原因,并主要集中于个人政治倾向、政党竞选策略和民粹主义等原因。^①然而,笔者认为,美国主流媒体公信力的下降首先还要从媒体自身找原因,同时,还需要从美国政治、社会和文化的变化探究更深刻的原因。由此,本文研究的问题是:美国主流媒体公信力的下降反映了媒体自身以及美国社会怎样的问题?本文尝试通过探讨美国主流媒体自身存在的问题,探究它所反映的“真实的美国”面临的危机,进而深入思考独立于政府的美国大众传媒正常运作所需要的条件。

二 美国主流媒体公信力下降的原因分析

——媒体自身的原因

为什么美国民众越来越不信任媒体?本文认为,可以从以下三个方面来分析美国主流媒体自身存在的问题。

(一) 媒体从监督政府变成热衷政治丑闻,偏离了其宗旨

自美国民主制度建立以来,在日常生活中,媒体监督政府运行的方方面面,审查政府绩效,揭露政治真相,对滥用政府权力的行为进行调查、批判和遏制,被托克维尔称为是“主要的民主自由工具”(the chief democratic instrument of freedom)。^②然而,美国媒体同时也是美国资本主义市场中追求市场利润的经济企业。媒体的私有性质在一定程度上保护了新闻自由不被权力机构干预,但却难免受到市场压力的影响。媒体服务公众的能力有赖于它吸引眼球和吸引美元的能力,追逐利润而不是捍卫民主成为媒体报道的首要出发点,这导

^① 国内还没有学者对此问题有过专门的研究,与之相关的研究有赵梅:《特朗普时代的美国媒体》,《国际政治研究》2018年第4期,第37—67页。

^② Jenifer Whitten-Woodring, "Watchdog or Lapdog? Media Freedom, Regime Type, and Government Respect for Human Rights," *International Studies Quarterly*, vol. 53, no. 3, 2009, pp. 595 - 625.

致媒体仅仅在二者契合时才会发挥监督作用。

为最大限度地追求利润，媒体往往以“吸引眼球”为目的，以耸人听闻的方式传播信息、过分强调戏剧性效果和“观赏价值”。出于利润驱动和市场竞争，媒体常常会为追求收视率和话题度而更倾向于报道意外事件，特别是有关犯罪和冲突、死亡和灾难以及政治无能和腐败、性丑闻等耸人听闻的消息。这一问题在 20 世纪 80 年代媒体逐渐走向垄断后更为明显。

与经济领域的其他行业一样，美国的传媒公司也在进行合并、兼并，其结果是出现了由多家报纸、电台和电视台组成的庞大的传媒企业集团，即传媒巨头或传媒寡头。随着大公司收购媒体企业和大型媒体集团垄断现象的出现，新闻报道的多元化被削弱，新闻媒体更加追求盈利而走向低俗化、娱乐化。涉及名人、性或二者的丑闻原本曾是二、三流小报的报道范围和兴趣所在，而现在已经成为主流媒体的家常便饭。

进入 21 世纪以来，受到互联网的发展、手机等通信工具的普及和社交媒体的冲击，新闻媒体在供过于求的媒介市场中更是面临前所未有的巨大压力。在过去 30 年里，日报的发行量日益下降，阅读报纸的人群大量萎缩，报纸的盈利收入受到严重影响。一些报纸尝试在其网络版留一些额外的内容，向网络版读者收费，以减少因发行量降低而带来的利润损失，然而效果并不理想。与此同时，作为广告客户的利益集团对新闻媒体有着相当大的约束能力，导致媒体报道不得不考虑广告客户或广告投放对象的立场主张。最新民调数据显示，绝大多数美国人（80%）认为，他们媒体报道的消息至少在某种程度上受到金融和公司利益的影响。^①

长期以来，政治丑闻一直被认为是言论自由、媒体积极发挥监督作用和政治民主的标志。^② 政治丑闻也从来都不是美国民主政治生活中的新鲜事。自 1972 年著名的“水门事件”导致尼克松成为美国历史上首位中途下台的总统以来，美国政府和各级官员频频卷入政治丑闻。20 世纪 80 年代中期，里根政府向伊朗秘密出售武器一事被揭露，在刚刚经历越南战争失败、“水门事件”和伊朗

① Pew Research Center, “Americans See Skepticism of News Media as Healthy, Say Public Trust in the Institution Can Improve,” <https://www.journalism.org/2020/08/31/americans-see-skepticism-of-news-media-as-healthy-say-public-trust-in-the-institution-can-improve/>.

② Scott Brenton, “Scandals As a Positive Feature of Liberal Democratic Politics: A Durkheimian Perspective,” *Comparative Sociology*, vol. 11, no. 6, 2012, pp. 815 - 844.

人质危机的美国引发了强烈的政治地震,被称为“伊朗门事件”,用于描述政治丑闻的“××门”由此得名。1998年,时任美国总统克林顿因与白宫实习生莱温斯基的桃色丑闻遭弹劾,称“拉链门事件”。2013年6月,《华盛顿邮报》、英国《卫报》率先披露美国情报机构代号为“棱镜”的秘密监听项目,“棱镜门”丑闻的不断升级使美国遭到来自国际社会的反对和谴责。

由于政治丑闻所激起的公众的关注程度是许多其他政治事件所无法比拟的,为了吸引眼球、娱乐公众,新闻媒体越来越热衷于政治丑闻,无休止地报道与色情、性相关的政治丑闻,从“丑闻承载者”逐渐转变为了“丑闻制造者”。即便是报道有关官员道德素质或是腐败的政治丑闻,媒体也只是将报道重点放在低级趣味的戏剧性情节上。

2017年10月3日,《匹兹堡邮政公报》公开了宾夕法尼亚州共和党众议员蒂姆·墨菲(Tim Murphy)与其情妇香农·爱德华兹(Shannon Edwards)之间的短信。作为一名反堕胎议员,蒂姆·墨菲在发现自己的情妇疑似怀孕后要求对方堕胎。^①在丑闻压力下,蒂姆·墨菲在相关调查可能开始之前选择了辞职。^②2018年2月8日,《华盛顿邮报》报道了白宫演讲撰稿人大卫·索伦森(David Sorensen)曾对其前妻杰西卡·科贝特(Jessica Corbett)多次实施家庭暴力的新闻。^③2018年2月9日,大卫·索伦森迫于压力辞职,并向《华盛顿邮报》表示,他辞职的原因是他“不希望白宫必须处理这种分散注意力的事情”。^④

在“水门事件”中,民众可以清晰地看到,新闻媒体积极关注事实,揭露政府腐败行为;而在克林顿“拉链门事件”以来的丑闻报道中,民众很明显能

① *Pittsburgh Post-Gazette*, “Rep. Tim Murphy, popular with pro-life movement, urged abortion in affair, texts suggest,” <https://www.post-gazette.com/news/politics-nation/2017/10/03/rep-tim-murphy-pro-life-sought-abortion-affair-shannon-edwards-susan-mosychuk-pennsylvania-chief-of-staff-congress-emails-texts/stories/20171003018>.

② *Fox News*, “Pro-life Congressman Reportedly Asked Girlfriend to Get an Abortion,” <https://www.foxnews.com/politics/gop-rep-tim-murphy-resigns-after-reports-he-asked-mistress-to-get-abortion>.

③ *The Washington Post*, “Top White House Officials Knew of Abuse Allegations Against Top Aide for Months,” https://www.washingtonpost.com/politics/top-white-house-officials-knew-of-abuse-allegations-against-top-aide-for-months/2018/02/08/2faddcf2-0ce9-11e8-95a5-c396801049ef_story.html?utm_term=.f83d94088ba9&itid=lk_inline_manual_9.

④ *The Washington Post*, “Second White House Official Departs Amid Abuse Allegations, Which He Denies,” https://www.washingtonpost.com/politics/second-white-house-official-departs-amids-abuse-allegations-which-he-denies/2018/02/09/72ba47e6-0d0d-11e8-8b0d-891602206fb7_story.html.

够看出媒体变得过分关注这类不登大雅之堂的丑闻中的琐碎细节和商业价值。那些能在短时间内引起舆论关注的戏剧性丑闻成为报道主流，可能引起公众极度愤怒的、严肃而有深度的腐败丑闻却被媒体逐渐忽视，而那些对政府的工作效率和政治过程的深度分析的内容更是缺失。普通民众的注意力被娱乐性的新闻报道不断分散，却很少关注严肃的政治议题。

除了利用政治丑闻来获取商业利益之外，在政党竞争如此激烈的美国民主政治中，政治丑闻一直被视作影响民意、击败对方的绝佳工具。各种政治势力都试图通过操纵媒体报道的内容和框架获得好处，在某些时候，媒体成为了权力网络中各种力量相互博弈的“角力者”。媒体通过选择性报道丑闻内容，决定哪些消息可能进入公众视野；同时通过报道框架形式来影响公众对某特定丑闻信息的认识和反应，从而影响其政治后果。例如，曾以坚定的反对虐待儿童而闻名的共和党佛罗里达州国会议员马克·福利（Mark Foley）被指控向在国会做童仆服务的青少年男孩发送包含性内容的电子邮件和短信，之后马克·福利辞职。不少美国人认为，马克·福利的丑闻是导致共和党在2006年参众两院选举中失败的原因之一。^① 有学者2013年的研究指出，美国国会选举中竞选连任的现任者由于受到政治丑闻的影响，平均失去了5%的选票份额。^②

总之，一方面，新闻媒体能够在与政治力量的合作中获得经济利润和社会资本，另一方面，不论是出于迎合特定读者群体口味的考虑，还是新闻工作者或媒体本身固有的政治立场和党派倾向，媒体都对政治丑闻表现出极大的兴趣。充斥于新闻媒体中的丑闻报道引起了越来越多民众的反感和厌恶，正如民调所显示的，这其中包括美国社会各界民众，不仅包括共和党人及其支持者，也包括大量的无党派人士。其实，传统的主流媒体故意制造和传播假新闻是非常罕见的。民众眼中所谓的“假新闻”未必是记者们故意捏造事实，颠倒黑白，更有可能是媒体出于赢利的目的而有选择性地大量报道“坏新闻”“丑新闻”，甚至以揭丑为乐。

美国媒体的“第四权力”本质上也是一种权力，所有不受监督的权力都会被滥用，媒体的权力也不例外。媒体滥用权力的后果必将削弱民众对政府的信任

① 戴维·马格莱比、保罗·莱特著：《民治政府》（第23版·中国版），吴爱明等编译，北京：中国人民大学出版社2014年版。

② Scott Basinger, “Scandals and Congressional Elections in the Post-Watergate Era,” *Political Research Quarterly*, vol. 66, no. 2, 2013, pp. 385–398.

和支持,导致人们对政府乃至民主政治体制和民主本身的不满情绪上升。当前美国主流媒体正在偏离其对政府权力进行舆论监督的初心,美国的民主制度正面临严峻考验。

(二) 媒体从追求客观公正到政治立场鲜明,成为了政党斗争的舞台

作为公众与政府之间的沟通桥梁,通过新闻报道、社论等各种报道形式传递政治信息是大众媒体最基本也是最重要的一项政治功能。媒体从业者以客观、中立的态度报道事实、挖掘真相是新闻专业的核心理念,也是大众媒体发挥其政治作用的前提。然而,虽然几乎所有的新闻媒体都自我标榜为非党派、不带任何政治偏见,当前的媒体环境却呈现出鲜明的党派分化,媒体的意识形态色彩越来越浓厚,逐渐成为政党斗争的工具。

近年来,伴随着全球化带来的美国社会转型和内外挑战的日益增多,美国社会中的保守势力逐渐上升,但主流媒体依然是民主党自由派的阵地。在《向左转:媒体自由主义偏见如何误导美国思维》(*Left Turn: How Liberal Media Bias Distorts the American Mind*)一书中,格罗斯克洛斯教授(Tim Groseclose)指出,美国媒体新闻工作者天生带有“自由主义偏见”(liberal bias),他们大多接受过良好教育,更倾向于自由主义,支持民主党,并且这种偏见不可避免地影响着主流媒体的政治报道,从根本上塑造了美国政治,使美国公民比他们原本应持有的立场更左。^①格罗斯克洛斯教授还由此发明了一套用于衡量媒体政治倾向的检测系统(Political Quotient)。在其所列的20家主流媒体中,除福克斯新闻网(*Fox News*)和《华盛顿时报》外,其余18家主流媒体均表现出一边倒的自由主义倾向。^②

美国主流媒体党派色彩明显、向自由派倾斜的失衡现象在2016年美国大选中表现得尤为明显。2016年,皮尤研究中心根据美国主要媒体的受众的政治立场和党派倾向绘制了一幅美国主要媒体的政治倾向版图,自由主义居左,保守主义居右。研究结果显示,绝大部分美国媒体居左,倾向自由主义,只有为数不多的媒体居右,倾向右翼保守势力。皮尤的此项研究在有关美国媒体的政治倾向研究中被广泛接受。^③

① Tim Groseclose, *Left Turn: How Liberal Media Bias Distorts the American Mind*, St. Martin's Press, 2011.

② Tim Groseclose, "Is Media Slanted?", <http://timgroseclose.com/is-media-slanted>.

③ 参见赵梅:《特朗普时代的美国媒体》,《国际政治研究》2018年第4期,第52页。

主流媒体过于“左”的立场刺激了那些持不同立场的民众坚持更“右”的立场，同时也刺激了一些右翼媒体的异军突起和影响力的大幅上升。其中，比较温和的有福克斯新闻网，近年来发展非常迅速，已经成为美国主要新闻网之一。截至2018年6月，福克斯新闻网拥有2710万的用户，成为仅次于MSN新闻（MSN News，用户数量3160万）的最受欢迎新闻媒体；^①比较偏激的有德拉吉报告（Drudge Report）、布莱特巴特（Breitbart）、拉什·博秀（Rush Limbaugh Show）、烈焰（The Blaze）、肖恩·汉尼替秀（Sean Hannity Show）、格林·贝克节目（Green Beck Program）等。然而，主流传统媒体中保守势力与自由势力的失衡依然非常严重，保守派在被“知识精英”掌握的话语体系里，“声音”仍然很微弱、形象也很负面。与此同时，保守派在公共领域“缺少代言人”的公众认知则被逐渐强化，这就增加了自由派和保守派之间的政治怨恨，甚至使得一些文化保守派产生“被主流文化抛弃甚至妖魔化”的怨恨。

自特朗普当选美国总统以来，自由主义倾向的主流媒体针对特朗普的批评甚至“人身攻击”式的报道便不断出现在公众视野中。在争论不休的媒体报道中，保守派新闻媒体也不断回应和反击。2020年，新型冠状病毒（“COVID-19”）在世界范围内的扩散成为全人类共同面对的“考题”，然而即便是与疫情相关的新闻报道也没能摆脱政党斗争的底色。

主流媒体近乎一边倒的反特朗普的鲜明立场，加剧了美国两党及其支持者之间矛盾。2017年2月17日，特朗普在担任总统一个月后，就在推特上发文点名多家美国主流媒体——《纽约时报》《华盛顿邮报》、美国有线新闻网、美国广播公司等，称其为“假新闻媒体（FAKE NEWS media）”，是“人民的敌人（the enemy of American people）”，^②特朗普总统的这条推文在网络上引起了广泛关注，获转发量5万次、评论量7.6万次、点赞量15万次。此后，特朗普多次以发表推文、公开演讲等方式指责美国主流媒体。^③面对特朗普的猛烈攻击，美国国内

① Statista, “Most popular news brands in the U. S. 2018, by number of PC users,” <https://www.statista.com/statistics/875894/most-popular-us-news-brands-number-pc-users/>.

② 2017年2月17日，特朗普推特发文指责美国媒体，<https://twitter.com/realDonaldTrump>。

③ 美国保护记者协会（Committee to Protect Journalists, CPJ）总结了特朗普的推特中有关媒体的指责和负面评价，其中374条含有关键词“Fake News”，26条直接指责媒体为“Enemy（of American People）”。参见CPJ数据库：https://docs.google.com/spreadsheets/d/1LcRxPEUyJi3Ball_WD0GDxxt4YoHilLRUaB6ftDtDRc/edit#gid=0。

多家媒体纷纷做出回应，发起了一场“媒体保卫战”。2018年8月16日，以《波士顿环球报》(The Boston Globe)为代表的350多家美国媒体同时发表社论，共同回应特朗普的反媒体论调，声称要捍卫新闻自由。《波士顿环球报》在题为《自由的媒体需要你》的社论中写道，美国之所以伟大，有赖于享有新闻自由的媒体勇于揭示真相，把媒体说成是“人民得到敌人”，非但不符合民主精神，也将美国的法治置于危险境地。^①

主流媒体在涉及政党支持的问题上争论不休甚至相互中伤，引发了美国民众对新闻媒体信任态度的重大分歧。从本文图2中也可以看出，自2017年特朗普上任以来，两党选民对主流媒体的信任分歧越来越严重。明显的反对共和党的倾向和丑化特朗普的新闻报道激怒了许多特朗普的支持者，深化了这些民众对媒体“人民的敌人”的认知。皮尤研究中心2019年的一项调查发现，公众对特朗普的认可程度与其对待新闻媒体的态度关系明显，并集中体现在对新闻记者道德规范的评估这一点上——31%的共和党人认为记者的道德水平很低，这一比例在强烈认可特朗普工作表现的共和党人中更是高达40%；而民主党中仅有5%的人持有这种观点。^②另据昆尼皮亚克(Quinnipiac)最新的民意调查统计数据，有26%的选民认为媒体是“人民的敌人”，其中，共和党人中有51%称新闻界为“美国的敌人”，43%甚至认为总统应该有权关闭新闻机构。^③

总之，虽然比较而言，共和党人及其支持者对媒体表现出比民主党人及其支持者更大的不信任，但我们不能简单地将此归咎于保守党政治精英的诱导和蛊惑。与其说是保守政治精英以反媒体为策略来赢得民众支持，不如说是以自由主义倾向为主导的大部分主流媒体首先忽视了文化保守主义民众的诉求，甚至将他们妖魔化，从而激怒了这些民众，使他们更坚定地站在保守派政治精英一边。也就是说，不是民众毫无意识地自觉在跟着政党或政客走，而是主流媒体把他们推到了保守政治精英那一边。这些民众也不是反对这些媒体的新闻报道，认为它们

① 《波士顿环球报》网站建立专门网页，收集来自美国各地的350多家新闻媒体发表的社论，回应特朗普攻击，<https://apps.bostonglobe.com/opinion/graphics/2018/08/freepress/>。

② Pew Research Center, “Trusting the News Media in the Trump Era,” <https://www.journalism.org/2019/12/12/trusting-the-news-media-in-the-trump-era/>。

③ Quinnipiac University, “U. S. Voters Dislike Trump Almost 2 - 1, Quinnipiac University National Poll Finds; Media Is Important To Democracy, 65% Of Voters Say,” <https://poll.qu.edu/national/release-detail?ReleaseID=2561>。

本身是“虚假”的或“反人民”的，而是反对这些媒体报道所体现的自由主义偏见。

事实上，接触各种不同的政治观点有助于公众个人形成更合理的观点以及对持不同政见者更宽容的态度。有实证研究表明，美国历史上，即便在党派新闻盛行的时代，美国公众对政治参与也是相当积极的——随着媒体选择的增加，人们有更大的可能接触到与自己立场相符合的政治新闻，这在某种程度上激发了公众对政治的关注和政治参与的热情。^①然而，当前美国媒体的政党立场分化使得主流媒体的新闻报道中仅有一种立场论调，这就限制了公众接触多种观点的可能。成为政党政治斗争工具的主流媒体非但不能使公众在接触多种信息中“兼听则明”，反而使个人对与自己政治立场相悖的媒体及其支持者产生敌视态度，从而加剧了美国民众政治立场的两极分化。

（三）媒体从反映民意到追求“政治正确”，严重脱离现实

媒体作为政府与民众的中介，承担着上情下达和下情上达的职责。一方面，媒体通过新闻报道、社论、解释性报道和调查性报道等形式，为民众提供丰富的政治信息，另一方面，媒体及时而准确地反映民众的疾苦和心声，也使政策制定者可以通过了解民情来制定相应的政策。在信息时代，通过媒体来掌握民意是政府获知民众意见的主要依据。然而今天的美国媒体，过度关注“政治正确”，一味追求“政治正确”，非但没能扮演好代表民意的角色，反而在许多议题上忽视民众的真正需求，越来越走向民意的对立面。事实证明，主流媒体新闻报道中表达的对种族平等、多元文化、女权主义、同性恋权利和移民等政治议题的赞扬立场已经严重威胁到媒体的公信力。

政治正确（Political Correctness，或称 PC）最开始是美国社会的一种文化现象，是指避免在公共场合冒犯少数族裔、女性、同性恋者、身心障碍者或持不同政见者等弱势群体。20 世纪 60 年代，随着民权运动的兴起和发展，“政治正确”这一概念开始成为美国自由主义价值观的一部分。20 世纪七八十年代，“政治正确”在自由派政治家、学术界和新闻媒体的共同推进下进入主流话语体系，并在 20 世纪末达到顶峰。美国媒体中的“政治正确”主要表现为不能容忍对弱势

^① Michael Schudson, “The News Media as Political Institutions,” *Annual Review of Political Science*, vol. 5, no. 1, 2002, pp. 249 – 269.

群体的负面评价,如有公众人物敢在公开场合讲弱势群体的“坏话”,媒体必将口诛笔伐,直至迫使其做出公开道歉,否则决不善罢甘休。近年来,媒体中的“政治正确”却逐渐演变为“谁弱谁有理,越弱越有理”的信条和一种限制言论自由、学术自由的审查制度,由此引发的相关舆论争执和辩论声势浩大。

最新的案例是发生在2020年5月底非洲裔美国公民乔治·弗洛伊德(George Floyd)因警察暴力执法而窒息身亡的事件。这一事件及后续抗议活动迅速引发舆论的爆炸式讨论。包括《纽约时报》、美国有线新闻网、全国广播公司等在内的各大主流媒体争相就弗洛伊德的死亡、遍及全国的游行示威活动以及国民警卫队对抗议的回应等展开报道和评论。这些报道和评论均将矛头指向手握执法权的警察机构和白人警察,并谴责美国社会长期以来对非洲裔美国人的“隐形歧视”,而对弗洛伊德本人的多次犯罪经历以及非洲裔美国人自身的犯罪率高、受教育程度低、单亲家庭居多等沉积已久的问题只字不提。

2020年6月3日,针对示威游行中发生的严重打砸抢事件,保守派参议员汤姆·科顿(Tom Cotton)在《纽约时报》发表的一篇题为《派遣部队》(“Send in the Troops”)的文章中指出,“政府的首要责任是保护公民的生命和财产。如果有必要,作为最后手段,总统根据《叛乱法》有权召集军队”。^①然而,这篇文章在刊登后不到两天就被撤稿,原因是它对非洲裔美国人带有“强烈攻击性”的表达。6月5日,《纽约时报》称该文章不符合编辑标准,向公众道歉并删除稿件,^②相关版面编辑詹姆斯·本内特(James Bennett)于第二天辞职。

从20世纪80年代后期开始,保守派就开始对媒体机构的“政治正确”进行反击,^③指责自由主义媒体为了推动种族平等、性别平等以及少数群体平权等有关“政治正确”的政治议程,歪曲新闻报道,忽略事实或提供虚假信息。时至今日,越来越多的美国人已经意识到,“政治正确”在美国已矫枉过正,对美国人人平等、言论自由的价值观造成冲击。根据“更多共识”(More in Com-

① Tom Cotton Arkansas Senator, “Send in the Troops,” https://www.cotton.senate.gov/?p=press_release&id=1375.

② *The New York Times*, “Tom Cotton: Send in the Troops,” <https://www.nytimes.com/2020/06/03/opinion/tom-cotton-protests-military.html>.

③ 例如, Olasky, Marvin N., *Prodigal Press: The Anti-Christian Bias of the American News Media*, vol. 2, Crossway Books, 1988; Lee, Martin A. and Norman Solomon, *Unreliable Sources: A Guide to Detecting Bias in News Media*, Lyle Stuart, 1991; Jeff Cohen and Norman Solomon, *Through the Media Looking Glass: Decoding Bias and Blather in the News*, Common Courage Pr, 1995 等。

mon) 在 2018 年发布的一项国际研究调查, 美国国内有 80% 的民众认为, “过多的政治正确已经成为一个问题”。^①

2016 年大选, 主流媒体一边倒地支持明确树立“政治正确”旗帜的希拉里。而另一边, 作为亿万富翁的特朗普则将自己描述为“负担不起‘政治正确’的普通美国人”, 在竞选中直言“我没有时间在政治上完全正确, 老实说, 这个国家也没有时间”, 他甚至攻击自己的竞争对手“将政治正确置于常识之上, 置于安全之上, 甚至高于一切”。^② 特朗普语出惊人, 吸引了美国国内大批对“政治正确”相当敏感, 或者更准确地讲是已经反感的选民, 并最终帮助特朗普赢得总统职位。

2020 年 7 月 7 日, 包括自由派学者福山 (Francis Fukuyama)、乔姆斯基 (Avram Noam Chomsky)、非洲裔爵士音乐家温顿·马沙利斯 (Wynton Marsalis) 在内的美国文化界 150 多位名人联名发表了一封《关于正义和公开辩论的信》(A Letter on Justice and Open Debate), 信中指出: “在席卷美国的‘黑人的命也是命’(BLM, Black Lives Matter) 运动中, ‘政治正确’的舆论力量已经扩张到压制言论、思想和创作自由的程度”, “激进的政治正确催生了道德审判、道德绑架, 逼迫表态和站队, 甚至连没有积极响应‘政治正确’的态度都是不被允许的”。^③

那么, 为何美国媒体如此执着于“政治正确”呢? 一方面, 尽管主流媒体能够通过报道的内容和框架影响公共舆论和政治议程的制定, 但是媒体作为盈利组织毕竟是“需求导向”的, 这也就意味着媒体从业者不会轻易挑战社会的主流价值观念。从理论上讲, 媒体应该对多种观点和立场持开放的态度, 但是这种开放并不意味着媒体对各种观点和立场的平等相待。新闻媒体会更倾向于扮演“主流话语”的宣传工具, 而非批评或挑战主流观点。与此同时, 新闻媒体也并不总是有足够的时间精力等资源去彻底探究他们所报道的问题, 在面对可能引

① More in Common, “Hidden Tribes: A Study of America’s Polarized Landscape,” https://static1.squarespace.com/static/5a70a7c3010027736a22740f/t/5bbcea6b7817f7bf7342b718/1539107467397/hidden_tribes_report-2.pdf.

② Quartz Daily Brie, “A Linguist Explains How the Far-right Hijacked Political Correctness,” <https://qz.com/886552/a-linguist-explains-how-the-far-right-hijacked-political-correctness/>.

③ Harper’s Magazine, “A Letter on Justice and Open Debate,” <https://harpers.org/a-letter-on-justice-and-open-debate/>.

起舆论广泛争议的话题或事件时，“政治正确”原则成为一种不会给媒体自身带来过多麻烦的捷径。另一方面，主流媒体对“政治正确”的小心翼翼并不仅仅是肤浅的自保，更是媒体从业者作为知识精英阶层固有的引导和教育民众的“使命感”。作为传播信息的载体，媒体能够决定哪些信息被公众知道、哪些被忽视，这就使新闻媒体或者说新闻工作者有了引导和塑造公众观点的力量。不论是调查性报道还是社论等，新闻报道在很大程度上可以被理解为一种“话语的建构”，具体的言辞和语言结构中总是不可能完全摆脱观点和价值判断。自由主义倾向的新闻工作者尝试通过“政治正确”议题的媒体报道引导公众价值，或者说是“教育公众应该有怎样的政治价值观”。“政治正确”逐渐被自由派政治家和新闻媒体过度放大，成为种族歧视、非法移民、同性恋、非主流宗教等话题中不可僭越的禁忌。

然而，大众媒体在“政治正确”相关新闻报道中的谨慎和苦心并没有成功“教化民众”，大多数美国人对此类脱离了民众真实生活需求的“精英说教式报道”表示并不欢迎。很多观点和讨论碍于主流社会“政治正确”而变得不可言说，言论的开放自由受到限制，反而造成了主流社会宣传论调和民众真实想法之间巨大的政治分裂。特朗普能够赢得2016年大选无疑是最好的证明。在经济快速发展的美国，普通蓝领并没有在全球化中获得红利，反而成为产业转移、贫富差距的受害者，导致劳工阶层对精英阶层的不满日渐累积。而特朗普在竞选中包括反移民等许多“政治不正确”的言论，道出了许多中下层白人碍于“政治正确”无法公开表达的内心实感，因此深受“锈带”中下层白人的支持。甚至相较于历史上任何其他成功的政治人物，特朗普都更多地被美国民众视为反抗政治正确性的标志。

事实上，人口结构的变化、移民的冲击以及其他社会资产分配的不均，使得越来越多美国人开始重新思考传统文化价值和身份认同。自由主义媒体过多地报道“政治正确”相关议题，对美国社会出现的新问题和公众的真实需求视而不见。民众认为，作为人民与政治精英之间最重要的中介，新闻工作者和主流媒体似乎正越来越弃底层公众而去，而只为主流价值观服务。媒体实际上没有将人民的利益传达给政治精英，主流媒体并不为人民发声，而是代表人民之外的群体(out-group to the people)。民众将主流媒体的这种“政治正确”姿态与精英主义联系起来，日渐兴起的民粹主义更是指责媒体已经成了“政治

家的密谋代理人”。^① 也就是说，在民众眼中媒体已经变成精英的一部分，它只为精英服务。而美国历史上历次民粹主义思潮泛滥之时，民众对媒体并没有这样的定位和认知。许多研究表明民众对媒体的这种敌对感知有可能对民主政治产生相当大的影响，导致民众政治参与减少，^② 对政策的抗拒或不接受^③以及民众意见的两极分化等。^④

总之，在市场逻辑的渗透下，主流媒体为追求利润吸引消费者而更多报道颇具娱乐意味的政治丑闻；媒体的自由主义偏见使得其意识形态色彩日益浓厚，随着保守派媒体的兴起，这两类媒体成为美国两大政党竞争的舞台。此外，主流媒体以精英姿态自居，过度关注“政治正确”相关议题，却越来越与普通民众的心声脱节，严重削弱了媒体的公信力和媒体在民众心目中的地位。

三 美国主流媒体公信力下降的原因分析 ——社会环境因素

作为传递信息的中介，以市场为导向的主流媒体在相当大的程度上反映了一个“真实的美国”，美国主流媒体存在的问题以及公信力的下降实际上是美国不断分裂和极化的社会政治生态的体现。

（一）美国社会党派群体间的分裂

21世纪以来，政党极化逐渐成为美国政治中一个不容忽视的突出现象。越来越多的调查研究表明，政府中政党内部的同质性越来越高，而彼此间的分歧却越来越大。数据显示，92%的共和党人比民主党人的平均意识形态立场更偏右，94%的民主党人比共和党人的立场更左，两党之间的意识形态分歧越来

① Jan Jagers and Stefaan Walgrave, “Populism as Political Communication Style: An Empirical Study of Political Parties’ Discourse in Belgium,” *European Journal of Political Research*, vol. 46, no. 3, 2007, pp. 319 – 345.

② Feldman L., Hart P. S., Leiserowitz A., et al. “Do Hostile Media Perceptions Lead to Action? The Role of Hostile Media Perceptions, Political Efficacy, and Ideology in Predicting Climate Change Activism,” *Communication Research*, vol. 44, no. 8, 2017, pp. 1099 – 1124.

③ Jonathan Cohen and Yarif Tsifti, “Democratic Consequences of Hostile Media Perceptions: The case of Gaza Settlers,” *Harvard International Journal of Press/Politics*, vol. 10, no. 4, 2005, pp. 28 – 51.

④ Hernado Rojas, “Corrective Actions in the Public Sphere: How Perceptions of Media and Media Effects Shape Political Behaviors,” *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 22, no. 3, 2010, pp. 343 – 363.

越大。^① 尽管当前的共和党议员已经比二十年前的任何民主党议员的立场更自由主义，相较于当前的民主党而言依然是右翼。^② 在包括堕胎权、对少数群体的援助和政府责任等诸多社会政策议题领域，持保守主义态度的民主党议员和持自由主义态度的共和党议员比例都越来越低，这已经成为不争的事实。两党对抗已经如此激烈，以至于2010年3月奥巴马的医疗改革方案当时在国会连一名共和党议员的赞成票也没有获得。

在近乎白热化的政党竞争中，普通民众的党派立场也越来越鲜明，这已成为美国政治生活的重要特征。普通民众的政治分化首先体现在对具体政治议题的态度分歧上。皮尤研究中心系列调查显示，党派支持立场成为公众政治态度的重要分界线，远远超过年龄、性别、族裔、宗教信仰和受教育程度等因素的影响。例如，种族问题在1994年首次被调查时，两党支持者关于种族歧视的意见差距仅有13分，而2017年已经扩大至50分；认为移民对国家发展有益的民主党人占到84%；44%的共和党人则将移民视作负担。^③ 总体而言，70%的美国人认为同性恋应该被社会接受，但党派分歧却在扩大：持支持态度的共和党人比例从1994年的38%上升至54%；民主党人的这一比例自1994年的54%上升至83%。^④

党派分歧和政治极化直接导致了双方对彼此的敌对态度。根据近三年的民调数据，55%的共和党人认为，民主党人与其他美国人比较“更不道德”，47%的民主党人对对方持相同观点；^⑤ 44%的民主党人对共和党持非常负面的看法，共和党人中有45%非常不赞成民主党。^⑥ 绝大多数美国公众（共和党支持者85%，民主党支持者78%）也逐渐意识到这种极化现象，并对其可能影响表

① Pew Research Center, "Partisanship and Political Animosity in 2016," <https://www.people-press.org/2016/06/22/partisanship-and-political-animosity-in-2016/>.

② Michael Barber and Nolan McCarty, "Causes and Consequences of Polarization," *Political Negotiation: A handbook*, vol. 37, 2015, pp. 39 - 43.

③ Pew Research Center, "The Partisan Divide on Political Values Grows Even Wider," <https://www.people-press.org/2017/10/05/the-partisan-divide-on-political-values-grows-even-wider/>.

④ Pew Research Center, "The Partisan Divide on Political Values Grows Even Wider," <https://www.people-press.org/2017/10/05/the-partisan-divide-on-political-values-grows-even-wider/>.

⑤ Pew Research Center, "Partisanship and Political Animosity in 2016," <https://www.people-press.org/2019/10/10/partisanship-antipathy-more-intense-more-personal/>.

⑥ Pew Research Center, "The Partisan Divide on Political Values Grows Even Wider," <https://www.people-press.org/2017/10/05/the-partisan-divide-on-political-values-grows-even-wider/>.

示担忧。^①

美国的政治极化不仅反映在国会中的政党竞争、保守派政治精英与自由派政治精英的对立以及普通公众的党派立场分化上，而且还直接体现在主流媒体的分化上。普通民众很容易说出主流媒体的党派倾向，并由此选择阅读并信任与自己立场一致的媒体。在2014年的民意调查中，民众的媒体偏好已经存在显著差异，自由主义者和保守主义者所依赖的新闻来源几乎没有重叠，对待各新闻媒体的信任态度也截然相反。^② 随着美国进入激烈的2020总统大选年，共和党选民和民主党选民对待新闻媒体截然相反的信任态度更是愈加明显。^③ 皮尤研究中心2020年3月的最新数据显示，65%的共和党人认为福克斯新闻是值得信赖的消息来源，而对调查中所列的约三分之二的新闻媒体表示出不信任；与此相对的是，67%的民主党支持者表示出对美国有线新闻网的信任和依赖。^④

许多学者用消费者的主动选择来解释这种分化，认为在面对不同主流媒体的政治新闻报道时，消费者是在根据自己的政治立场和党派倾向，来选择与自己意识形态相吻合的媒体，而有意避开与自己立场相对立的媒体。^⑤ 然而，媒体的意识形态化和受众的群体分化显然不是由读者单方面的偏好所造成的。人们生活在一个信息获取主要通过媒体中介而非直接经验验证的世界，新闻媒体报道是大多数民众获取政治信息最为重要的方式之一。如果媒体报道是不具党派偏见的，或者新闻媒体并不具有明晰的意识形态或党派标签，那么即便消费者有动力寻求与自己立场一致的政治报道也并不容易；而在当前的媒体环境中，消费者被各种标签鲜明的媒体所包围，根据党派倾向选择信息来源十分便捷。

进一步地讲，美国主流媒体的意识形态分化既是美国社会政治极化的体现，也可以说是新闻媒体在市场的运作和经济利益驱动下对美国社会政治极化的一种

① Pew Research Center, "Partisanship and Political Animosity in 2016," <https://www.people-press.org/2019/10/10/partisan-antipathy-more-intense-more-personal/>.

② Pew Research Center, "Political Polarization & Media Habits," <https://www.journalism.org/2014/10/21/political-polarization-media-habits/>.

③ Pew Research Center, "U. S. Media Polarization and the 2020 Election: A Nation Divided," <https://www.journalism.org/2020/01/24/u-s-media-polarization-and-the-2020-election-a-nation-divided/>.

④ Pew Research Center, "About One-fifth of Democrats and Republicans Get Political News in a Kind of Media Bubble," <https://www.journalism.org/2020/03/04/about-one-fifth-of-democrats-and-republicans-get-political-news-in-a-kind-of-media-bubble/>.

⑤ Spohr, Dominic, "Fake News and Ideological Polarization: Filter Bubbles and Selective Exposure on Social Media," *Business Information Review*, vol. 34, no. 3, 2017, pp. 150 - 160.

回应和主动迎合。美国社会的政治极化与美国主流媒体的意识形态分化可以说是相互作用，互为因果，彼此强化。

有学者尖锐地指出，市场竞争迫使新闻报纸不得不迎合读者的偏见，更加激烈的竞争通常使报纸更积极地迎合偏见。^① 由于美国媒体采取的是市场经济的运作方式，不仅美国大众媒体内部一直存在着激烈的竞争，21世纪以来信息技术的发展和社交媒体的普及更是挑战了美国传统主流媒体的地位，导致传统媒体的声誉和影响力被削弱。推特(Twitter)、脸书(Facebook)等社交媒体使传统媒体丧失了对新闻报道的垄断优势。传统新闻媒体为了争取不断流失的消费群体，在危机中迎接挑战寻求生机的大众媒体难免“剑走偏锋”，为迎合受众口味而给自己贴上更鲜明的“政治标签”，或是选择性报道更具话题性、更能满足读者偏好的政治新闻，从而变得越来越意识形态化。

(二) 美国社会精英与民众间的分裂

在大众民主政治的今天，精英在推动社会进步方面仍扮演着不可或缺的角色。正如汤因比在《历史研究》一书中所言，人类实现文明并非由于优越的生物禀赋或是地理环境，而是在某种特殊困难的情况下成功应对挑战的结果，这种特殊困难激发人类做出迄今为止前所未有的努力。而精英作为“有创造力的少数群体”，在带领社会克服困难、应对挑战、实现发展的过程中发挥着至关重要的作用。^②

然而，精英与大众的疏远已经成为美国民众的基本认知。一方面，当今的美国社会，世俗化和社会分裂越来越严重，个人主义和“私人利益”，而不是社群主义和“公共利益”等成为精英的价值准则，精英阶层在经济上和心理上都越来越脱离普通民众。另一方面，在全球化背景下美国经济发展的红利并没有惠及所有人，贫富分化和阶层分化不断加剧，公众对公平的呼声越来越不容忽视。随着社会的发展，平均主义的政治实现变得越来越不可行，而平均主义的意识形态在社会上却越来越盛行，这几乎成为现代化发展的一个悖论。

在2016年总统竞选期间，特朗普就敏锐地捕捉到美国社会普遍存在的对精

① Sendhil Mullainthan and Andrei Shleifer, "The Market for News," in Hugo M Mialon and Paul H. Rubin, eds., *Economics, Law and Individual Rights*, London: Routledge, 2008, p. 106.

② 阿诺德·约瑟夫·汤因比：《历史研究》(上)，曹未风等译，上海：上海人民出版社1997年版。

英的不满情绪并加以利用。精英与普通公众的分化和张力如此之大，以至于承认社会中存在一批在治理国家中发挥建设性作用的精英甚至已经被视为美国社会的一个禁忌。^①

美国精英与民众的分裂也体现在民众看待媒体的态度上。在普通民众心中，大众媒体已经从代表公众监督政府、传递政治信息的“看门狗”（watchdog）变成了精英阶层发言人的“叭儿狗”（lapdog）。大众媒体已被视作是帮助政治精英进行政治宣传的工具，甚至其本身已被视作是精英阶层的一部分。社会公众尤其是民粹主义民众通常持有“敌对的媒体认知”（hostile media perceptions）和对公共舆论的“虚假共识”（false consensus），认为公众舆论与自己的观念是一致的，而主流媒体报道与自己的观点是敌对的。^②这就导致民众日益厌倦媒体的“精英式说教”，产生对主流媒体的疏离感和排斥感。

更为引人注目的是，随着美国大众媒体所有权的集中化，大众传媒与政府精英、利益集团等的联系也越来越复杂。美国新闻集团（News Corporation）、通用电气公司（General Electric Company）、维亚康姆集团（Viacom）、时代华纳集团（Time Warner）、哥伦比亚广播公司（Columbia Broadcasting System, CBS）和华特·迪士尼公司（The Walt Disney Company）六大集团控制了美国90%的媒体，其他小公司在行业内的生存空间越来越小。并且，许多传媒公司的董事同时也是石油公司、保险公司或银行的合伙人。例如，美国最大的报业连锁公司甘尼特集团（Gannett）与美林证券（Merrill Lynch）、标准石油（Standard Oil）、菲利普斯石油公司（Phillips Petroleum）和麦克唐纳·道格拉斯公司（McDonnell Douglas）等多家共有连锁董事。这不可避免地导致媒体与大企业、政府等精英群体的融合。

此外，具有一定政治相关从业经历的人进入新闻行业的现象越来越普遍。例如，皮埃尔·塞林格（Pierre Salinger, 1925 - 2004）曾担任肯尼迪总统的新闻秘书，后就职于美国广播公司；威廉·赛菲尔（William Safire, 1929 - 2009）曾任尼克松的演讲撰稿人，后成为《纽约时报》专栏作家；海伦·阿米莉亚·托马

① Seth D. Kaplan, “How Do America’s Elites Stack Up?”, *The American Interest*, <https://www.the-american-interest.com/2019/10/30/how-do-americas-elites-stack-up/>.

② Anne Schulz, Werner Wirth and Philipp Müller, “We Are the People and You Are Fake News: A Social Identity Approach to Populist Citizens’ False Consensus and Hostile Media Perceptions,” *Communication Research*, vol. 47, no. 2, 2020, pp. 201 - 226.

斯(Helen Amelia Thomas, 1920-2013)为美国白宫记者团成员之一,曾为美联社担任白宫通讯员超过57年以上,后任《赫斯特报》(Hearst Corporation)专栏作家;罗伯特·乔治·斯蒂芬诺普洛斯(George Robert Stephanopoulos, 1961年至今)曾在克林顿政府中担任要职,现任美国广播公司华盛顿支局长;查克·托德(Chuck Todd, 1972年至今)曾担任白宫发言人,后进入媒体行业并成为全国广播公司新闻政治主任。这一现象不可避免地使得政府和媒体精英之间产生越来越多的交集,从而加剧了媒体的精英主义倾向。

不可否认,民众对大众媒体“精英主义”形象的敌对认知同时还受到政治精英引导的影响。因为评价“媒体偏见”就要求公众必须具备独立于媒体报道之外来源的关于外部世界的信息,来证明媒体报道是偏离现实的、与事实不符的,而这对民众来说显然是困难的。因此,更大的可能是,民众往往根据自身持有的意识形态倾向,将政治精英对媒体偏见的指责内化。在政治精英的引导下,主流媒体“假新闻”和“人民的敌人”的形象愈加深入人心,这在印证民众心目中给主流媒体贴的“建制派”“政治精英”的标签的同时,也进一步推动民众选择与自己立场相符的媒体新闻来源。

此外,民众的政治态度或党派性越强,他们对政治就越愤世嫉俗,越可能不信任媒体或认为媒体报道存在偏见。民众中政治态度相对温和的群体,他们往往对政治参与和政治新闻并不十分感兴趣,负面的媒体形象及其呈现的社会分裂现象使得这部分群体对政治的兴趣更低。于是,这就导致媒体报道倾向于迎合更激进的、政治立场更鲜明的极化分子,而“沉默的大多数”的观点则被忽视。如此一来,媒体和民众之间的裂痕非但没能修护,反而越来越严重。

总之,美国主流媒体在反映和体现着美国政治极化和社会分裂的同时,反过来又加剧了美国的政治极化和社会分裂。自由主义倾向的媒体和保守主义倾向的媒体之间争论不休,其结果是非但没能在辩论中缓和民众的政治立场,反而增加了双方对群体内部的认同以及对彼此的厌恶。“撕裂的社会”和“撕裂的媒体”相互作用,导致美国社会分化更加严重。

四 结论

近年来,美国主流媒体在美国政治生活中“第四权力”的作用越来越受到

民众的质疑，“假新闻”“人民的敌人”等指责不绝于耳，媒体公信力一再下降。目前，美国学界的大部分学者主要是从个人（媒体的消费者）政治倾向、保守政党的政治动员策略以及民粹主义盛行等视角来分析美国主流媒体公信力下降的原因。

本文认为，美国主流媒体自身是导致其公信力下降的主要原因。在市场逻辑的渗透下，媒体大肆宣传报道更具话题性的“政治丑闻”，而对真正严重深刻的政治弊病却置若罔闻，偏离了其监督政府的宗旨。同时，大多数新闻媒体具有自由主义偏见，将政治立场置于真相之上，偏离了其所追求的客观、公正、中立，成了政党竞争的舞台。此外，主流媒体过度关注“政治正确”的议题，以居高临下的姿态“说教”民众，严重脱离社会现实，越来越走向民意的对立面。

以市场为导向的美国主流媒体在很大程度上反映了一个“真实的美国”，其存在的问题实际上也是美国社会存在的问题。美国社会党派群体之间的分裂、精英与民众的分裂是导致其公信力下降背后的更加深层次的原因。美国社会的政党极化、社会分裂与美国媒体的两极分化和立场极端化相互作用，彼此加强，导致媒体离普通民众越来越远，民众对媒体的反感和不信任也不断增强。

新闻自由被认为是民主制度的象征和重要保证，著名学者希尔斯曼指出“宪法规定新闻自由，正是为了防止掌握政治权力的人能够通过政府宣传控制舆论以达到永久维持其权力的目的”。^① 美国宪法充分保障新闻自由，新闻媒体和新闻工作者不受政府或党派操控的独立地位使其能够在政治生活中发挥作用。主流媒体也以此为荣，并一直恪守不受政治或经济利益集团制约、“服从政治和经济权力之外的更高权威”的职业规范。然而，从本文的研究中可以看出，独立于政府和政治的新闻媒体在摆脱了政府权力控制的同时，依然有可能被市场绑架而偏离方向。在当前美国高度商业化、私有化和垄断化的媒介环境中，媒体很难获得真正的“新闻自由”。

大众媒体还承担着凝聚社会共识、传承社会价值、激励公民参与公共活动的重要责任；大众媒体通过新闻报道让民众了解身边发生的事情，分析重要政治议题，帮助社会的价值规范代代相传。^② 然而，只有在一个大多数民众对社会价值

① 希尔斯曼：《美国是如何治理的》，曹大鹏译，北京：商务印书馆1986年版，第374页。

② Clawson R. A., Jengelly D. H. A., “Media and the Politics of Groups and Identities in Tumultuous Times,” *Politics, Groups and Identities*, vol. 6, no. 4, 2018, pp. 785 – 787.

观和国家认同有着基本的共识的社会中，媒体才能扮演好这一角色。在当前美国政治极化对立严重的社会环境中，民众在最核心的、最基本的价值观上都难以形成共识，在许多事关国家前途命运的重要政治议题上更是存在重大分歧。面对这样一个分裂的社会，媒体即便使出浑身解数也不可能满足大众的预期，不可能取悦所有的消费者。从这个角度来看，美国主流媒体公信力的一再下降其实是一个不可避免的结果。

总之，美国主流媒体公信力不断下降的现象促使我们思考，摆脱了政府权力控制的大众媒体是否就一定扮演好“人民卫士”的角色，大众媒体的健康发展需要什么样的社会环境。