

美国电视政治学评析

车 英

电视业在美国发展迅猛,堪称“第十企业”,这当然与其政治、经济、文化和社会的需求密切相关。在大众传播学术界,对之相应的电视学研究亦有很大进展,诸如对电视新闻学、电视文化学、电视传播学、电视教育学、电视社会学、电视美学、电视心理学、电视广告学、电视管理学、电视经济学的研究等。诚然,美国的电视从它的诞生之日起就与政治等有着密切的联系,再加上新技术革命浪潮的涌进,电视的传播已扩展和渗透到全美的各个角落和领域,成为影响当代美国社会(政治、经济、文化、日常生活等)的最强大的传播媒介。因此,在美国又出现了对于最为敏感的交叉研究学科——电视政治学的研究热。本文仅对美国电视政治学的一些情况作一个初步的探讨。

一、美国电视政治学的提出

大多美国学术界人士声称:我们所处的时代是“信息时代”,是“信息大爆炸”和“电视”的时代,美国领导着“信息时代”的新潮流,冠世界这一时代之首。他们还认为:“信息时代的生命线是传播”,当今最强大的传播媒介非电视莫属。据美国最近有关报刊报道,目前,美国三大电视网,即美国广播公司(ABC)、哥伦比亚广播公司(CBS)和全国广播公司(NBC),为了维持和发展美国“信息时代的生命线”,竞争激烈,每天播出时间达18—24小时。美国的每个家庭都拥有一台以上的电视机,现已达到几乎人均一台,平均每天开电视的时间,冬季为7小时,其它季节均为6小时。可见电视这个最新传播媒介的功能之强,在美国人的社会生活中发挥的作用之大。无怪乎美国政界和学术界人士均称“电视剧烈地改变了美国的政治”,“影响了美国的经济、文化和日常生活方式”,“电视广播网现在强大到以致不受任何个人的控制了”。既然美国电视的社会功能如此之强大,那么,就有对其深入研究的必要。

实际上,美国的电视政治学是大众传播学中有关电视学部分与政治学交叉结合的产物,其最初属于大众传播学的一个重要分支,后随着新技术革命的涌进,电视事业的迅猛发展和电视学研究的不断深入,形成了一门相对独立并富有特色的专门学科。

另外,美国电视政治学并不是凭空而来的。它是电视学的重要分支,而且又是从美国新闻政治学(这里主要指报刊政治学,亦称报刊新闻政治学)中衍生而出的。由于电视自身的特有功能和传播方式,报刊新闻学不能包揽电视新闻学的全部内容而使电视新闻学从中派生出来,继之,电视政治学也理所应当地从报刊政治学中分化了出来。电视政治学继承了报刊政治学的全部精华,并在此基础上加以发展。所以,报刊政治学与电视政治学之间并非存在截然横断式的“鸿沟”,而只是存在着“继承”与“发展”的关系。

然而,美国知名政治学家和传播学家们普遍认为:美国的大众传播学研究是电视事业促成的产物,在很大程度上是电视学。此说虽然颇为绝对,但也有几分道理。美国在1937年时就有17座实验电视台,1939年,美国无线电广播公司的实验电视台首次播出美国的电视形象。同年,电视在纽约举行的世界博览会上初次公开露面,以其独特的、最新式的传播手段报道了这次博览会的揭幕典礼,最引人注目的是实况转播了美国总统罗斯福的揭幕演讲,使得美国总统的形象通过电视进入了千家万户。从此,电视作为最强大的传播媒介在美国人民包括政治生活在内的一切社会生活中发挥着巨大的影响和作用。然而美国的传播学是在此9年之后即战后的1948年由美国政治学家拉斯威尔倡导并开始纵深研究的。他在他的《传播的结构与功能》一书中把传播总结为“谁→说什么→通过什么渠道→对谁→有什么效果”至今仍延用不衰的著名的五W研究公式。诚然,这一大杰作的开始研究肯定会比其结果问世要早,少则几年,多则十几年或更长一段时间。或许我们可以这样说:美国大众传播学的研究与电视几乎是同时产生或受电视的影响促成的。那么,在40多年前,这位政治学家出于何种目的与动机来潜心研究传播学暂且不去考证它,但从其表面上却不难看出政治与传播、政治学与传播学之间的内含奥妙之处:政治需要传播,传播也离不开政治,两者乃是相辅而行和有机相连的。政治学家拉斯威尔1948年所著《传播的结构与功能》一书之意义则在于它为后来的大众传播学研究拉开了序幕,同时也为包括电视政治学在内的众多交叉学科的研究吹响了前奏曲。在此之后,大众传播学研究尤如雨后春笋,随着电视传播业的不断完善,加之美国各政党、政府直至总统对电视虎视眈眈,都想控制电视以为自己塑造形象,再加上电视本身在传播速度与广度等方面都大大优越于其它大众传播媒介诸如报刊、杂志和无线电广播等,并给人以身临其境之感和活生生的形象,比起其它传媒来,电视更能体现出“国王(即总统)制造者(Kingmakers)”、“倒权(或称捐客)(Powerbreakers)”和“舆论监督”即“监督政府”等三大政治功能。因此,电视政治学的研究也日趋高涨,关于电视政治学的著述甚多,其主要代表性的论著有:H·西蒙和F·斯特恩的《在1952年选举中电视对衣阿华州选民的效果》(1955年)、J·布卢默和T·麦奎尔的《电视政治》(1969年)、H·门德尔森和O·克里斯皮的《民意测验,电视和新政治》(1970年)、M·鲁宾逊的《电视公众事务和政治病症的增长》(1976年)和《美国电视政治学》(1977年)、T·米莫的《美国的政治传播与舆论》(1978年)和《白宫如何控制新闻界》(1978年)、W·施拉姆和W·波特的《男人、女人、讯息和媒介——人类传播概论》(1982年)、H·席勒的《思想控制》(1984年)等。

通览以上这些论著,我们不难发现,美国电视政治学是研究电视传播在政治上的行为规范的科学,即研究电视传播的政治属性、电视传播与政治之间相互关系的演进及其变化、电视对政治的传播与干预及政治对电视的影响和制约等。换言之,电视政治学是研究在大选之年如何起到“国王制造者”和“倒权”等两大政治作用,在大选之后又如何发挥其“监督政府”即对总统及其国内外政策的决策、政治活动及施政等实施舆论监督的政治功能,研究在大选之年各政党及其候选人如何利用电视为自己塑造形象,以有利于敲开入主白宫的大门,在大选之后,当选总统又如何利用电视宣传自己、实施自己的施政纲领、巩固自己的既得地位、以利于引导并控制舆论。简言之,对于电视政治学的研究在很大程度上是对电视与政治之间的关系的研究和如何处理这两者相互关系的研究。

其实,美国电视政治学仅对以上所述这些进行研究是远远不够的。根据唯物辩证法观点来看,应由表及里,视其表又观其本。就从美国人一般对政治的看法,认为政治是政府、政党、社会势力和社会集团关于国家生活和国际关系的活动,那么很自然这类活动也应表现为

各阶级之间的关系。事实上,政治是经济的集中表现,任何人、任何政党和阶级的政治都是以保护本阶级的利益和取得本阶级在经济上的统治地位为目的的。然而美国的政治学家和大众传播学家,由于出于其资产阶级的世界观,电视政治学的研究大大地受到了局限,未能很好地从本质上解释其主要理论问题,而更多地只是从方法论角度进行彼此之间的关系学研究。尽管如此,美国电视政治学的研究虽受到来自各方的影响和制约,但比起世界上其他国家来,仍不失为其研究之先行。

二、美国电视与政治

著名心理学家科林·布莱克莫尔指出:“每一个领袖,无论他是专制暴君,还是宽厚的先知,他的梦想都是支配其人民的行为”。布莱克莫尔先生这句名言,用于阐述美国政治与社会及美国政治与电视等大众传媒之间的关系问题是再恰当不过的了。

当然,在世界上任何一个国家里,民主的对面是不民主,自由的反向乃为不自由,任何事物都是相对成立的。然而在美国,只有政界上层人物及经济、金融、权势集团的寡头们才拥有“民主自由”和“支配”的权利,而一般美国中下层包括新闻界在内,其民主自由之权则是微乎其微、少得可怜,只能处于其被“支配”的地位。

诚然,美国新闻界这样认为:“新闻记者与政府之间应该存在一种敌对的关系”,然而,“如果记者对政府官员太粗暴,他们作为消息来源就会枯竭。如果太温和,记者又会被认为在替政府官员工作。”因此,在处理新闻界与政府间的关系上,则需要有一个“既圆滑又顶撞、既合作又斗争的微妙结合”,他们并告诫年轻的记者和即将成为记者的青年人说:“要记住这点:说到底就是政府官员需要记者甚于记者需要他们”。以上所云之微妙结合和相互所需的关系,揭示了其本质所在。美国《邮报》的布罗德在研究了美国两百多年的新闻界与政府的关系之后也发出这样无可奈何的感叹:“当我们埋怨政客们管新闻时,我们是……天真幼稚的。因为在我们所看到的这个现实世界里,没有什么办法使我们能期望政客们不管新闻、不利用新闻为他们的目的服务”。这就是当今美国新闻界(包括电视界在内)与政府之间关系的真实写照,这就进一步说明了这两者之间所存在的微妙关系的本质,同时,也道出了美国新闻界欲罢不能的“监督政府”的苦衷。

虽然美国新闻界两百多年来一直高举着“新闻自由”的大旗,高喊着“监督政府”的强音,在美国历史上起着某些推动社会前进的作用,但“新闻自由是一项极其宝贵的权利,不能让法院取消”,“报界要向限制言论自由的命令进行斗争,斗争,再斗争。”至今,在美国“争取新闻自由的斗争还没有取得胜利”。

在美国,闪光的“新闻自由”实际在政治上几乎只剩下一具漂亮的躯壳,这话不假,道出了其实质问题。但是,比起世界上那些根本没有这个“躯壳”和大肆扼杀这个“躯壳”的国家来说,还是强得多,其政治功能和威力也就大得多。但从另外一个方面看则又是糟得多,这是因为任何一个国家的新闻事业都是历来依附于一个阶级和一个集团,并为其阶级和集团服务而赖以生存的,而美国是资本主义国家,仅此一点就决定了美国电视业依附和服务的方向。

的确,电视从它诞生之日起就富有很强的生命力,在人们的社会生活(包括政治生活在内)中发挥着越来越大的作用。电视是视听结合的传播媒介,拥有最强的纪实功能,使公众通过自己的视觉和听觉,产生一种身临其境的感觉、具有很强的现场性和真实感,最能反映和满足大众不能亲身耳闻目睹而又迫切求知的心理显现。这一切都是其它大众传媒所望尘莫及的。正

是由于电视具有如此优越的性能，美国的各政党、政客、政府直至总统都想把这个最新传媒占为己有、为我所用。因此说，美国的电视从它诞生之日起就与政治有着密切的联系，政党、政府、总统乃成为美国电视新闻的最大信息源，从而给美国的电视涂上了一层非常浓厚的政治色彩。美国的统治者都很明白这一点：“控制信息的权力是控制社会的一个主要杠杆”，然而在目前，“最重要的控制手段就是综合性传媒——电视”。

尽管美国电视业与政治有着如此密切的联系，但美国的电视业主仍将其标榜为私营媒介、竞争媒介和独立媒介，并赋予电视如此三大特点，烙上“客观、公正”的标记。当然，笔者并未否定之表面的、相对的一面，但究其根本，却并非完全如此。何为私营？如何竞争？怎样才算独立？诚然，美国政府并未直接掌握这三大电视网和众多的电视台，名义上全是私人所有。然而私有性决定了阶级性，所有权决定了发言权，就其整体而言，不论是采访还是写作，不论是编辑还是传播，这一切都得听命老板的指令，遵从美国大资产阶级的意志，这一点是无可质疑的。所谓美国的电视是竞争性大众传播媒介，这还颇有道理：象在美国这样一个商品化了的国家里，不竞争就等于没有饭吃，不但如此，往往还进行一些非人理非道德的所谓“竞争”，用他们自己的话说，则是要“用你肮脏的小手，抓收看率，尽可能地捞钱，……用你洁白的手，尽你的力量，干冠冕堂皇的事情，为我们赢得声誉。”因此，电视以其传播速度最快、传播区域最广、传播手段最形象、传播效果最佳等“四最”优势参与各种传播竞争，显其神通。然而，“美国总统乃是全美国甚至是全世界的最大头号新闻”，这在美国新闻界早已成为口头禅。电视也无外乎如此，政治也属电视传媒的最大新闻，不然，其源水就会枯竭，其竞争亦会成为乌有。所谓电视是独立之传播媒介，这也只能说是相对而言罢了。美国的电视是美国政府严加控制的大众电子传播媒介，这是事实，比起政府对报纸的控制来要严格得多，比如电视网(台)必须经由联邦通讯委员会(FCC)批发了营业执照后方可营业，并严格按照其规定行事，“越轨”者定吊销其执照，而报纸则不需要这些，但包括电视在内的所有美国国内的大众传媒均非政府直接御用的传播工具，除了专门负责对外宣传的“美国之音”电台隶属于美国新闻署之外，美国政府不拥有和直接掌握任何一家报社、电台、电视台和通讯社。尽管美国电视在涉及国家重大利益的问题和外交事务时一般来说是同政府配合得很默契的，但这只是其中的一面，然而在美国国内问题上，它可以发表不同政见，常以批评政府、批评总统和揭露其丑闻为快事。美国国会、政府及其官员乃至总统无不对电视又爱又怕，因为他们的一举一动都是电视记者们所极为关注的，正如美国著名女记者芭芭拉·马图索所说：“政治家们全都这样热衷于在电视上露面——还没有一位政治家拒绝在那样的酷暑中爬上这座楼梯，以便得到在电视上露面的机会。……有一个政党甚至传发了一张单子，上面写道：‘百事需留心：电视在此’，告诉代表们不要把手伸进口袋里摸出酒瓶来，不要做诸如此类的事情，以免被摄像机抓拍去”。由此可以看出美国政治家们在电视上的矛盾心情。实际上，美国的电视界也与政府之间存在着那种“既圆滑又顶撞、既合作又斗争”的微妙结合关系。

尽管电视并非美国人所发明，但电视用于商业和政治乃是美国人的杰作。纵观电视从1939年正式同美国人民见面以来的发展过程，无不说明这一点。电视的作用是极大的，它也确实“剧烈地改变了美国的政治”，美国著名电视节目主持人克朗凯特就曾说过：“我们的机构是够大的，我们强大的足可以对政府的威胁和恫吓嗤之以鼻。”对此，美国前任副总统阿格纽也承认：在美国，“没有一种宣传工具比电视对舆论的影响更大了。”但他又说，“在我们的制度中对电视的巨大权力的制约是最小的，”从而要求对电视传播进行更强硬的控制。由此从另外一个方面可以看出美国电视事业具有相对的独立性——能在美国国内政治中和美国外交政

策中起着巨大的影响力和制约度。然而，作为美国资本主义制度的看门人，电视影响着社会舆论，而又在不同程度上决定着其政治舆论。它既是传播信息、执行“监督政府”职能的“无冕之王”，又是维护统治阶级根本利益的“忠诚卫士”。因此，笔者可以断言：美国的电视在美国政治生活中扮演着这样的“双重”角色，而决非其一。

三、美国电视政治学的实践

在当今的美国，“最强有力的信息传播工具非电视莫属”，“美国的电视与政治现在已经纠缠得难解难分了，谈政治离不开电视，谈电视离不开政治”，“历来是横贯整个北美大陆的美国政治舞台，已经缩小到12英寸或19英寸的显象管上了”，这是美国著名记者西奥多·怀特在博览并研究了美国电视发展史后说过的一段话。正因为如此，美国的电视政治学已引起越来越多的人的重视，随之有关电视政治学研究的专著和调查报告也随之增多起来。这些研究者多为美国大专院校新闻学和大众传播学教授、新闻工作者、研究行为科学的政治学家、社会学家、心理学家以及教育学家等，除此，还有美国政府、大公司、基金会、新闻部门、各大电视网、新闻传播院系也成立了如民意测验所、电视政治学研究所及政治研究中心等专门组织对此进行研究，很多新闻传播院系也都开设了“电视政治学”课程进行专题研究讲座和授课。对于电视政治学的研究内容，不论是大众传播学家还是政治学家和社会学家，都粗略地将其分为三个部分：其一，研究电视与政治的发展史；其二，研究电视网(台)的政治属性和政治功能；其三，研究电视与政治的相互关系、影响和作用，其中以第三项研究为最重要、最普遍、最典型、最敏感而又最难以解决。实际上，美国电视政治学，正是出于以上原因，则侧重于对电视的“总统制造者”和“倒权”以及“舆论监督”的研究之上的，简言之，是局限在大选总统与之后的监督政府之上的。而对于美国政府对电视的控制问题研究只是停留在表面，就其根本之所在也是该项研究解决不了的。

事实也谓如此。美国的政治无时无刻不充斥着电视，“政治新闻是没完没了的。一年365天——闰年是366天，天天都有政治新闻。在选举结束后的第一天，记者就又写今后四年关于竞选对手们的推测性的报道”；“政治记者每天都要泡在政治里”。这些话都可说明美国电视与政治的密切关系。但是，不论美国电视政治学只是停留在表面也好，还是进行深入研究也好，其研究程序大体分为三个步骤：

1、典型调查，即先在一定范围的全体受众中，用一套科学方法选出若干能代表这一全体的人，然后按照预定的调查问题如在总统大选中倾向于两党中哪一个党和哪一个候选人等对他们直接采访、打电话、发意见表即采用问卷方式、征求意见，最后进行综合分析，确定自己所拥戴的一位总统候选人做为自己重点宣扬的偶像。如1952年，电视第一次断送了一位获得共和党内实力派支持的竞选人罗伯特·塔夫脱，而促使艾森豪威尔在共和党内赢得了总统候选人的提名，这是通过电视进行典型调查从而确定为之宣传的结果。在宣传过程中，电视台不惜血本，接通几十公里长的电路，运来全部器材，在根本不具备条件的艾克的故乡——得克萨斯州的一个小镇丹尼森成功地进行了艾克正式宣布竞选的电视现场直播，使之平易、纯朴、光彩、伟大的形象更加深入人心，从而为艾克入主白宫铺平了道路，也开创了电视竞选宣传的先例，史称1952年为“新型竞选的开端”。再如1964年竞选中，电视台广泛播映的宣扬约翰逊专门攻击竞选对手巴里·戈德华特的名为“采花的小姑娘”的电视小品一炮打响，这是电视的杰作，也是电视通过典型调查后所做出的宣扬与攻击对手的必然产物。在典型调查

中,也不排除自己找上门来的显赫政治家们的意见。前任美国国务卿亨利·基辛格就是其中之一,他说:“当我想表达一个观点时,我打电话通知的第一批人中就有克朗凯特”。就这样,电视网(台)的决策人根据特定的和自找来的典型调查材料加以综合,做出较为科学的预测和判断。但有时也并不准确,如美国全国广播公司于1983年4月所做的那次社会调查结果就能说明这一点。

2、实地实验,即对通过典型调查后而确定的主要双方进行实地实验,换言之,即对两党最后的各自总统候选人进行“电视辩论”的实况直播。当然,这样的直播并非完全“客观公正”的,更不是“不党不私”的,电视网的决策人总是有其倾向性的。如史称“电视总统”的约翰·肯尼迪在1960年竞选总统时对运用电视的确花了不少工夫,电视根据典型调查做出有倾向性的直播,令人赞赏地表现出肯尼迪的年青和执政能力,最后使之击败在任副总统尼克松而入主白宫。诚然,电视只是他当选总统的一个因素,“但如果没有电视,他的机会将会少得多”。从此,肯尼迪作为第一个懂得如何利用电视为他的目的服务的总统,使得政府成为家庭娱乐的一种形式。从他开始,美国历届总统,包括刚刚卸任的里根和上任不久的布什,无一不是靠电视帮忙。因此可以做出结论:电视媒介和总统候选人的上与下之间确有因果关系。另外,总统候选人的上与下又取决于他们运用电视媒介的能力和水平。

3、综合内容分析,即对电视在此期间的“树权”与“倒权”等问题的所有报道和直播,进行客观、系统、科学地分析研究,找出带有规律性的东西。如果内容繁杂,也可考虑再进行抽样调查,从中建立或证实某种理论。通过从下到上、从外到内的反复研究论证,认为:电视是美国制造怪物、皇帝和公众舆论的最强有力的传播媒介,电视是倾听国家公职候选人最好的途径;同时也起着美化和夸大次要的或人为安排的事件的作用。

当然,对电视与政治的调查和分析无疑促进了电视政治学的研究。但是,美国电视政治学的研究实践远不仅仅如此,其研究风格和具体步骤也是五花八门的。如我在1987年5月接待美国哥伦比亚广播公司的一位负责人时问道:在美国总统竞争中两党的竞选费用高达四五亿美元,其中上亿美元用于电视宣传,这恐怕也属电视政治学研究的内容吧?他笑着回答说:当然,说得更准确一些,这属于电视政治经济学所研究的范畴。实际上,美国的电视政治经济学也在研究,即研究如何用其肮脏的小手抓收视率、尽可能地捞大钱,其中包括研究如何捞取总统竞选宣传费用的规律。

四、结 束 语

综上所述,从电视1939年同美国人民公开见面之日起,政治就同电视有了联系。随着时间的推移,电视深入千家万户,实际上,电视已成为美国现代政治的一个重要舞台。就电视界“监督政府”角度上看,电视界与政府同为美国大资产阶级的代言人和卫道士,是一主之下的二仆,如1983年当电视记者采访里根总统时,他却说:“监护人不让我说话”,就是一个很好的例证。然而,就美国政府控制电视界而言,电视界无疑则为一主之下的仆中之仆了,如美国著名电视女记者巴巴拉在采访卡特总统之后恳求总统说:“总统先生,好好对待我们吧,要仁慈呀!”也足以说明这个观点。其实,美国电视政治学的研究也面临着危机,不然,美国的各个电视网(台)就会惶惶不可终日,唯恐有朝一日政府动用其手中大权吊销其营业执照。