

## 全球傳播的媒體操控與框架競爭： 以 2003 年波斯灣戰爭為例

方鵬程

新聞學系

助理教授

### 摘 要

全球傳播從上個世紀 80 年代開始建立，90 年代成型。2003 年波斯灣戰爭的全球傳播已躍為戰爭傳播最基本特徵之一。本研究採文獻分析法，對此一戰爭傳播現象的媒體操控與框架競爭進行研究與比較分析，研究的對象主要以電視媒介為主。

本研究的研究問題有三：（一）美伊雙方如何進行媒體操控？（二）美伊雙方如何爭奪媒體框架？（三）此一全球戰爭傳播現象，反映出那些值得省思的問題？

全文計分為 6 個單元，除前言外，其次是相關文獻探討，包含全球傳播時代的特質、不對稱的傳播力量，以及有關媒體、消息來源與媒體操控等的理論探討；第三單元是美伊雙方的媒體操控策略；第四單元是美伊雙方的媒體框架競爭；第五單元則是對全球戰爭傳播現象的省思，最後是結論。

**關鍵詞：**全球傳播、不對稱、媒體操控、框架競爭、議題設定、2003 年波斯灣戰爭

## 壹、前言

在西方新聞事業的發展史裡，媒體不但是社會第四權，有權亦有責監督政府作為，反映民眾心聲，而且應不受任何干擾，獨立自主、客觀真實的反映社會真實。以電視為例，它就好像透明玻璃一樣，為閱聽大眾提供了一個「世界窗口」（Abercrombie et al., 1992），從這個窗口看出去，就好像透過玻璃，毫無阻擋的看見全世界。

但事實上，在新聞內容產製的過程中，並非全然透明的，其實隱藏著很多的建構（construction）。尤自公共關係發展以來，各種批評與質疑不曾間斷，有人認為媒體公關過度氾濫，無異利用或玩弄新聞媒體，欺騙愚弄了社會大眾，所謂新聞稿、特寫和座談會、發表會及記者會等等，追根究底都是一種自我宣傳。

自從電視媒體直接報導戰爭行為，「媒體戰爭」一詞就跟隨出現。越戰是美國對外作戰的重大挫折，關鍵在於美軍對當時無線電視這種新興媒體不知如何應對。但美國政府與軍隊對於媒體關係的改進與加強，即由越戰之後重新奮起。

新聞偏差（bias）是非常明顯的。通常發生在戰爭時期或全國性危機期間，政府試圖將戰爭的意識擴大，高於其他的危機之上。英阿戰爭中英軍限制媒體採訪的做法即是一例，但卻也成為美軍效法的對象（Sharkey, 1991：14）。在 1983 年美國入侵格瑞納達時，即對媒體採取嚴格保密的管制作為，直到雷根總統宣佈軍事行動成功後，媒體才恍然得知。

事後，雷根政府成立由 14 位新聞記者和媒體公關人員組成的 Sidle 委員會。Sidle 建議美軍採取具體作為來增進與媒體間的互信，其中最重要的是在軍事行動中設立「全國媒體聯合採訪（National Media Pool）」，以因應媒體無法自由接近戰場採訪新聞的情形（Cate, 1998：108）。

美軍第一次運用「全國媒體聯合採訪」，是在 1989 年入侵巴拿馬時。1991 年波斯灣戰爭則是第二次運作（胡光夏，2003）。2003 年波斯灣戰爭則開放美國史上最具規模、將近 500 多名記者的隨軍採訪（embedding）。

但是，兩次波斯灣戰爭差隔 12 年，之間時代與科技的進步及變化極大。2003 年波斯灣戰爭的全球化傳播已躍為戰爭傳播最基本特徵之一。由於資訊傳播的大量化、傳播手段的跨國化、參與媒體的國際化，任何交戰方都不可能按照一己的意願完全統一本國媒體與第三國媒體的口徑（門相國，2003；劉雪梅，2004），卻也因此出現更細膩的媒體操作作為及媒體框架競爭。

本研究採文獻分析法，對 2003 年波斯灣戰爭美伊雙方在媒體操控與框架競爭進行研究與比較分析，主要以電視媒介作為研究的對象，計分為 6 個單元，除

前言外，其次是相關文獻探討，包含全球傳播時代的特質、不對稱的傳播力量，以及有關媒體、消息來源與媒體操控等的理論探討；第三單元是美伊雙方的媒體操控策略分析；第四單元是美伊雙方的框架競爭；第五單元則是對全球戰爭傳播現象的省思，最後是結論。

## 貳、全球傳播時代的來臨

或許有人以為，科技日新月異，本來就是向前邁進的，傳播科技進展亦理所當然，因而當前的各種工作生活情境與傳播現象本應如此，以致呈現吾人眼前的戰爭傳播情景亦是科技變遷下的產物。

但這些現象與情景，若跳出功能分析、科技決定論的角度，就有著完全不同的解讀。從各學派綜合梳理出一些深層底蘊是有其必要性的，亦有助於有關戰爭傳播行為的相關分析。

### 一、全球傳播的特質

國際傳播可以上溯幾十年前的一、二次世界大戰，甚至遠及於人類早期的帝國征戰，但新近的研究另以全球傳播（global communication），來與國際傳播作區別。全球傳播是從上個世紀 80 年代開始建立，90 年代才算成型，而且具備以下若干不同以往的特質：

#### （一）全球傳播跨越國家間界線

源自現代科技，尤其是網際網路及衛星傳播技術，這是全球傳播興起的關鍵，美國普渡大學傳播系教授 Yahya Kamalipour 認為這造成了全球傳播時代的來臨；此前國際傳播是在國與國之間進行的，但是全球傳播已經跨越了國家間界線（李希光、孫靜惟，2002）。Tomlinson（1999）也指出，多數人的大部分時間並非從旅遊或人際接觸等方式，而是從自家中，藉由電話交談、電子郵件與電視收視等感受到全球化的影響，媒體與通訊科技的運用創造了解領域化的過程，更將人們從當地的文化與環境的關係中抽離開來。

#### （二）全球的商業傳媒市場已經形成

談起全球化，可能首先映入腦裡的是麥克魯漢與菲爾（Mc Luhan & Fiore, 1967）的「地球村」概念，但開啟「全球化」此一名詞的，則是美國前國家安全顧問布熱津斯基（Z. Brzezinski），他於 1969 年首次使用（徐瑞媛、魏玉棟，2003）。雖然他的觀點在當時未曾贏得西方學界與政界的響應，但其「全球化即是美國化」的說法，卻確實驗證了後來的發展現象。

全球化夾雜著政治、經濟與傳播的概念，涉及到政治、經濟、金融、文化等多種社會活動，而媒體組織則在文化全球化中扮演了重要角色。徐瑞媛、魏玉棟（2003）指出，在上個世紀 80 年代和 90 年代之前，一個國家的傳播系統是由本國人所經營控制的，但現在都已發生變化，過去幾年裡一種全球的商業傳媒市場已經形成。

### （三）國家角色逐漸被侵蝕

Gher & Bharthapudi（陳敏譯，2005）認為至目前為止，國家依然是世界舞台上的演員，但是這樣的角色扮演與功能正逐漸被侵蝕，被一個極其複雜細緻的社會政治經濟進程所改變，這個進程包括國際機構、跨國集團、跨國利益組織及非政府組織等，而這一個新世界秩序的改變與形成，跨國性全球媒體允為其中最重要的關鍵因素之一。

德國慕尼黑大學社會學教授貝克（U. Beck），在《全球化危機》台灣中文版序言中，即明言越來越多的經濟和社會的貿易、工作及生活形式，不再於依國家原則組織起來的「社會容器」中進行，而呈現出至少兩種後國際政治新時代的輪廓（孫治本譯，2003）：其一，是內政與外交間的古老規則和界線早已不存在了。西方和超國家組織在保障人權和世界自由貿易的旗幟下，公然介入其他國家在從前被稱之為「內政」的事務。其二，在上述普世價值或普世主義的表象下，古老的帝國主義復活了。貝克以對塞爾維亞的軍事干預為例，指出西方國家一方面高倡普世要求，另方面卻對他國的軍事行動視為是「無私的」行為作掩護。

### （四）全球媒體乃全球資本主義的堅實堡壘

Herman & Mc Chesney（1997）確信全球媒體在經濟上也在意識形態上，成為全球資本主義的堅實堡壘，成為全球市場發展的最根本因素。全球媒體系統的出現，逐步破壞了民族國家作為發展民主、平等的公共領域上可能扮演的角色。並對以下四個相關領域形成負面影響：（一）價值觀念、（二）公共服務精神的腐蝕，公共領域以娛樂代替、（三）保守政治力量的加強、（四）對當地文化的侵蝕。

## 二、不對稱的傳播力量

不對稱（asymmetric）此一概念的使用，是 1996 年之後的事，但 1989 年國際知名戰略學者 Martin van Creveld 接受美國國防部委託的一項五年研究計畫，就已提到以下幾項觀點：依賴尖端武器的一方，很可能會被弱勢武器所打敗；游擊戰、恐怖主義等戰爭方式，主要在建立局部或暫時的優勢來發動攻擊；恐怖主義不受現代戰爭方式限制，很可能在城市發起有力的攻擊行動；避實擊虛乃自古

以來最佳的戰術（李黎明，2001）。

1998 年 3 月由美國陸軍戰爭學院所舉辦的研討會中，曾對不對稱深入研討，其中 Charles J. Dunlap, Jr. 提出兩項新看法：所有作戰都是尋求不對稱的作為；真正的不對稱挑戰是心理與意志，不對稱作戰手段的目的，在打擊人民的心理、意志，而非部隊決戰，而且應該從文化觀點來觀察不對稱戰爭（同前註：203）。

很明顯的，9•11 事件是一場不對稱「戰爭」，雖然不對稱概念經過許多討論後並非一致。即使如此，以下幾個基本要項仍是值得注意：

- 不對稱是指相對兩方的力量有大有小。
- 力量小的可以憑藉局部或暫時的優勢發動攻擊，甚至致勝。
- 無論力量大小的任何一方，或所有的作戰，都是尋求不對稱的作為。
- 不對稱的概念可用於觀察軍事力量的戰爭，亦可運用於觀察文化戰或媒體戰等方面的爭鋒。

從上文的探討中，不難得知自上個世紀末期以來，美國在全球化或全球傳播演變過程中舉足輕重的地位，接著是一些文獻中更為具體的資料，所顯現的是不對稱傳播力量的差距現象。

在兩千年末，已有 216 顆地球同步衛星與 150 多顆低軌衛星環繞著地球運行，能夠直接向這個星球上的 60 億人口，提供聲音、數據、廣播與電視等層面的服務。但隨著全球商業媒體市場的出現，Herman & Mc Chesney（1997）指出控制全球媒體新系統頂多 30 至 40 家大型跨國公司，而掌握全球媒體市場的尖峰則是不到 10 家的媒體公司，其中大多數集團公司都將基地設在美國。甚且，世界傳媒前五名均為美國主流媒體，百強中美國佔了 32 個（劉雪梅，2004）。

就官方對外傳播網而言，美國之音（VOA）有一半的節目經由衛星傳送到世界 1100 家調頻台播出，美國之音還開辦了電視台（VOA-TV）強化美國在國際廣播電視網的實力（同前註）。

另全世界四大通訊社分別是美聯社（AP）、合眾國際社（UPI）、法新社（AFP）、路透社（Reuter），美聯社與合眾國際社在美國，路透社在英國，法新社在法國。根據統計，西方主要國際通訊社壟斷了 80% 的國際新聞，而美國的兩家國際通訊社又壟斷了西方的國際訊息，在每天傳送的新聞字數，美國兩家國際通訊社共約 600 萬字，而路透社與法新社合計只有 130 萬字（張桂珍，2000：74）。

此外，若以美英等西方國家與阿拉伯世界兩端來看不對稱的傳播力量，1991 年波斯灣戰爭期間，全世界所有關注戰況的眼睛都被 CNN 直播吸引住時，當時的阿拉伯媒體在戰爭報導上反應很慢，伊拉克入侵科威特的消息 3 天後才見諸報端。時過境遷，此次戰爭以半島電視台為代表的 12 家阿拉伯衛星電視頻道加入

了競爭的行列。儘管他們不一定認同海珊（Saddam Hussein），但由於宗教、語言、文化等力量，他們以阿拉伯世界的觀點報導戰爭，給全世界受眾有別於美國等西方國家的報導視界（常函人、萬鋌，2003 年 4 月 10 日）。

阿拉伯媒體加入媒體戰爭較具影響力者有三家，分別是半島電視台（Al-Jazeera）、阿布札比電視台（Abu Dhabi）及阿拉比亞電視台（Al Arabiyah），這三家電視台都動員直播戰爭新聞，發揮相當大影響力（施順冰，2005）。

如果以美國所擁有強大的全球傳播，對比於伊拉克的傳播力量，更可說是絕對不對稱。伊拉克並未擁有像美國一樣的任何一項全球性傳播媒體，甚至對國內的新聞傳遞也很落後，只能仰賴官方控制的伊拉克國營電視台、伊拉克通訊社、巴格達電台、阿夏巴（Al-Shabab）及海珊之子烏岱的沙阿賈瑪伊利電台（Sawtal-Jamahiriyah）發聲（同前註：22）。

### 三、媒體、消息來源與媒體操控

現代人身處傳播媒介無所不在的社會裡，經常遊走在「社會真實」、「媒介真實」與「主觀真實」這三種不同的「事實」。所謂「真實」概分為三種：外在客觀的世界（outside world）、自我的內在世界（self world）和與人分享的符號世界（symbolic world）（林東泰，1999）。社會真實是指事件的真相，媒體真實是媒體所呈現的事件情境，主觀真實即個人對於事件的主觀認知（鍾蔚文，1992）。但是，這三個「真實」卻無法「窮知」或真正接近，往往處於人言人殊、眾說紛紜的狀態。

臧國仁（1999）認為新聞報導內容難以反映真實事件，與媒體在再現真實時，持續受到組織框架、新聞工作者個人認知框架及文本框架的制約與影響。他並認為媒體與消息來源雙方會各自動員符號、傳播及其他資源，進行框架競爭，企圖影響對方接受己方觀點，藉以主導社會主流知識的文化意涵與定義。

媒體對社會大眾輿論最重要的影響之一，在於議題設定（agenda-setting）的功能，他們選擇了什麼議題，民眾跟著注意什麼議題，往往因他們選擇加強某些議題，必然忽視或排擠了其它議題。但是，媒體的議題又是誰來設定呢？

媒體與外在環境，尤其是與消息來源互動時，之間並非對等的關係，決定論（操控模式）的代表人物賀爾（S. Hall）指出，媒體受制於新聞產製過程中的時間壓力與平衡與客觀原則的因素，增加了媒體對消息來源的依賴，特別是所謂「可靠」消息來源的客觀、權威的陳述。這種機制使得媒體不得不向主控階級靠攏，造成媒體內容不斷複製當權者的意識形態，亦即消息來源成為「初級界定者（primary definer）」，而媒體則只是「次級界定者（secondary definer）」的角

色 (Hall, et al., 1981: 340-342; 翁秀琪, 1994)。

另英國格拉斯哥學派自 1974 年到本世紀初，聚焦於重大社會事件與國際問題，追蹤媒體、政府與受眾的互動關係，先後發表 10 部著作，也獲致幾乎與前者同樣的結論：媒體往往是為主流社會服務，往往反映的是菁英意識，而不是像傳統新聞學所宣稱的客觀公正，更不是站在與政府對立的立場來反映真實。以對越戰的研究來說，媒體報導仍大部分聽從了白宮對戰爭的觀點（張威、鄧天穎譯，2004）。

在格拉斯哥學派的研究中，電視媒體比平面媒體對菁英消息來源依賴性更大，但媒體學者 Sigal 早在 1973 年發現，平面媒體不如吾人想像中具有批判性。在他對 1969 年到 1973 年《紐約時報》、《華盛頓郵報》的研究，發現這兩個報紙頭版的 2850 條新聞中，78% 的新聞來自於政府官員，而記者採信的消息來源，大多數來自於例常管道<sup>1</sup>，亦即包括新聞發布、會議消息、每日簡訊、官方刊物等公共關係途徑 (Sigal, 1973: 124-125)。他指出，新聞未必是「發生了什麼」，而是「某人說發生了什麼」或「某個消息來源說將要發生了什麼」（同前註：121）。

如以戰爭報導而言，許多美國媒體報導的消息主要來自於「金三角 (golden triangle)」消息源，即國防部、國務院與白宮，而不是來自於前線 (Cook, 1994; Carruthers, 2000: 16)。Hallin (1986: 10) 亦指出，政府官員與軍隊是媒體依靠的兩種消息來源，而且大部分官員來自於政府高層部門，他們都「駐紮在華盛頓」，而當戰爭或國家危機時期，政府不會問媒體「你客觀公正嗎？」，反而只會問：「你選擇站在那一邊？」 (Harris, 1983: 151)

幾十年來，美國語言學大師、政治評論家杭士基 (N. Chomsky) 一直被視為「異議份子」，他的三十幾本著述，全力檢視的就是美國的國家主義，他告訴世人，美國的國家主義有著多重標準，卻始終為一個宗旨服務，即是謀求美國利益的最大化，這個利益其實就是艾森豪總統於 1961 年卸任時所提出對軍工複合體 (military-industrial complex) 現象的警告。

然而，還有更令他疑慮的是美國媒體配合政府製造威脅論，引起民眾的恐慌與盲從，《媒體操控》、《製造共識》等都是他研究媒體的重要著作。《媒體操控》此一小冊檢視了自 1916 年威爾遜總統以來至今的對外用兵的宣傳策略，其中一句發人深省的批判評語是：「宣傳之於民主社會，就等同於棍子之於極權國家。」 (江麗美譯，2003: 40)

《製造共識》指出，不同的消息來源在新聞記者間的份量各有不同，譬如官

---

<sup>1</sup> 在這 2850 篇頭版新聞中，58% 是從例行管道獲得的，正式採訪占 24%，而如洩密等非正式途徑占了將近 15%。

方公關部門或發言人室，因為常在重大議題中扮演著客觀或仲裁者的角色，常常成為媒體記者主要的供稿者或消息來源（Herman & Chomsky, 1988）。

## 參、美伊雙方的媒體操控策略分析

學者胡光夏（2004）對美伊戰爭兩國的媒體策略，分為討好餵食與限制兩方面分析，在這裡為考量美英聯軍取得出兵正當性，另加入比較傳統性的公共外交策略。基本上，美英兩國在以下三點的分析中，均有身經百戰的經驗，而且不論面對國際社會或全球性媒體，自有其寬緊拿捏的空間，另方面的伊拉克則從 1991 年戰爭中學得教訓，採取比以前更靈活的媒體操控策略。

### 一、公共外交的包裝策略

佛特那（Fortner, 1993）強調公共外交（public diplomacy）經常與傳統外交方式互補合作，一是透過國際廣播電視，企圖影響他國的人民。另一是推出媒體公關假事件（pseudo-events），以一些事件來吸引媒體大幅報導，包括記者招待會、具鮮明主題的活動，或外交、經濟的高峰會議等。

從 9·11 事件到 10 月對阿富汗實施空中打擊之前，美國政府的一項重要舉措，就是錄用曾任世界兩大廣告公司主席的比爾斯（C. Beers）為負責公共外交的國務次卿，來協調政府和媒體的關係，期使美國的訊息傳播給更多的世界民眾，尤其是穆斯林世界中的青年。

她在國會舉行的系列聽證會中，提出包括「對世界貿易中心和五角大廈的攻擊不是對美國的攻擊，而是對全世界的攻擊」、「世界所有國家必須站在一起，消除國際恐怖主義的蹂躪」等 4 點公共外交的訊息（張巨岩，2004：13-14）。

2003 年 1 月 21 日，小布希簽署行政命令正式成立白宮「全球傳播辦公室（OGC）」，專門推動與國外電台、電視台的合作，向外界傳遞美方信息，統一口徑向全世界宣傳美國的外交政策，為美國樹立正面形象（陳敏、李理譯，2005；朱金平，2005：224）。

伊拉克在戰前，曾不斷向國際社會宣傳完全遵守聯合國的武器查核協議，誓言與聯合國武檢單位充分合作，但此一宣傳顯然不曾奏效。主要在於誰掌握主導議題設定，誰就能主控傳播媒體的「媒體解釋權」，讓原本師出無名的入侵行動，合理化為「反恐戰爭」（張世民，2003 年 6 月 7 日）。

美英兩國在戰爭前，始終無法獲得聯合國安理會授權，最後選擇放棄尋求聯合國同意，代之而起的是另與西班牙總理艾茲納在亞述爾舉行高峰會，然後宣佈



外交努力已到盡頭。其實這個高峰會並不具任何外交上的意義，實質上是一種公共外交、一場媒體公關秀，意在向國際社會宣示：開戰實非得已。

伊拉克即由新聞部長薩哈夫出面指斥美英西三國所舉行的是「不法之徒的高峰會」，三名領袖無視於國際法，將使全世界陷入危機（閻紀宇，2003 年 3 月 18 日）。

## 二、媒體公關的餵食策略

美軍慣用的媒體公關方法包括：餵食、競爭、限制、更改媒體訴求的框架方向、阻絕、政策管制、訴諸愛國心、主動提供新聞紀錄片及伴隨（escorting）等（胡光夏，2004），此次則對 1991 年波斯灣戰爭飽受批評的諸多限制作為予以調整，開放將近 500 多名記者隨軍採訪。

這是美國有史以來規模最大一次的隨軍採訪，究其本質實是方便各項媒體公關策略的執行，亦是餵食策略的具體實踐，包含各種不同的軟硬措施。相對的，伊拉克缺乏如美軍一般的精密做法，但也同樣運用媒體宣傳，以達宣揚己方、打擊敵人的目的。

美國在聯軍攻伊戰爭中首度採行開放的「陽光政策」，此一新政策蘊含一種新思維，即認為造成的結果是全球傳媒資訊大量流入美國境內產生訊息交流，打破了本土的新聞循環，而這樣的媒體環境有助於爭取認同（陳希林，2003 年 3 月 26 日）。

但美軍對於「能見度及影響力」較大的電視及主流媒體常會給予較多的協助，如 CNN、ABC、BBC 及美聯社等，對於反戰國家及阿拉伯國家所派出的媒體，如路透社、法新社等，則來者不拒，儘可能提供充足訊息，以防媒體在資訊不足情況下瞎猜，造成不利聯軍的報導（陳希林，2003 年 3 月 26 日；余一鳴，2003）。

美英聯軍對於媒體操控主要有軟硬兩種措施，軟措施在於定時餵食，硬措施則是確保餵食策略順利進行。

軟措施是由政府控制公關網絡與消息，並直接擁有調控消息的多種手段，如記者招待會、新聞發布會等。硬措施則是以行政與法令的手段，如反間諜法、煽動罪法、第一戰爭權利法等一系列戰時法規，對媒體自由加以限制（姜興華，2003：29）。另小布希亦曾對「用詞不當」媒體表達憤慨，當媒體唱反調時，國防部長倫斯斐也向美國媒體開戰，表示對相關戰事報導失望，來達到促使媒體報導小心謹慎的目的（黃建育，2003 年 3 月 30 日）。

以軟措施而言，通常每日黎明時分，由白宮發言人向電視網與通訊社發布新

聞；上午由中央司令部舉行新聞發布會，供應午間新聞的需要；下午則由國防部的新聞發布會，提供資訊給美國晚間電視新聞與歐洲夜間新聞，美國之音與阿拉伯廣播電台共同負責將美國資訊傳送到中東與波斯灣地區，國家安全顧問對指定的報紙與通訊社記者團作背景介紹；夜間，白宮 OGC 透過電子郵件將全天新聞傳給各國政府辦公室與世界各地美國使領館，供他們發布新聞使用（柯醒褚，2003 年 7 月 16 日）。

就伊拉克而言，此戰雖然是以弱擊強，但只要能拖延戰爭，陷美軍於泥沼，甚或造成局部美軍重大傷亡，並非全無戰爭勝利機會。但這裡所謂「戰勝機會」，顯然非以武力取勝，而是經由媒體，博取美國人、世界反戰人士與國際間的同情（方鵬程，2005）。從上次波灣戰爭學得教訓，伊拉克對於西方媒體採取「從寬開放入境，從嚴限制採訪」作法（施順冰，2005：19），大約有 200 多名國際媒體記者在開放政策下湧進巴格達。伊拉克新聞部長薩哈夫每天舉行兩至三次新聞記者會，發表反擊聯軍、為國家辯護等言論，並多次代讀海珊的聲明。

### 三、新聞採訪的管制策略

美軍的新聞管制策略，計包括嚴格要求遵守規定、道德勸說、取消隨軍採訪資格等。伊軍有兩項主要的管制作法：限制採訪或驅逐出境。

美國發動攻擊往往是全面、強襲、大規模的戰鬥，隨軍記者卻只能在所處的部隊得知片段，甚至所知遠不如後方，例如美國本土的主播問隨軍記者：「你是如何得知？」記者回答：「紐約（總公司新聞部）告訴我的！」（劉屏，2003 年 3 月 23 日）

500 多名記者和美軍一起行動，獲得大量一手的、生動的新聞。然而無論多麼引人注目、多麼刺激，所提供給閱聽眾的內容，也只是龐大戰爭中的一些小片段。戰爭全景在軍艦裡無法獲取，依賴政府與軍隊的記者們只能得到「不對稱信息」（王沖，2003 年 4 月 9 日）。

隨軍記者都事先被告知「軍方無法承諾媒體可以看到浩大戰爭場面」，能夠提供記者的僅是「煙囪漏斗式戰爭」。根據聯軍司令部陸軍公共事務軍官上校湯瑪斯（R. Thomas）的說法，隨軍記者基本上是透過稻草來看戰爭，他們可能看到一場可怕的營戰鬥，但卻無法獲得完整戰略或作戰的全貌（劉得詮譯，2005：18）。

如果媒體願意隨軍，必須簽署協議，遵守由美國國防部高層明訂的戰地規則，隨軍記者必須嚴守禁止報導執行中、將執行、特定已完成、延誤或取消的任務等六項規定（同前註：17）。

美國政府還設立無線電委員會，對廣播電視節目進行過濾。美國國防部另規定，戰地記者必須在軍方陪同下集體採訪，凡是從戰地發出的有關新聞，都必須有軍方審核的簽字，而且圖片及電視畫面不得出現傷員的痛苦狀況，傷亡士兵家屬未接到通知前不得發表他們的圖像。美國各項強硬措施，也傳染給英法等國，英國軍方規定，戰地記者須無條件服從軍隊的命令，法國國防部則下令，除隨軍記者外，其他記者不得到戰區採訪（姜興華，2003：29）。

又如，FOX 有線電視台記者 G. Rivera 在報導戰況時，將一張地圖鋪在地面上，涉嫌洩漏美軍位置，隨即被取消隨軍採訪資格（張梅雨，2003a）。

當半島電視台播出 5 名美國戰俘與美軍屍體畫面後，五角大廈立即要求美國媒體勿隨敵人魔杖起舞，結果除了 CBS 之外，全美電視台及主流媒體都拒播戰俘畫面（同前註）。

至於伊軍的策略，由於缺乏完整法令措施，呈現絕對「人治」色彩，只對友善及反戰媒體表示歡迎，對絕大多數媒體都以這兩項管制作法：限制採訪或驅逐出境。此連第一次波斯灣戰爭曾受禮遇的 CNN 亦不例外，其兩名記者及兩名工作人員均被逐出巴格達，甚且對伊拉克極度友善的半島電視台，也一度遭到驅逐的待遇（吳建德、鄭坤裕，2003；施順冰，2005：19-27）。

伊軍和媒體的隔離態度，主要基於軍隊安全考量，軍方不主動提供宣傳以外的採訪機會，媒體記者並無主動權。伊軍及伊拉克新聞部對於戰爭新聞的傳播，是透過事先選擇的地點與事件，尤其是平民被炸等才提供媒體採訪與攝影（施順冰，2005：20）。

## 肆、美伊雙方的媒體框架競爭

前一單元已將美伊雙方在戰爭過程中所採取的媒體操控策略加以分析，接著針對以電視媒體為主的框架競爭繼續探討。為了爭奪媒體框架，美伊雙方互有爭鋒相對的議題設定，也對宣傳戰手法充分運用並激烈交鋒。

### 一、釐清指控問題 vs. 擴大問題面向

美國政府一再宣稱對伊拉克動武的原因有三：（一）消除海珊的大規模殺傷性武器；（二）減少國際恐怖主義的威脅；（三）促進伊拉克與周邊地區的民主。這三個目的到底有多少真實性，就連美國人自己也很難說清楚，美國的真正目的是為維護「唯一超強大國」地位，以及中東的石油利益（胡鳳偉等，2004：12）。

即使這些對伊拉克指控的證據未曾出現，新聞仍舊未經查證的重複播報，評

論者與武器專家每小時固定在有線電視新聞頻道對這些指控毫無質疑複誦，淪為傳聲筒（Kellner, 2003a）。當美國國務卿鮑威爾（C. Powell）於 2003 年 2 月 5 日在聯合國演說，強調小布希決定出兵正當性時，媒體反應一片頌揚之聲，遲至 8 月美聯社特派員漢利（C. J. Hanley）才開始駁斥鮑威爾的說法（Mc Chesney, 2004）。

海珊則將問題擴大為整個中東地區的影響，並拖宿敵以色列下水。他多次透過國際媒體指稱，美國的目的是控制中東石油，增進以色列的利益。阿拉伯石油將受到美國控制，整個地區特別是油源地帶將受制於美國霸權，而且這都符合以色列的利益，並將以色列變成這個地區之內一個龐大的帝國（許如亨，2003）。

## 二、恫嚇 vs. 威脅

開戰前夕，美軍在中央指揮部簡報中表示，如果採取軍事行動，美軍將在開戰後 48 小時內，就要投射 3000 枚雷射導引炸彈，超過第一次波斯灣戰爭使用數目的 10 倍，以震懾癱瘓伊軍的行動意志，達到不戰而屈人之兵的效果（余一鳴，2003）。另美方媒體也透露在必要時，美軍可能使用戰術核子武器，或從未出現於戰場的電磁脈衝炸彈，這些釋出的信息足以動搖伊拉克軍民的信心與作戰意志（張梅雨，2003b）。

伊拉克在武力呈現相對弱勢，即使傾全國之力，亦絕非美英聯軍的對手，心知肚明的海珊則以威脅口吻揚言，伊拉克若遭攻擊，將把戰爭帶向「世界各地的天空、土地與水域」。

## 三、凸顯速勝印象 vs. 製造敵方心理恐慌

一開始，美軍的「斬首行動」與「震撼行動」就獲得國際媒體大肆報導，之後虛實莫辨的新聞接踵而至，如海珊父子被炸死、炸傷；伊拉克副總統拉馬丹被炸死；副總理阿濟茲叛逃；伊軍第 51 師 8000 官兵投降；伊軍千輛坦克從巴斯拉突圍被殲，以及伊軍重要戰地相繼失守等信息，給人戰無不力、攻無不克的印象（張梅雨，2003a；胡光夏，2004）。

伊拉克雖然不斷以新聞記者會來闢謠，但最能扳回一城的，莫過於 3 月 27 日伊拉克國營電視台播出有「炭疽夫人」之稱的女將軍阿馬希，出現在海珊主持的內閣官員會議上。在此之前，美軍攻下納西里耶的一家醫院，搜出 3000 多套伊拉克士兵的防化裝具，因而阿馬希的新聞畫面益加引起聯軍恐慌，隔日美軍就緊急命令前線官兵穿上防護衣。

#### 四、嚴禁傷亡戰俘曝光 vs. 勾串戰爭歷史傷痕

二次大戰期間，美國參戰兩年後，媒體才刊出第一張陣亡將士橫臥沙場的照片，可是到了越戰時期，電視將戰場上的血腥畫面帶入美國人客廳，助長了反戰風潮，以致後來進軍格瑞那達、巴拿馬等戰役，軍方對媒體報導限制甚多（劉屏，2003 年 3 月 23 日）。

伊拉克電視台曾播出了 5 名被俘美軍的畫面及 4 名喪生美軍棄屍荒野的鏡頭，半島電視台不斷對這些鏡頭加以重播，倫斯斐立即以日內瓦公約禁止對戰俘羞辱反擊，說美軍戰俘營內有數千名伊拉克戰俘，但都避免暴露他們（曹國維，2003 年 3 月 24 日）。

以上場景在美國國內引起的轟動，不亞於 20 世紀 90 年代 CNN 播放的索馬利亞軍事干涉中，美軍士兵屍體被拖過摩加迪沙街道的情景。美國國內輿論迅速轉向，以致美軍不得不策劃拯救「被俘女兵」的行動，才挽回了輿論頹勢。伊拉克國營電視台及半島等電視台先後播出海珊電視談話、聯軍陣亡屍體與俘虜接受訊問等畫面，以及伊拉克非軍事地區遭受攻擊、身染鮮血平民傷亡等鏡頭，不只在刻畫聯軍的「侵略者」形象，其意圖似乎想援引越戰、黎巴嫩、索馬利亞等戰爭前例，勾起美國子弟兵命喪異邦、戰火摧殘百姓等情境，藉以引起反戰情緒，並博取國際同情（龔瓊玉，2003；黃文濤，2003）。

#### 五、美化自己與污名化對方

將敵方領導人妖魔化成魔鬼，最常用的方法就是造謠、污蔑，箇中老手是美國。從 20 世紀 80 年代入侵巴拿馬、格瑞那達與轟炸利比亞，到 1999 年的科索沃戰爭，再到 21 世紀的阿富汗戰爭與 2003 年波斯灣戰爭，美國無不是從妖魔化敵方領導人開始，以達到政治上瓦解敵方政府，逼迫敵方領導人下台，進而控制該國的戰略目的（朱金平，2005）。

Kellner (2003a) 強調，賓拉登與小布希有一個共同點，就是戰爭的言論上充斥著善惡二元論，他們兩人的講話都讚頌上帝，並將自己美化為善良與正義的化身，而將對方鄙斥為恐怖份子與邪惡勢力的代表。賓拉登被西方媒體妖魔化，卻在一些阿拉伯國家媒體中被神化，對於賓拉登的追隨者來說，他成為抵抗西方霸權與捍衛伊斯蘭文明的鬥士，而在他的敵人眼中，他是反基督教邪惡勢力的代表。

小布希執政之後，推行強硬的外交政策，在 9•11 事件之前的 2001 年 5 月 1 日，即拋出「無賴國家」論，譴責伊拉克、北韓等國。9•11 事件之後，小布

希執政一週年，在國情咨文中再丟出「邪惡軸心論」，爭取國內外輿論對倒薩的支持，此時美國對伊拉克領導人的界定，即是海珊＝最大的恐怖分子（曹雨，2005）。美國及西方一些親美的媒體，將海珊說是「戰爭狂人」、「瘋狗」、「怪物」、「大壞蛋」（朱金平，2005）。

OGC 鋪在網上的 39 條「伊拉克自由」信息，將聯軍形容為熱愛自由、尋求宗教多元化的正義之師，而伊軍被描述成殘忍、專橫、腐敗、不道德，並且使用大規模殺傷性武器的軍隊（陳敏、李理譯，2005）。

戰爭時曾受全球媒體矚目的薩哈夫大出風頭，每次動輒出口成章，被視為「國罵」。他大罵英美兩國領導人是「國際罪犯集團」、「吸血成性的畜生」、「侵略成性的帝國主義」、「可恥的失敗者」、「可恨的罪犯」，還罵小布希是「歹徒」、「戰犯」、「傻瓜」、「小丑」、「針對平民的國際流氓」（胡全良、賈建林，2004：161-162）。

## 六、欺騙性宣傳交錯攻防

美英發動戰爭的目的意在推翻海珊政權，整體戰略上自是以斬首行動為核心，因而海珊及其重要僚屬的存亡向背幾乎貫穿了整個戰爭。

開戰前的 2 月 21 日，美國媒體播出海珊將兵權交給兒子庫賽掌管，隨時準備開戰就逃亡。開戰前兩天，美國媒體又宣稱伊拉克副總理阿濟茲叛變。

聯軍對巴格達實施斬首行動後，美國媒體立即發布海珊等伊拉克高層喪生消息，但 20 日凌晨伊拉克國營電視台立即播出海珊的電視講話，隨後美國又放出風聲，質疑海珊「有好幾個替身」，電視畫面上的並非海珊本人。

22 日的美國媒體又報導，伊拉克副總統拉姆丹、易卜拉欣代表與高級將領馬吉德被炸身亡。23 日美軍散佈的另一則重大消息，伊軍第 51 師 8000 多人投降，用來擾亂伊拉克軍心，但畢竟是謊言，隨之伊軍 51 師師長也出來澄清，藉此雙方大打宣傳戰。

針對美國的說法，伊拉克在 22、23 兩日，連續播放海珊主持召開軍政官員會議的錄影，24 日身著戎裝的海珊再次向全國發表電視講話，從此西方媒體才相信海珊毫髮無損。

美軍在遭遇挫折之際，特別提供媒體成功解救女兵林區（J. Lynch）過程的影片，藉以鼓舞民心士氣，突出伊軍的殘忍與不人道，但事後林區屢次抱怨美國軍方及布希政府虛構她的受難經驗，好把她塑造成英雄來騙取民眾對戰爭的支持（Mc Chesney, 2004）。

伊拉克媒體也進行一系列欺騙性宣傳，最典型的是反覆宣稱將在巴格達與美

軍決戰，以及農民用步槍擊落美軍武裝直昇機，這某種程度起了鼓舞士氣、打擊敵軍囂張氣焰的作用（黃文濤，2003）。

## 七、議題設定層出不窮

基本上，上文所舉各個事例如海珊生死及其軍事將領叛變或海珊與炭疽夫人一同亮相等等，都是操弄媒體的議題設定，目的都在佔領媒體報導，創造有利於己、不利於敵的聲勢。

對此，白宮 OGC 更是有一套完整計畫與行動。他們將伊拉克人的抵抗表述為「來自海珊敢死隊及外國傭兵的殘餘勢力」，同時指責伊拉克政權以不公正宣傳手法影響世界媒體，但為取得議題設定的主動權，他們創造了一份文件〈說謊的機器：海珊的假情報與宣傳，1990-2003〉，列舉了 11 個所謂「伊拉克假情報的主要工具」<sup>2</sup>。

美國政府向全世界指責伊拉克說謊的同時，不也一再說謊，在第一次波斯灣戰爭的「科威特少女」就是道地的假故事<sup>3</sup>，此役的「林區事件」亦復如此。但為爭奪議題，有些手法皆經過細緻規劃，不僅調控媒體的報導方向，也引導了許多民眾的視野。

例如在靠近美軍軍方新聞辦公室的一側牆壁上，掛著精心挑選出的幾十張大大小小士兵圖片，表現出一般士兵身上爆發的力量與激情，另在入口處的一面牆壁上，還貼著一幅鮮豔的圖畫，畫有各樣心型圖案，配上一些「上帝保佑美國」等文字，旁白說明這是美國一些四肢癱瘓的年輕畫家們，在情人節這一天給美軍全體將士的禮物（劉泉，2005）。

又如 3 月 24 日，美國國內媒體紛紛報導密西根州 200 名美籍伊拉克人舉行支持伊拉克軍事行動遊行，並刊登了出生於伊拉克 1992 年與家人一起，後來以難民身分到美國的少女的大照片，言下之意：連伊拉克人都支持倒薩，身為美國

---

<sup>2</sup> 這 11 個「伊拉克假情報的主要工具」包括：呈現於螢幕上的疾苦與悲傷、以軍事安全為名隱瞞事實、限制記者行動、錯誤的聲明或揭發材料、錯誤的普通人採訪、故意自我傷害給世界看、記錄下來的謊言、偷偷摸摸的傳播錯誤新聞、新聞審查制度、偽造或舊的片子與影像、捏造的文檔（陳敏、李理譯，2005）。

<sup>3</sup> 伊拉克入侵科威特之後，在美國國會的聽證會上，一名自稱來自科威特的少女作證：海珊的軍隊從一家醫院的早產嬰兒保溫箱抱走 15 個嬰兒，並讓他們凍死在地板上，此後她的證詞被媒體一再引用與重複播放，當時的老布希總統一個月先後引用 6 次，44 天內提到 8 次，以作為美國對伊拉克開戰的重要口實之一，可是 1991 年 3 月戰爭結束後，公眾才獲知這個假故事是美國 Hill & Knowlton 公關公司編導的，該女還是科威特駐美大使的女兒（Kellner, 1995；劉雪梅，2003）。

人的你還有什麼理由加以譴責？（胡鳳偉等，2004：83）

4 月 9 日，全世界媒體幾乎同步反覆播放「萬民推倒海珊」巨大銅像的新聞畫面，大批伊拉克人民興奮的對海珊銅像拳打腳踢，高喊「感謝布希」的口號，表達出伊拉克人真心歡迎美國倒薩的明確信號。但實際上，這又是美軍導演的一場戲，歡呼人群是美軍早在戰前訓練的伊拉克自由軍戰士，這些人每月支領 1000 美元報酬（同前註）。

## 伍、對全球戰爭傳播的七項省思

經由上述有關美伊雙方戰爭在媒體操控策略及媒體框架競爭的分析，特別歸納了以下 7 點值得省思的現象，均先以問題的形式出現，嘗試綜合一些學者看法後提供可能的解答。

### 一、媒體在戰爭中不存在獨立角色？

在文獻探討時，已對不對稱的傳播力量有所分析，繼而在框架分析時，更可以看出這種不對稱傳播力量之間的較勁，然而，媒體在戰爭中難道不存在獨立角色？

如法國、德國及俄羅斯等持反戰立場國家的媒體，大都傾向國家立場從事反戰的新聞傳播。雖然英美國共組聯軍，但部分英國媒體仍傾向中立或反戰，例如鏡報（Daily Mirror）等國內報紙，對政府參與戰爭大肆撻伐，英國廣播電視公司亦持中立立場，路透社也傾向中立（施順冰，2005）。

伊拉克國營電視台不用說，半島電視台的角色與親伊立場是跨越國界的，在播放美軍死難士兵與戰俘畫面的處理上，更與 CNN 等西方媒體呈現嚴重分歧，半島不停地反覆播放這些畫面，一些傷殘屍體的臉部甚至清晰可辨，這種做法在阿拉伯世界得到肯定，而美國政府與公眾對這些畫面處理提出憤怒的抗議。

CNN 與半島相互較勁的手段也非常相似：在薩哈夫舉行記者招待會時，CNN 將畫面一分為二，一邊則是薩哈夫的畫面，一邊播放美軍坦克在沙漠中前進，而坦克炮眼正好對著薩哈夫。同樣半島在播放倫斯斐時，只給他三分之一的畫面，其餘畫面則是巴格達的火光衝天（胡全良、賈建林，2004）。

吾人雖不能斷言媒體在戰爭中不存在獨立角色，但不少媒體因融入戰爭而出現彼此之間的「戰爭」及框架競爭，的確是事實，媒體在戰爭中的獨立角色，確實令人質疑。



## 二、經濟因素促使美國主流媒體成為順從共謀？

阿拉伯媒體係因宗教、語言、文化等因素而採親伊立場，至於美國主流媒體何以成為順從的共謀？

在美國的民主制度中，政府、媒體與民眾三者是相互約束的關係，但在國家對外的戰爭行為中，媒體與民眾幾乎都出現對政府極大的寬容與默許，除非死難過多，否則國家利益往往壓制與淹沒反戰聲音。

Kellner (1990, 1992, 1995) 的早期著述，即指出美國的電視與主流媒體都是商業性的，受制於市場機制與利潤競爭，都不想離開消費者，不僅小心翼翼的順從大眾輿論與政府路線，在報導中也支持政府的消息來源，儘管有些例外，大部分都有意為政府策略服務與操縱民眾的載體、危機行動中的傳聲筒。

自 9·11 事件以來，美國政府以捍衛國家安全為名，媒體變得不願意質疑白宮或國會，若有類似質疑將被多數美國人認為不愛國，雖然亦有人認為不質疑才是不愛國。唯一可以解釋的邏輯是：美軍的絕對優勢，使媒體與民眾對勝利有了較大把握的成功預期，此種成功預期上升為美國民眾自身利益最大化的經濟理性，此一理性訴求使得媒體與民眾對即將勝利帶來的國家利益的分紅預估，而導致自身態度的調整（戴俊潭，2003）。

## 三、新聞學理論存在否？

在新聞學或傳播學上，向有「第四權」理論，卻也有「警衛犬」的理論。當國家如遭遇戰爭與敵國外患時，傳媒會中止對領導人物施政上的缺失攻擊，而對國內不支持或反對者（如反戰示威），不是不予報導（blockout），就是給予負面報導，將反戰示威者描繪成不愛國（陶聖屏，2003）。

對參戰國的政府與軍隊而言，一方面要博得「真實」的信譽—使敵人、我方及盟友相信，另方面又要對敵施詐，若要解決此一矛盾，可能得在小事上說真話以取得信任，在關鍵時刻說假話俾使敵人上當受騙（周偉業，2003）。這種情形與道理，可說無人不知曉，但媒體何以一再向愛國心，而無法向真相靠攏？此係一時無法查證，抑或甘心淪為戰爭工具？

「當戰爭來臨時，第一個傷亡的就是真相」—這句令人熟悉不過的話，其實潛藏著對傳統新聞學理論的挑戰，亦即軍事新聞尤其是戰爭新聞，究竟是宣傳或是謊言？是滿足民眾「知的權利」的新聞或是必要的欺敵之術？如果答案是以上皆是，那新聞教育的作用與新聞學理論在戰爭中是缺席的。

#### 四、媒體操控戰爭或政府操控媒體？

從 9•11 事件，到 10 月阿富汗戰爭，再到 2003 年波斯灣戰爭，美國媒體一直煽動戰爭狂熱，出現二次大戰以來罕見的愛國主義高潮。媒體框架由「美國受到攻擊」，轉變為「美國奮起還擊」，似乎是媒體施以魔法，導致了戰爭的發生？

德國愛爾福特大學教授 Hafez 在〈媒體操控了伊戰？〉（裴廣江譯，2005）的研究中，比較了美英德三國的媒體報導，指出國家的軍事行動會使主流媒體站在政府一方，戰時的媒體將助政府一臂之力，同時有關上項媒體遵循公正客觀原則的質疑明顯存在，尤其是美國這個國家。

他的結論說：「在英國，政府、媒體和公眾輿論的關係模糊不清。在美國則完全不同，戰爭期間雖然軍方是主角，但三者之間的關係卻比英國的緊密多了。許多美國主流媒體以及大部分讀者和觀眾看上去都把他們內部的多樣性和自主權部分『移交』給了主要的次系統——政府。」（同前註：23）

Hafez 以媒體操控戰爭為題，所獲結論雖未直言是政府操控媒體，但雖不中亦不遠矣！另一位見解雷同的美國學者 Kellner（2003a, 2003b）認為 9•11 事件後的美國電視媒體充斥著戰爭宣傳，成為大眾歇斯底里症的始作俑者，幾乎淪為美國政府與軍方用來給民眾洗腦的工具。美國傳播學者班內特（L. Bennett）亦指出，自 9•11 以來，審查及自我審查將美國非常危險的轉變為「一個國家，一種思想（One Nation, One Mind）」（轉引自趙月枝，2003）。

#### 五、政府人員比新聞人員更熟練於媒體操作？

這樣的質疑或疑慮不僅存在，而且事實俱在。美國政府與軍方，在公共關係或公共外交上的經營，是經過長期努力且成果得之不易的，特別是在越戰的慘痛教訓以後。

美國電視與主流媒體的新聞範式包括：易接近性（accessibility）、圖像質量、戲劇性與動作性、受眾興趣、主題包裝（thematic encapsulation）等（Altheide, 1995），而美國政府作為消息來源最重要的掌控者，已經非常熟悉媒體新聞工作的表述方式、範式與邏輯，並加以汲取進入自己對事件謀劃與構建的過程當中，被報導的政治領導者言論或刻意製造出的事件，都運用了與新聞從業人員所使用的相同的標準，甚且經常比被利用的對象（即媒體）更加老練（Schlesinger et al., 1983; Altheide & Snow, 1991: x-xxi; Paletz & Schmid, 1992）。

2003 年波斯灣戰爭之後，不乏 Knight（陳敏、李理譯，2005）所指戰爭好

萊塢化的看法。西方絕大部份的電視新聞報導，將這場戰爭處理得像極了電子或網路遊戲，而如此神奇效果，卻來自於政府對媒體制度與運作狀況的學習與熟悉。

參與此次戰爭報導的媒體或記者亦曾經反思，過於淨化戰爭畫面與語言的新聞處理，是否為戰爭殘酷本質披上糖衣？一位美國電視台主管這麼說：「就某種角度言，媒體亦承認淨化了戰場報導。我認為我們必須重新評估，因為我們只提供大眾部分真實，事實上戰爭是十分殘酷的。」（劉得詮譯，2005：67）

## 六、弱勢媒體國家必然受制於強勢媒體國家？

2003 年波斯灣戰爭在武力戰之外，也是一場弱勢媒體國家與強勢媒體國家的戰爭。伊拉克固然曾向國際社會宣傳完全遵守聯合國的協議，也有偏向阿拉伯世界的媒體撐腰，新聞部長薩哈夫虛張聲勢，推出海珊電視講話，否定美方言論，並採取哀兵政策，與西方媒體大打新聞戰與心理戰，但結果仍是「寡不敵眾」。

從上文的分析，在戰爭中的美國媒體上，伊拉克人民幾乎「不見了」。聖塔克魯茲加州大學電影及數位媒體教授哈斯泰說：「當我看著電視新聞，好像沒有人被殺或沒有人面臨喪生的危險，甚至好像沒有人住在伊拉克。」（馮克芸，2003 年 3 月 24 日）

顯然的，在媒體競爭框架上，伊拉克吃了敗仗。但敗因之最，當是伊國人民被蒸發了。伊國人民受戰爭殘害曾經由親伊媒體外送，但給親美媒體蓋了過去，小國人民無法發聲，焉能匹敵大國！

## 七、「他們的新聞」淹沒了「我們的新聞」？

在 2003 年波斯灣戰爭中，蓋洛普民意測驗顯示，戰前小布希的支持率大約只有 50%，但後來 76% 美國人都成了小布希的支持者，而在戰後由於傷亡或伊拉克重建，小布希的支持度又開始走低。

2003 年 10 月，美國馬里蘭大學的國際政策態度計畫（Program on International Policy Attitudes）公佈一項關於此次戰爭的研究，內容包括美國人對於戰爭的態度、對議題的認知，以及收看了那些媒體等。研究結果顯示收看商業電視的戰爭報導愈多，那他們所關心其它主題則越少，且傾向支持小布希政府的戰爭立場，Mc Chesney（2004）認為此對照於德國二次大戰時納粹宣傳部長戈培爾，對納粹媒體的看法幾乎一致，即：人們消費媒體資訊愈多，就愈不能明辨事情，也愈加支持納粹黨。

這種議題設定令人產生關注或支持的行為，而對其它議題發生排擠作用，在

李希光（2005）的研究中獲得進一步證實。當此次戰爭爆發不久，SARS 隨即由中國大陸南方向外流竄，不論中國大陸的國內媒體或全球性媒體，都將焦點投注在戰爭上，並沒有為這個嚴重的流行病大聲疾呼，全球反恐的議題超越了其它議題，美國政府消息來源創造了一整套 9・11 新聞學術語與新聞報導語言，而逐步代替包含貧困、污染、疾病、生態破壞、文化多樣性、社會正義的傳統新聞學詞彙。

當然，和平與反戰的呼聲，也被壓制了，世界上有許多國家和地區的民眾，以及美國社會中相當重要的社群，都反對小布希政府的反恐政策與好戰行為，但是在美國集團媒體上根本看不到聽不到這些呼聲。

不論開戰之前或之後，伊斯蘭世界、歐洲主要國家的報導觀點均與美國大相逕庭，阿拉伯世界媒體幾乎一致性反對美國，且某種程度的助長回教世界的反美情緒，然而美國媒體在布希尚未決定戰事之前，和戰雙方言論大範圍的接受討論，但開戰之後，焦點轉向以支持美軍、作好戰後伊拉克重建等為主。反戰言論在戰局已成之後，無法成為關注重點（蕭美蕙，2003 年 4 月 6 日）。

## 陸、結論

本研究採文獻分析法，以電視媒介為主要研究對象，針對 2003 年波斯灣戰爭的傳播現象進行研究。全文涵蓋 3 大部分：美伊雙方的媒體操控、美伊雙方的媒體框架爭奪，以及全球戰爭傳播現象反映出那些值得省思的問題。

全球傳播從上個世紀 80 年代開始建立，90 年代成型。2003 年波斯灣戰爭的全球傳播已躍為戰爭傳播最基本特徵之一，有別於以往的國際傳播，尤其美伊雙方在這次戰爭中，所呈現的武力及傳播力量均顯不對稱，對於媒體操控與框架競爭亦有差別。

在媒體操控上，美國政府與美軍由於經過長期的經營、學習與改善，在公共外交、媒體公關及新聞管制上，無論對國際社會或全球性媒體的輿論，或在國內的政府、媒體及公眾間的緊密度，均有特殊且遊刃有餘的表現。美國在聯軍攻伊戰爭中首度採行開放的「陽光政策」，讓全球資訊大量流入美國本土，產生訊息交流，以爭取更多認同，但對隨軍採訪卻有軟硬兩種措施。伊拉克則自 1991 年戰爭中學得教訓，採取比以前更靈活的媒體操控策略，但呈現絕對「人治」色彩，只對友善及反戰媒體表示歡迎，對絕大多數媒體都施以嚴格管制，實際上無法從這些全球性媒體獲得實際助益。

本研究並分析美伊雙方的媒體框架競爭，為了爭奪媒體框架，美伊雙方互有爭鋒相對的議題設定，這包括：釐清指控問題 vs. 擴大問題面向、恫嚇 vs. 威脅、

凸顯速勝印象 vs. 製造敵方心理恐慌、嚴禁傷亡戰俘曝光 vs. 勾串戰爭歷史傷痕；也在宣傳戰手法上充分運用並激烈交鋒，如美化自己與污名化對方、欺騙性宣傳交錯攻防、設計一些操弄媒體的議題等。

美伊雙方在媒體操控與媒體框架競爭上的策略與作法，都是著眼於塑建不利於敵、有利於己的作為，但在這些戰爭傳播現象與情景之外，不能只站在功能分析、科技決定論的角度，必須參考其它不同的解讀。因而，最後本研究另歸納出 7 項全球戰爭傳播現象，這些現象均先以問題型式出現，再經過綜合一些學者意見後作出回答。

這些值得吾人加以留意的傳播現象是：媒體在戰爭中的獨立角色令人質疑；經濟理性促使美國主流媒體成為順從共謀；新聞學理論在戰爭中是缺席的；並非媒體操控戰爭，而是政府操控媒體，媒體淪為洗腦工具；美國政府之所以能操控媒體，得力於對媒體制度與運作狀況的學習與熟悉；弱勢媒體國家必然受制於強勢媒體國家；「他們的新聞」淹沒了「我們的新聞」。

早期的大眾傳播研究理論家都強調，媒體對公眾有著無限強大的影響力，到了 20 世紀中葉轉而認為，媒體只會產生極小或有限的影響效果。但是隨著媒體研究在方法上的應用與推陳出新，重新開啟媒體影響與媒體為主流社會服務的新視野。媒體位於政府與民眾的三角關係之間，它究竟該為政府與主流社會服務，抑或該向民眾傾斜，克盡第四權的職責與倫理，卻是當前不可漠視的問題，也是應該繼續研究探討的課題。

## 參考書目

### 一、中文部分

- 方鵬程（2005）。〈軍事傳播的沿革〉，樓蓉嬌等著《軍事傳播：理論與實務》。台北：五南。
- 王沖（2003 年 4 月 9 日）。〈美國政府愚弄主流媒體〉，《青年參考》。2006 年 7 月 15 日，取自：<http://www.sina.com.cn>。
- 朱金平（2005）。《輿論戰》。北京：中國言實出版社。
- 余一鳴（2003）。〈美伊戰爭中的新聞管制〉，軍事社會科學叢書編輯部（編）《從政治作戰構面析論美伊戰爭》，頁 111-138。台北：政治作戰學校軍事社會科學研究中心。
- 江麗美譯（2003）。《媒體操控》。台北：麥田。（原書 Chomsky, N. [2002]）。

Media Control)

- 李希光、孫靜惟（2002）。《全球新傳播》。廣州：南方日報出版社。
- 李希光（2005）。〈從「他們的戰爭」到「我們的戰爭」〉，李希光（編）《全球傳媒報告[ I ]》，頁 25-39。上海：復旦大學出版社。
- 李黎明（2001）。《變遷中的戰略思維》。台北：時英。
- 門相國（2003）。〈戰爭直播催生的非線式新聞戰〉，《南京政治學院學報》，110：109-111。
- 林東泰（1999）。《大眾傳播理論》。台北：師大書苑。
- 吳建德、鄭坤裕（2003）。〈媒體出擊：美伊戰爭美軍媒體運用策略〉，吳建德、沈明室（編）《美伊戰爭與台海安全》，頁 231-265。台北：時英。
- 姜興華（2003）。《高技術條件下局部戰爭軍事新聞傳播論》。北京：長征出版社。
- 周偉業（2003）。〈論媒體戰的形式、內容與實質〉，《南京政治學院學報》，110：114-116。
- 施順冰（2005）。《媒體解碼—美伊戰爭之探索》。台北：鼎茂圖書。
- 胡光夏（2003）。〈2003 年美伊戰爭新聞處理之研究〉，《復興崗學報》，78：193-220。
- 胡光夏（2004）。〈美伊戰爭中「框架」的爭奪戰—電視就是戰爭工具〉，軍事社會科學叢書編輯部（編）《軍事社會科學的功能與運用（上）—第七屆國軍軍事社會科學學術研討會論文集》，頁 397-474。台北：政治作戰學校軍事社會科學研究中心。
- 胡全良、賈建林（2004）。《較量：伊拉克戰爭中的輿論戰》。北京：軍事科學出版社。
- 胡鳳偉、艾松如、楊軍強（2004）。《伊拉克戰爭心理戰》。瀋陽：白山出版社。
- 柯醒褚（2003 年 7 月 16 日）。〈軟硬兼備從伊戰看現代戰爭中的新聞輿論戰〉，《光明日報》。2006 年 7 月 15 日，取自：<http://www.sina.com.cn>。
- 翁秀琪（1994）。〈消息來源與新聞記者的自主性探討：談新聞記者聯誼會的功能〉，臧國仁（編）《新聞學與術的對話》，頁 25-42。台北：國立政治大學新聞研究所。
- 孫治本譯（2003）。《全球化危機：全球化的形成、風險與機會》。台北：商務。（原書 Beck, U. [ 1999 ]. Was Ist Globalisierung? The Commercial Press, Ltd.）
- 徐瑞媛、魏玉棟（2003）。〈信息全球化過程中的文化帝國主義〉，蔡愷芬、徐瑞媛（編）《國際新聞與跨文化傳播》，頁 132-143。北京：北京廣播學院。
- 黃文濤（2003）。〈攻心奪志：戰爭新聞宣傳的主題〉，《解放軍報》，110：

112-113。

- 黃建育（2003 年 3 月 30 日）。〈媒體唱反調 倫斯斐火大〉，《中國時報》（台北），第 10 版。
- 常函人、萬鈺（2003 年 4 月 10 日）。〈阿拉伯媒體戰爭中讓西方刮目相看〉，《環球時報》。2006 年 7 月 5 日，取自：<http://www.sina.com.cn>。
- 許如亨（2003）。〈美伊國際宣傳激烈交鋒〉，軍事社會科學叢書編輯部（編）《美伊戰爭中無形戰力解析》，頁 321-322。台北：政治作戰學校軍事社會科學研究中心。
- 張巨岩（2004）。《權力的聲音—美國的媒體和戰爭》。北京：三聯書店。
- 張世民（2003 年 6 月 7 日）。〈從新聞學觀察美伊大戰資訊症候群〉，《中央日報》（台北），第 12 版。
- 張威、鄧天穎譯（2004）。《獲取信息：新聞、真相和權力》。北京：新華出版社。（原書 Glasgow University Media Group [1993]. Getting the Message: News, Truth and Power.）
- 張梅雨（2003a）。〈以新聞做心戰 美媒體攻勢凌厲〉，軍事社會科學叢書編輯部（編）《美伊戰爭中無形戰力解析》，頁 329-331。台北：政治作戰學校軍事社會科學研究中心。
- 張梅雨（2003b）。〈美國對伊作戰之新聞策略運用〉，軍事社會科學叢書編輯部（編）《美伊戰爭中無形戰力解析》，頁 332-336。台北：政治作戰學校軍事社會科學研究中心。
- 張桂珍（2000）。《國際關係中的傳媒透視》。北京：北京廣播學院。
- 陳希林（2003 年 3 月 26 日）。〈戰情陽光化〉，《中國時報》（台北），第 9 版。
- 陳敏譯（2005）。〈全球化和跨國媒體在東歐的影響：對五個新獨立國家的觀點調查〉，《全球傳媒報告[ I ]》。上海：復旦大學出版社。（原文 Gher, L. A., & Bharthapudi, K. T. The Impact of Globalization and Transnational Media on Eastern Europe-Opinion Surveys in Five Newly Independent Countries.）
- 陳敏、李理譯（2005）。〈戰爭的好萊塢化：媒體對伊拉克戰爭的處理〉，《全球傳媒報告[ I ]》。上海：復旦大學出版社。（原文 Knight, A. Hollywoodization of War: Media Treatment of the 2003 Iraqi War.）
- 馮克芸（2003 年 3 月 24 日）。〈淨化過的戰場〉，《聯合報》（台北），第 4 版。
- 曹雨（2005）。〈伊拉克戰爭：美倒薩輿論四步曲〉，盛沛林等（編）《輿論戰 100 例》，頁 254-258。北京：解放軍出版社。

- 曹國維（2003 年 3 月 24 日）。〈伊公佈戰俘畫面〉，《聯合報》（台北），第 1 版。
- 陶聖屏（2003）。〈美善用媒體創機造勢振奮軍心〉，軍事社會科學叢書編輯部（編）《美伊戰爭中無形戰力解析》，頁 337-339。台北：政治作戰學校軍事社會科學研究中心。
- 閻紀宇（2003 年 3 月 18 日）。〈海珊揚言將把戰爭帶到全世界〉，《中國時報》（台北），第 10 版。
- 趙月枝（2003）。〈帝國時代的世界傳播：國家、資本和非政府組織力量的重新部局〉，陳衛星（編）《國際關係與全球傳播》，頁 1-28。北京：北京廣播學院。
- 裴廣江譯（2005）。〈媒體超控了伊戰？：西方媒體和公共輿論中的伊拉克戰爭〉，《全球傳媒報告[ I ]》。上海：復旦大學出版社。（原文 Hafez, K. Media Control the Iraqi War? : The Iraqi War in the Western Media and Public Opinion.）
- 臧國仁（1999）。《新聞媒體與消息來源－媒介框架與真實建構之論述》。台北：三民。
- 劉屏（2003 年 3 月 23 日）。〈媒體險中求全〉，《中國時報》（台北），第 14 版。
- 劉泉（2005）。〈伊拉克戰爭：無聲的議程設置〉，盛沛林等（編）《輿論戰 100 例》，頁 239-241。北京：解放軍出版社。
- 劉雪梅（2004）。〈高技術條件下新聞輿論戰的內涵及啟示〉，《南京政治學院學報》，115：114-117。
- 劉得詮譯（2005）。《縮短鴻溝：軍媒關係與伊拉克戰爭》。台北：國防部總政治作戰局軍事發言人室。（原書 Shepard, A. C. Narrowing the Gap : Military, Media and the Iraq War.）
- 蕭美蕙（2003 年 4 月 6 日）。〈戰爭新聞與宣傳〉，《聯合報》（台北），第 15 版。
- 戴俊潭（2003）。〈當新聞成為武器之後：伊拉克戰爭與當前軍事新聞傳播現象的理論思考〉，《南京政治學院學報》，111：111-114。
- 鍾蔚文（1992）。《從媒介真實到主觀真實》。台北：正中。
- 龔瓊玉（2003）。〈美伊善用媒體宣傳提振民心士氣〉，軍事社會科學叢書編輯部（編）《美伊戰爭中無形戰力解析》，頁 325-326。台北：政治作戰學校軍事社會科學研究中心。



## 二、英文部分

- Abercrombie, N., Lash, S., & Longhurst, B. (1992) .Popular Representation Recasting Realism. In Friedman, J. et al. (Eds.), *Modernity and Identity*. Oxford: Blackwell.
- Altheide, D. L., & Snow, R.P. (1991). *Media Worlds in the Postjournalism Era*. Hawthorne, New York: Aldine de Gruyter.
- Altheide, D.L. (1995). *An Ecology of Communication: Cultural Format of Control*. New York: Walter de Gruyter.
- Carruthers, S. L. (2000). *The Media at War: Communication and Conflict in the Twentieth Century*. NY: St. Martin's Press Inc.
- Cate, H.C. (1998). *Military and Media Relations*.In Sloan,W.D., & Hoff, E.E. (Eds.), *Contemporary Media Issues* (pp. 105-119). Northport, AL: Visim Press.
- Cook, T.E. (1994). *Domesticating a Crisis: Washington Newsbeats and Network News after the Iraq Invasion of Kuwait*.In Bennett, W.L., & Paletz, D.L. (Eds.), *Taken by Storm: The Media, Public Opinion,and U.S. Foreign Policy in the Gulf War*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Fortner, R. S. (1993). *International Communication: History, Conflict, and Control of the Global Metropolis*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Hallin, D.C. (1986). *The Uncensored War: The Media and Vietnam*. Oxford: Oxford University Press.
- Harris, R. (1983). *Gotcha! The Media, The Government and the Falklands Crisis*. London: Faber.
- Hall, S., et al. (1981). *The Social Production of News: Mugging in the Media*.In Cohen, S., & Young, J.(Eds.), *The Manufacture of News: Deviance, Social Problems, and the Mass Media*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Herman, E.S. & Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.
- Herman, E.S., & Mc Chesney, R.W. (1997). *The Global Media: The Missionaries of Global Capitalism*. London: Cassell.
- Kellner, D. (1990). *Television and the Crisis of Democracy*. Boulder, Colorado: Westview.
- Kellner, D. (1992). *The Persian Gulf TV War*. Boulder, Colorado: Westview.

- Kellner, D. (1995). *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern*. London: Routledge.
- Kellner, D. (2003a). *Media spectacle*. London, New York: Routledge.
- Kellner, D. (2003b). *From 9/11 to Terror War: Dangers of the Bush Legacy*. Boulder, Co.: Rowman and Littlefield.
- Mc Chesney, R.W. (2004). *The Problem of the Media: U.S. Communication Politics in the 21<sup>st</sup> Century*. New York: Monthly Review Press.
- McLuhan, M., & Fiore, Q. (1967). *The Medium is the Message: An Inventory of Effects*. New York: Bantam Books.
- Schlesinger, P., Murdock, P. G., & Elliott, P. (1983). *Televising "Terrorism" : Political Violence in Popular Culture*. London: Comedia.
- Sharkey, J. (1991). *Under Fire: U.S. Military Restrictions on the Media from Grenada to the Persian Gulf*. Washington, DC: The Center for Public Integrity.
- Sigal, L. (1973). *Reporters and Officials: The Organisation and Politics of Newsmaking*. Lexington, Mass. : D.C. Heath.
- Paletz, D.L., & Schmid, A.P. (1992). *Terrorism and the Media*. Newbury Park, CA: Sage.
- Tomlinson, J. (1999). *Globalization and Culture*. Chicago: University of Chicago Press.

( 投稿日期：95 年 8 月 1 日；採用日期：95 年 11 月 6 日 )