



对“五一七声明”的传播学分析

时间：2004-5-24 10:18:46 来源：博客中国 作者：毕研韬 阅读1395次

原载：博客中国

发稿：中国新闻研究中心

作者：毕研韬

单位：传播学论坛编辑

地址：四川省社会科学院新闻研究所

邮编：610072

2004年5月17日，中共中央台湾工作办公室、国务院台湾事务办公室受权就当前两岸关系问题发表声明，对“台独”势力提出严厉警告，是谓“五一七声明”。

国外曾有学者断言：对信息流(information flow)的分析可以预知一个国家对外政策的重大变化。由于从事信息分析(information analysis)必须具备多学科知识和丰富的实践经验，笔者以前颇有自知之明未敢涉足该领域。但现在，“五一七声明”的发表为我们传播学爱好者提供了绝好的研究契机，笔者愿在此抛砖引玉。

垂直传播和水平传播

笔者认为，国际传播事实上就是不同渠道、不同层次的垂直传播和水平传播的相互作用。所谓垂直传播，就是一个国家之内最高决策者与其智囊、国内各团体或民众之间的信息传递，而水平传播则是国家之间出于不同目的和动机而进行的信息交换。垂直传播和水平传播既可以是显形的也可能是隐形的，既可能是语言的也可能是非语言的，既可以是官方的也可能是非官方的，种类繁多，花样层出不穷。

研究国际间的信息流动必须熟知相关国家的政治架构，洞悉其决策程序。一项重大政策在出台前必须进行必要的民意调查（除非对民意已有充分的了解），而在逐步论证、不断完善、层层上报的过程中可能会出现“有意”或“无意”的信息泄露。最高决策层达成共识后会以不同方式向同盟国通报以求支持，也会向非同盟国传递信息以求理解。决策者在决定实施前通常会以常规或非常规手段影响、控制舆论以争取道义上的支持。

下面笔者将以“五一七声明”的出台为例做一粗线条的分析。

中国对台独势力的强硬立场有其深刻的国内背景。首先，日益高涨的民族情绪已成为不容忽视的影响因素。这一点，外国机构和媒体早已发出警报。其次，台独分子日益猖獗，已到了欺人太甚的地步。第三，国内外对中国新政府有新的期待。对以上信息流的把握已使敏感人士预感到中国的对台政策可能会呈现出新思维。

- 娱乐广告传播模式
- 寻找“直指本心”的广告
- 企业新闻运作策略全析
- 焦虑性编辑倾向对报纸...
- 英雄形象传播的新趋势...
- 论卫星传播对国家主权...
- 关于消除中国数字鸿沟...
- 关于消除中国数字鸿沟...
- 从“广东非典型肺炎事...
- 修辞学观照中的视听传播

水平传播推动了“五一七声明”的出台。陈水扁特使邱义仁曾于4月25日衔命前往华府，向美国解释五二〇演讲内容。据海外媒体报道，在“五一七声明”出笼前，中国政府很可能已通过某些管道——舆论认为是美国政府——知晓陈水扁五二〇就职演说的大致内容。中国政府对其演讲大为不满。为避免进一步被动，逼迫阿扁收敛锋芒，大陆才抢在阿扁演讲之前发表“五一七声明”。据新加坡《联合早报》19日文章，美国国务院副发言人艾瑞里在国务院例行简报中表示，“中方曾就声明内容事前向美方做简报”。该报同日发表的另一篇文章说，“中国官方昨天默认，在中台办、国台办‘受权声明’发表以前，中美之间已经就声明的内容交换了意见。”如以上报道均属实，那就可以说“五一七声明”其实是中美台三方之间水平传播的直接结果之一。

改变传播范式的意义

笔者以为，传播就是选择特定的人在特定时间和地点，通过特定的媒介把特定的信息传达给特定的受众。在政治传播上，时机的选择决定一切。时机的选择有横向和纵向两个尺度。从横向上看，它不仅包括国内各部门之间的合作，还包括国际盟友之间的协调配合。选择时机还应包括把握运作的节奏。

对传播活动的解读一直是项十分复杂的工程。首先，相关文本本身所传递的信息通常起决定作用。就“五一七声明”而言，这份措辞空前严厉的正式声明让全球深感错愕。声明使用了“悬崖勒马”这一含有严厉警告的词语，所以海外媒体评论说“用词非常强硬”，甚至有人断言“这篇声明将是‘大动作’之前的通牒”。事实上，台湾媒体和舆论普遍把这份声明视为最后通牒。从文本自身分析，这篇声明软硬兼施，文攻武吓，但又给双方留下了一定的回旋余地。

不过，传播范式的突然改变所传达出的信息有时更让人难以琢磨。以“五一七声明”为例，中共突然改变“雷声大雨点小”乃至“只打雷不下雨”的惯例让国际舆论始料不及。再者，中共不是按照惯例在五二〇演讲后回应，而是破例在演讲之前表态，让人费解。第三，中共选择在“当日凌晨将全文公布，更是罕见现象。”《孙子兵法·势篇》中说，“凡战者，以正合，以奇胜。”这种突如其来的变化收到了出其不意的效果，昭示着中共在台湾问题上已有了新思维，反映出中国政府正在试图掌握台海局势的主导权。

后续动作的强化效果明显

传统上，西方大国处理国际争端所使用的五张牌是政治、经济、文化、外交和军事，而传媒不过是制造有利舆论的辅助手段，是谓“计利以听，乃为之势，以佐其外”（《孙子兵法·计篇》）。但随着信息化的发展，传媒在国际政治生活中的作用日益彰显，以致于有西方学者惊呼：当今时代的大多数战争是通过传媒进行的。

而在全球化时代，传媒、政治、经济、文化、外交、军事（和情报）已组成保障国家安全和民族利益的武器系统。要确保国家利益最大化，国家不仅要打好、用活这每一张牌，而且要善于交替、混合使用这六（七）张牌。“五一七声明”发表之后的形势说明，中国政府正在继续进行相关探索。

正当全球对“五一七声明”颇感震惊之际，中国记协18日安排参与起草台办声明的学者接受台港澳记者联合采访，为中台办、国台办的“受权声明”解读，指台独分子认为可利用北京举办2008年奥运会之机搞台独建国是“非常危险的赌徒心理和玩火行为”，中国在维护国家主权和领土完整问题上立场非常坚定，态度毫不含糊，“将不惜一切代价彻底粉碎任何台独分裂图谋”。专家指出，为遏制台独，“搞奥运可以不搞，经济发展也可以不发展，中美关系可以后退，都要遏止台独。”国外媒体注意到，“中国为反台独宁放弃3利益”。所以说，这次记者会大大强化了“五一七声明”的威慑效果。

几乎同时，美国中文报章《世界日报》引述大陆军方人士透露，南京军区已进入高度戒备状

态，官兵均停止休假，在军营戒备，如果期间台湾方面有台独动作，军方将采取相应行动。新加坡的《新明日报》《联合早报》等媒体都转载了相关报道。毋庸置疑，这条消息进一步证实了“五一七声明”的严肃性。

18日，新华社发表了题为《中国人民决不容忍“台独”分裂》的署名文章，19日又发表了题为《“台独”没有和平 分裂没有稳定》的署名文章。在这期间，人民网、新华网上的相关报道和评论都引起了海外媒体的注意。

以上表明，中国政府已经意识到了重复、强化在政治传播中的重要性。当然，这里所说的重复不是简单、机械地重复，而是高度策略性地由不同（或相同）身份的不同人士在不同场合下的协同作战。这在政治传播中是考验智慧、能力和实力的对决形式之一。

参考文献

1. 北京关于两岸关系的声明全文，《联合早报》社论/言论/天下事，2004-05-19
2. 邵宗海，北京对台声明的背后含义，《联合早报》社论/言论/天下事，2004-05-19
3. 于泽远，北京对台声明反应 中国官方默认“受权声明”发表前中美曾就内容交换意见，《联合早报》新闻：国际，2004-05-19
4. 美国：中方事前曾向美简报内容，《联合早报》新闻：国际，2004-05-19
5. 汤本，中国不能再放纵台独，《联合早报》社论/言论/天下事，2004-05-19
6. 弃奥运、弃经济、弃中美关系 中国为反台独宁放弃3利益，《新明日报》，2004-05-19
7. 《世界日报》：南京军区销假戒备，《新明日报》，2004-05-19
8. 杜平，关键要看北京的后续动作，《联合早报》社论/言论/天下事，2004-05-20
9. 于泽远，大陆继续高调批扁 不在意阿扁今天说什么，《联合早报》，2004-05-20

文章管理: web@cddc.net (共计 2723 篇)

CDDC刊载文章仅为学习研究，转载CDDC原创文章请注明出处！

相关文章：传播效果

- [“开放式控制实验”中恐惧诉求的传播效果分析 \(2005-12-19\)](#)
- [寻找“直指本心”的广告 \(2005-4-11\)](#)
- [“三贴近”与传播效果的思考 \(2005-1-11\)](#)
- [经济学中的效用理论在传播效果研究中的应用 \(2004-10-19\)](#)
- [突出新闻信息势能 增强新闻传播效果 \(2004-5-3\)](#)

[>>更多](#)

对“五一七声明”的传播学分析 会员评论[共 2 篇]

 好象没有牵扯到足够的传播学知识哦 [karlwin于2004-5-28发表]

 这“龙门阵”还真能“摆”的。喜欢。 [speechlesswood于2004-5-26发表]

我要评论

会员名

密码:

提交

重写

