

· 学者界面 ·

从 CNN 海地地震报道 看信息传递与价值重构

□ 雷蔚真 胡雅婷

作为临近海地的美国,在地缘上、政治上等多方面和海地联系密切,因此美国媒体对这次突发灾难的报道格外关注。

CNN在海湾战争、“9.11”等重大突发事件的报道中一直是美国媒体的代表,拥有较高权威性和可信度。因此通过对CNN海地地震的报道分析,可以从个性归纳共性,窥见美国乃至世界媒体在重大突发事件报道中的传播模式。

初期灾情报道: 信息的迅速、准确传递

——I report和 Google earth辅助报道总体信息

Thelwall和Stuart将大规模突发性灾害事件中人们的信息需求分为三类:总体信息需求,个人信息需求和运用信息需求。突发事件发生时灾区道路、通讯受阻,信息不明朗,受众的认知平衡被打破,出现“信息饥渴”现象。因而,灾难发生的第一时间,受众十分需要有关事件的总体信息,而以电视为代表的大众媒体无疑是总体信息的主要提供者。

海地地震发生在当地时间2010年1月12日16时53分,在得知地震消息后,CNN按照惯例在第一时间投入报道。第一时间的信息传递(即“元信息”)能重

构民众对于媒介的依赖。简单地说,地震发生后电视“播”是第一步。不仅是CNN及时报道,以中国CCTV为例,在海地地震后,央视也在第一时间播出相关新闻,派驻记者赴前方采访。

这一时段的信息表现出突发性特点,信息量大且庞杂,需要媒体在第一时间将信息传递出去。如何在有限时间内将信息及时并准确传递出去?除了直播、滚动新闻、派记者亲赴现场采访等常规手段外,大众媒体也在整合不同手段和资源,辅助传播总体信息。以CNN为例,就采用两大手段辅助报道I report和Google earth。

在灾难报道中,由于灾难造成的破坏,媒体获取现场画面和采访往往十分困难,但由于需要及时传递信息,受众参与报道成为弥补信息缺失的一种有效办法。CNN的I report版块于2006年8月1日推出,由公民提供新闻的线索、画面甚至报道。

而此次海地地震中,I report版块也发挥重大作用。CNN特别制作“Haiti through your eyes”栏目,播出地震幸存者记录的有关地震的珍贵视频资料。并且呼吁各地公民,为CNN的报道提供资料,参与I report的版块。除了海地当地

的报道外,在“I reporters focus on Haiti”的节目中,伦敦一名“I reporter”,作为一名外科医生也记录了即将奔赴海地的救援医生的状况。这不禁让人联想到汶川地震期间我国的新闻报道。在地震初期缺乏画面信息,不少手机拍摄的地震视频在网络上迅速传播。

可以说,资源共享,尤其是公民参与能够弥补重大突发事件信息的不足,第一时间第一现场传递信息。I report的新闻虽然画面粗糙,制作不够专业水准,但是真实的现场感弥补了地震初期信息的不足,提供了珍贵的第一手资料。

地震初期,除了及时传递信息外,受众同样需要准确、直观的信息。而CNN对于Google earth的运用,一则弥补了画面的不足,二则准确、直观的提供地理信息。

在新闻中使用Google earth,CNN已经不是第一次。早在2005年卡特里娜飓风的报道中,CNN就使用Google earth。而这一次海地地震报道中,Google earth的运用生动、准确展示了海地的地理位置,首都太子港的状况,震源的区域,海地与美国,特别是佛罗里达州的距离关系。可以说在重大灾难报道中,新技术的运用可以更好的辅助报道,提升信息含量,提高信息准确性。

中期救援报道：情感、价值的渗透

——美国国家形象的渗入

在地震刚发生时，地震的有关信息是受众关注的焦点，但随着地震信息被受众知晓，救援工作展开，救援信息成为最核心信息，受到最多关注。

此次海地地震报道中，CNN 极大关注了海地的救援工作，如“被埋七天奇迹生还”等信息。但无论是美国派出救援人员帮助救助，红十字会的募捐，还是美国民众的帮助都体现出美国，这个基督教文化国家的关爱、帮助的理念。透过这些现象可以看到，在友爱、互助的背后渗透着美国国家形象，作为世界第一强国，美国似乎在宣示着自己的慷慨和强大。

地震后的第二天，CNN 报道了美国总统奥巴马的演讲，其中提到一个词“leadership”，宣示着美国在救援工作中的领军作用，而随后奥巴马也承诺“我们不会抛弃你们”。在 1 月 15 日的 CNN 新闻中，报道了总统奥巴马视察红十字会的情况，期间奥巴马用到“generous”“graceful”这样自豪的词语称赞美国的红十字会。如果说总统的言辞不一定是 CNN 的立场，那么在美国民间救助的报道中，美国国家形象的渗入则显示无疑。

海地地震发生后，美国民间组织大量救援募集活动。在 CNN 新闻中诸如“Miami hears Haiti call for water”“Aids flowing to Haiti”等主观性较强的标题比比皆是。在迈阿密援助海地的报道中，解说最后用升调强调“help is coming”。

在地震救援报道中情感、价值渗透理所当然。如同此次海地地震中我国媒体对于牺牲的中国维和人员的关注。但此次 CNN 的报道更像美国政府的代言人，宣言美国政府“世界警察”的角色，过分展现美国的善心，在收养地震孤儿

问题上甚至缺乏了理性思考，忽略了地震孤儿将来的成长问题，以及收养带来的潜在贩卖儿童风险。

CNN 这样做并不奇怪，CNN 的创立者特纳曾自诩“成为美国的良心”，而在 CNN 的发展中，“良心”逐渐变成以美国政府的价值观和立场来构筑新闻报道，甚至成为政府的发言人，例如为迎合美国政府的策略，在对伊朗总统的采访中，CNN 曾把“和平利用核能的权力”翻译成“拥有核武器的权力”。此次地震的救援报道中，在 CNN 的新闻中潜在渗入美国强大、慷慨、乐于助人的形象，并且有意美化了美国的形象。

后期反思、总结报道：

铺垫效果与议题的转移

——美国意识形态和价值观的重构和强化

地震后期，随着救援工作的逐步稳定，生还者生存的可能性逐步降低，震后恢复工作成为社会关注热点。而在恢复工作中，媒体往往关注的是灾难带来的经验、教训以及今后如何开展重建工作。

反观 CNN 此次报道，震后媒体核心议题一直是海地的贫穷和动荡，这些问题是存在的，但媒体关注的焦点不能“只破不立”。为何 CNN 反复强调这些问题？

CNN 正是运用强大的铺垫效果，强调海地的贫穷与动荡来美化甚至转移了美国派兵海地的议题。

美国于 1 月 15 日派兵前往海地。截止到 18 日，美军已向海地派出超过 1.1 万名军事人员、33 架救援专机、“卡尔·文森”号航空母舰和多艘军舰。而联合国在海地部署仅仅只有 7000 名维和军人和 2100 名维和警察。22 日联合国也与美国签署协议，美国全权统筹在海地的救灾、重建工作。对此，国际社会深表担心，各国对此的解读也是美国是在借机

控制海地，扩大在加勒比海地区的军事影响力。而在 15 日到 18 日的 CNN 的新闻中，报道强调的核心一直是海地的混乱和美国的“帮助”。如“海地人民游行”“海地医疗用品荒”“海地面临大灾难”“海地：世界末日”“生还者露宿街头”“地震孤儿无家可归”等等。由此看来 CNN 强调海地的动荡与贫穷似乎别有用心。在这样大量铺垫效果下，由于强调海地的灾难，海地人民生活在水深火热中，美国的这一系列举措都是正义并且值得肯定的。

为何海地地震造成如此大灾难，CNN 给出的答案是海地的贫穷，但为何海地如此贫穷，恐怕美国媒体应该清楚其中的历史原因，海地风雨飘摇的经济很大程度是由于美国的政治渗透、军事施压和极端不平等的经济控制。以至于美国报刊漫画家协会主席特德·拉尔撰文认为“海地地震，美国制造”。

由于 CNN 在灾后总结反思报道中一直强调海地的贫穷与动荡，激发社会的同



□ 2010 年 2 月 18 日，一名海地男子从首都太子港一座坍塌的建筑前经过。当日，联合国呼吁国际社会捐助 14.4 亿美元，用于帮助大约 300 万海地地震灾民。（新华/法新）

情，成功转移了议题，忽视了美国利用此次海地地震对于海地的潜在控制，也强化、重构了美国友爱、慷慨的形象。●（作者分别是中国人民大学新闻学院副教授、学生）

编辑 陈芳 chenfang@xinhua.org