

西藏危機與傳播策略

西藏危機自三月十日至今已兩個多月了。作為正在歐洲研修的中國傳播學者，筆者利用獨特的地理優勢一直在密切跟蹤分析各方的傳播策略。資料顯示，在影響國際輿論上，中國官方的傳播理念和傳播策略亟待改進。

筆者將傳播策略分為三大類：「主動型」(active)傳播策略積極創造條件滿足國際社會(主要是新聞媒體)的資訊需求；「超主動型」(pro-active)傳播策略不僅主動滿足各類資訊需求，而且試圖影響國際社會對資訊的需求；「被動型」(passive)傳播策略則是消極應對國際社會的資訊需求壓力。

在近期西藏問題上，中國政府雖然做出了某些努力，但從總體上看其傳播策略仍然屬於「被動型」。客觀地講，中國官方的傳播理念和傳播策略遠未能「與時俱進」，已經嚴重制約了中國的「和諧發展」與「和平發展」。

「四政」合法性

具體而言，中國官方的傳播理念與傳播策略在如下方面亟待改進：

首先，關於新聞媒體的角色定位。按照國際思維，新聞媒體是政府的「合作夥伴」，而不是「戰略工具」或「政治對手」。

在資訊化時代，新聞媒體是「國際化公民社會」(globalised civil society)的核心要素。政府不僅需要通過新聞媒體向國內外解釋自己的政策和行為，而且首先需要贏得全球新聞媒體的理解與支持，這是在國際社會形成廣泛共識的必要前提。雖然從實戰角度考量這只是一個理想化的目標，卻是攸關「四政」(政府、政黨、政客和政策)「合法性」的頭等大事，就連世界唯一的超級大國(美國)也不敢掉以輕心。為此，美國政府曾先後延攬世界知名公關專家夏洛特·比爾斯和凱倫·休斯擔任美國副國務卿。美國外交部也曾調整其對外交官的考核標準，重用有公關才能——善於和媒體打交道——的外交人才。然而，正如香港《東方日報》近期指出，「中國政府在這方面卻相差很遠，很多官員畏懼媒體、躲避媒體，不想、不會，也不重視利用媒體掌控話語權。」

第二，關於新聞媒體的功能定位。輿論學創始人沃爾特·李普曼曾把社會環境分成客觀現實(objective reality)、符號現實(symbolic reality)和主觀現實(subjective reality)三類。他認為，人們對「客觀現實」的認識是以「符號現實」為中介的，而人類的情感、態度和行為則是以對「主觀現實」的分析判斷為依據

的。這個過程可以表述為：客觀現實→符號現實→主觀現實→社會變化。

人們構建「世界圖景」(即「主觀現實」)所需的資訊主要來自大眾傳媒、社會交往和親身經歷。在資訊時代，大眾傳媒傳遞的資訊發揮著關鍵性作用：不僅能夠塑造人們的期望，而且在相當程度上決定著「四政」的合法性。

而何謂現實？西方新聞界認為，「認知即現實。」換句話說，你認為真實的就是真實的，即便是虛假的仍然是真實的；反之，你認為虛假的就是虛假的，即便是真實的也是虛假的。西方新聞守則公開承認，新聞的真實性只是在某個時間所能掌握的全部和可靠的資訊。簡言之，新聞的真實性都是特定條件下的相對真實。這恰如「後現代主義」所聲稱的，世界上並沒有絕對的真相。在西藏問題上，西方世界只相信達賴喇嘛的話；正如《德國之聲》一位讀者所說，現在無論中國政府說什麼，西方沒有一個人會相信。在這裏，真相究竟如何已經毫無意義。兩相比較，中國傳統的新聞理念顯得多麼天真浪漫！

官方媒體的公信力

第三，關於輿論(public



中國的媒體策略應與國際水準接軌。

opinion) 規律的認識。輿論就其產生、發展，直至消亡，都有一定的規律可循。一般而言，如果負面資訊由境外媒體率先披露，那麼當事人扭轉局面的可能性就已微乎其微。所以，搶佔輿論先機是實現「成本最小化，影響最大化」的關鍵環節。但在近期西藏問題上，中國的新聞媒體總是落後於西方媒體。譬如，「三一零騷亂」次日(三月十一日)，筆者就在《德國之聲》中文網看到了相關報導。而根據筆者檢索到的資料，中國的官方報導至少要落後兩天。直到三月十七日，中國國務院新聞辦公室才召開首次「小範圍新聞發佈會」；而第一次真正意義上的新聞發佈會則是在騷亂發生後的一個月(四月九日上午)才舉行的。

一般來說，當常規的、可靠的資訊管道不能正常發揮作用

時，社會就會開發出非常規的、對抗性的資訊管道來實現其知情權和話語權。當西方媒體無法自行獲取相關資訊，而中國官方資訊的可靠性又備受質疑時，各地的「親西藏」組織和美國政府資助的自由亞洲電台就成為西方媒體的主要資訊源。所以，《德國之聲》認為，「有關西藏局勢之所以有種種傳聞，責任完全應當由中國政府承擔。」

第四，關於資訊傳播規律的系統把握。從實戰角度分析，制訂傳播策略就是設計如下資訊組合：由誰來發佈資訊？在什麼時間和地點？通過什麼管道？對誰？說什麼？預期效果如何？如何抑制潛在「噪音」的不利影響？一系列的傳播活動之間應該如何銜接(intertextuality)？一般而言，資訊發佈者的可信度(credibility)直接決定資訊發佈的效果。在西藏問題上，中國官方的資訊發佈是由新華社獨家完成的，而新華社的官方背景決定了其在全球資訊傳播系統中的獨特地位。且看境外新聞媒體對新華社的認知：「官方媒體新華社」(新加坡《聯合早報》三月十六日)、「中國官方主要喉舌之一的新華社」(《德國之聲》)、「中國官方的新華社」(《美國之音》三月十四日)、「中國官方新華社」(BBC三月十五日)、「中

國官方傳媒新華社」(自由亞洲電台三月十五日)。

當中國官方媒體的公信力備受質疑時，中國的其他新聞媒體卻沒有機會參與獨立報導。台灣的中央社三月十五日報導說，「除中國官方新華社外，中國大陸中文媒體並未報導藏人抗爭事件。」中國官方發佈的資訊無法得到其他資訊管道的佐證，傳播合力也就無法形成。

當中國政府無力為自己辯護時，在海外的中國留學生卻拍案而起。《光明網——光明觀察》發表的海外學者的評論指出，「西方媒體發動的是官、民全方位的進攻，而中國的官方聲音則細若游絲，發揮不了多少作用。極具諷刺意義的倒是，海外個別知識份子利用個人資源所製作的錄影短片，竟然在網上發揮了政府機器望塵莫及的力量。」《德國之聲》(三月廿一日)甚至認為，「西藏事件中，最起碼在影響公眾輿論空間的能力上，草根媒體所起的作用至少在海外，不會比溫家寶答記者問起得作用小。」

國際共通的意義空間

第五，關於國際公關人才的選用。筆者無意冒犯國內愛國同仁，但必須實事求是地指出，在捍衛中國的西藏政策方面，國內發佈的文章沒有幾篇能夠達到

「及格」水準；倒是出自北美和歐洲華人之手的文章贏得了世界輿論的矚目。原因何在？正如鳳凰衛視評論員所說，中國必須使用國際通用的「語言」和外界打交道。顯然，這裡的「語言」是個廣義的概念：不僅指作為實際工具的狹義語言，還包括價值觀念、思維方式、傳播管道、編碼規則，等等。用傳播學的專業術語說，傳者和受者之間必須具有「共通的意義空間」。

鳳凰衛視二零零七年年終的一個訪談節目曾提到，中國的和平發展亟需具有國際視野的人才。而筆者的看法是，中國並不乏這樣的優秀人才，只是出於某些原因，這些受過西方意識形態薰陶的人才並沒有受到應有的信任和重視。目前的西藏危機證明了，在海外留學的中國學子不僅沒有被資本主義世界所污染，反而展示出了捍衛祖國尊嚴的堅強意志和巨大能量。筆者在二零零七年九月出版的《用資訊顛覆世界》中曾強調：愛黨、愛國不僅需要熱情，更需要智慧。

第六，關於危機處置中的傳播策略。有媒體報導說，台灣有系統的危機處置媒體策略：一旦台海戰爭爆發，台灣的新聞媒體將迅速完成「平戰轉換」。我們知道，在第二次海灣戰爭中，美英聯軍為克服時差因素對資訊發

佈的不利影響而分別在華盛頓和倫敦設立新聞中心，並以接力形式統籌資訊發佈。在西藏騷亂期間，中國官員們的言論和媒體發佈的資訊卻有時互相矛盾，某些政府官員竟然拒絕與媒體合作（西方媒體有採訪錄音為證），新聞發言人制度名存實亡，先前曾大肆宣傳的各類培訓並沒有展示出應有的效果，國內與國外的輿論反擊因缺乏統籌協調而難以形成最大合力。凡此種種，不一而足。

西藏問題本來是個絕好的實戰演練機會，中國政府本可以從中檢驗自己的戰略戰術，並從中鍛煉人才、發現人才、儲備人才。

更糟糕的是，國內的很多官員和所謂的精英並沒有真正認識到中外傳播理念上的巨大鴻溝及其嚴重後果。直到今天，筆者並



草根媒體在輿論空間發揮力量。

沒有看到明顯改變的跡象。當局者迷，旁觀者清。此間境外媒體的評論可謂入木三分。香港《明報》分析說，在西藏問題上中國陷入輿論困境的原因之一是，中國的「媒體策略沒有和國際水準接軌」。《德國之聲》分析說，「中國還缺乏跟媒體打交道的經驗。」香港《東方日報》指出，「北京還未學會按國際遊戲規則行事，更不懂國際公關。」

未能達到「與時俱進」

今天的輿論作業正朝著科學化、精細化方向發展；過去那種「摸著石頭過河」的模式早已經不合時宜了。在資訊化時代，無論新聞還是宣傳，「技術正確」和「政治正確」同樣重要。譬如在西藏問題上，高喊「與達賴喇嘛進行你死我活的鬥爭」雖然政治上正確，但在國際社會中，「你死我活」之類的話語符號對中共政權和中國政府形象的損害卻是不容忽視的。如何運用資訊（符號）引發預期的社會變化，正是傳播學的學科使命。中國對傳播學的認識還相當膚淺；中國的「和諧發展」與「和平發展」亟需傳播學的理论指導。

■ 畢研韜

海南大學傳播學研究中心主任、
副教授