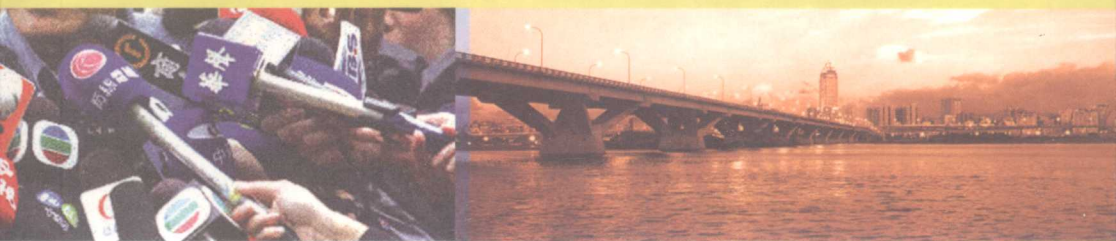


厦门大学
广告与传播艺术丛书



过程与分析： 媒体与台湾政治民主化 (1949—2007)

佟文娟 / 著



厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

过程与分析： 媒体与台湾政治民主化 (1949—2007)

佟文娟 / 著



厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

过程与分析/佟文娟著. —厦门:厦门大学出版社, 2009

(厦门大学广告与传播艺术丛书/陈培爱主编)

ISBN 978-7-5615-3308-6

I. 过… II. 佟… III. 传播媒介-社会功能-研究 IV. G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 115314 号

厦门大学出版社出版发行

(地址:厦门市软件园二期望海路 39 号 邮编:361008)

<http://www.xmupress.com>

[xmup @ public. xm. fj. cn](mailto:xmup@public.xm.fj.cn)

沙县方圆印刷有限公司印刷

2009 年 5 月第 1 版 2009 年 5 月第 1 次印刷

开本:889×1240 1/32 印张:8.25 插页:1

字数:239 千字 印数:1~3000 册

定价:25.00 元

本书如有印装质量问题请直接寄承印厂调换

总 序

1983年,厦门大学创办了广告学专业,1993年,厦门大学出版社出版《21世纪广告丛书》。弹指一挥间,至2008年,已经25年或15年过去了。近两年来,《21世纪广告丛书》又进行了重要的改版与扩充,更名为《厦门大学广告学丛书》。

为了推进广告学术研究,2008年,我们又启动了《厦门大学广告与传播艺术丛书》的编写工作。在前一套丛书的基础上,本丛书的思路是进一步扩大广告学研究的深度与广度,尽量延伸与广告相关的研究领域。因此,本丛书包括《广告传播学》、《著名品牌故事》、《2.0营销传播——互动整合营销传播策略》、《国际广告传播》等10多种著作。这些著作不仅关注广告理论方面的深度探讨,也关注新媒体时代广告发展的趋势研究和广告在国际化背景下的运作策略研究。广告是营销的促销手法,服务于商业销售目的;同时,广告之所以成为“广告”而不是其他,是因为广告活动是大众传播行为,是特殊的传播形态和传播方式,是研究利用大众媒介说话的艺术、传播的艺术。因此,才有了《广告与传播艺术丛书》的构想。

传播学的理论来源于社会现象。众所周知,传播学本身并不是一门历史悠久的学科,从形成理论体系到现在才不到100年历史。其中,传播统计方法师从统计学,传播心理学源自心理学,其二级学科广告学又借鉴了市场营销学的一些原理和方法。可以说,传播学是优良的“杂交品种”,无论是早期的研究报刊广告的覆盖率,还是拉姆斯菲尔德、施拉姆对传播要素的定义,还是后来M.E.麦库姆斯和D.L.肖就美国总统选举情况提出的“议程设置假说”等各传播学理论,它的面世是用于解决和分析社会问题,所以属于社会应用型学科,这就要求其必须同社会现象紧密联系。广告在发展中吸取了传播学的这些精髓。

众所周知,在我国,广告学作为学科门类建立之初就隶属于传播学门下。然而,随着我国经济的飞速发展,广告作为“经济晴雨表”的功能得到了实践的认同,而“叫好不叫座”、高投入低回报的广告频频出现,为中国广告学研究与经济学相脱离的现实亮起了红灯。其实,对广告的定义离不开经济、传播这两个字眼。随着市场经济的日益繁荣,商业色彩的日益浓重,对广告中传播元素和经济元素研究的失调必然要进行调整。必须根据市场的脉动,为广告学研究找到一个平衡点。

广告的文化含量越高,其影响力就越大,文化内涵在几乎所有的购买决策中都起着重要的作用。广告既是沟通信息,又是交流情感。广告的内容诉求逐渐从以产品为中心转向以人为中心,从有形的产品转向无形的品牌,广告更多强调的是产品与人的情感世界、精神世界的联系,演绎的是人的欲望和需求,表现的是人的意识和观念。于是广告作为沟通的艺术,沟通的不单是来自产品利益的主张,更是来自某种深层文化心理的认同,这使广告的文化内涵大为增强。同一种产品广告由于其所负载的文化内涵不同,所产生的效应也可能是截然不同:耐克以张扬个性、创造、活力为主题的“just do it”系列广告得到了中国青少年广泛的文化认同,而“恐惧斗室”广告却因对中国传统文化的歧视倾向而引发文化争端,改变的并非耐克本身,而是广告的文化内涵。可见文化内涵是决定广告传播效果的关键因素。

新媒体的广告运作方式有很多,但最重要的是能结合新媒体的形式感、参与性与多媒体互动的特点。可以说,互动参与将成为未来广告的重要特点。参与性媒体时代的到来,从某种层面来说,是一种社会的深刻变革。在新媒体文化中,人们消费媒体不再被动,而是积极地参与其中。新媒体的出现改变了以往广告传播受众只能被动接受信息的状况,更着重于主动拉近品牌与消费者的关系。

.....

广告学是一门包容性很强的学科。在学科发展的基础理论上,涉及传播学、市场学;在学科的本质属性上,又同科学与艺术相连;在广告传播的载体上,传统媒体、新兴媒体、自主开发的媒体很是热闹。而在广告的可持续发展上,文化的融入担起了大任。因此,本丛书将以更广阔的视野,把当代与未来广告的发展趋势做进一步的展示,让人们从广

告中获取知识,让社会的发展得到广告的推动。

总之,本丛书希望在更宏观的层面上透视广告的内涵,让人们更通俗完整地了解“广告是什么”。我们希望通过不懈的努力,使广告学科不断成长壮大,真正成为 21 世纪智慧的学科。

厦门大学出版社历来与厦大的优势学科携手共进,我们非常感激他们为本套丛书出版所提供的宝贵支持!

陈培爱 中国广告协会学术委员会主任

厦门大学特聘教授 博导

2008 年 12 月 1 日

研究台湾政治传播的开创性著作

(代序)

佟文娟博士的论文《过程与分析：媒体与台湾政治民主化（1949—2007）》在2008年6月答辩完成后，应厦门大学出版社之邀进行了修订，现在正式出版，为大陆的台湾问题研究增添了新的力作。这是我国大陆在“媒体与台湾政治民主化”研究中的开创性著作，它第一次较全面地论述了“媒体”在民主政治进程中的地位与作用，以民进党为例，剖析了“媒体”催化民主政治进程的戏剧性变化。全书上篇论述“过程：从政治媒体到媒体政治”，下篇则从文化角度考察媒体与台湾民主政治：“理论：文化研究视角中的台湾民主政治与大众媒体”。全书不仅有翔实的案例，而且具有较高的理论深度，为当前热门中的台湾问题研究贡献了智慧。

台湾是个新闻媒体高度发达的社会，在平面媒体中仅报纸就有400多家，杂志更是多达6000余种，具有较大影响的报纸有《苹果日报》、《联合报》、《中国时报》和《自由时报》，号称台湾报业“四大天王”。电子媒体密度之高更令人叹为观止，有176家广播公司，台视、中视、华视、民视和公视等5家无线电视，另外还有数百家有线电视台，比较有影响的是东森、TVBS、中天等。

台湾拥有如此众多媒体自然令人感到惊讶，但更令人诧异的却是，岛内媒体几乎毫无例外都披上或绿或蓝的政治色彩。台湾东森新闻曾报道，美国圣约翰大学学者赴台研究台湾政局动向后直言，台湾热闹的“民主政治”事实上只是民主幼稚的表现，其典型代表就是，作为政治第三极的媒体沦为政治斗争的附属品。美国学者甚至直言，台湾看似有数以百计的报纸、电视台，“但细数只有两家：蓝媒和绿媒”。

据了解，目前被归为蓝军喉舌的媒体主要包括《联合报》、《中国时

报》以及TVBS、中天、中视等电视台等。而《自由时报》、《苹果日报》以及民视、三立等则带有浓烈的绿营色彩。这些岛内媒体，对重大议题的报道切入点不同，甚至对同一件事实可以做出截然相反的解读。如对当前日益萎缩的台湾经济形势分析时，《自由时报》等绿媒往往强调，这完全是“放纵”台商赴大陆投资导致台湾本地“空壳化”，而具有蓝营背景的《中国时报》、《联合报》等则认为，民进党当局没有处理好两岸关系，没有制定出有效的经济政策，才是造成岛内经济形势恶化的根本原因。

台湾问题一直是中国政府和中國政治生活中的一件大事，它的历史、现实以及未来对中国政府和中國政治版图的意义是不言而喻的。所以，对台湾问题的关注和研究也就具有现实价值和意义。本书也因此贡献良多。

其一，以台湾为例，探讨了媒体与政治传播的关系。传播和政治是两位一体的，两者如影随形，民进党的成立、成长更是印证了这个道理。民进党的选举策略经历了从“地方包围中央”到议会抗争的变化，其传播的手段和方式、其创意和表现都令人叹为观止。台湾错综复杂的历史、多元多变的现实、悬而未决的未来促成其复杂的社会文化心理，其敏感的政治和意识形态神经很容易被唤起和利用。民进党能在短期内迅速成长并取得执政党地位，深谙其道。把台湾政治放到文化的大背景中，探讨民进党的政治传播及其效果，将深入问题的根本，获得更全面的认知。

其二，探讨了大陆学者与台湾学者在研究政治传播方面的不同。总体来看，大陆方面，对台湾的研究多从政治需要出发，从政治角度进行，缺少传播学视角的研究。台湾方面，政治传播发展较大陆方面为早和充分，从能够获得的资料可以看出，由于台湾学术受美国的直接影响较多，政治传播研究多以选举个案为例，注重实证、经验方法的使用，论文数量较多，每一次稍有规模的选举都有研究文章。

20世纪90年代以来，政治传播学进入了寻求共同的研究主题、方法和概念的阶段，开始谋求建立独立学科地位。比较而言，中国大陆的政治传播研究稍显滞后。政治传播研究首先是在台湾地区展开的。目前，大陆的政治传播研究集中在政府形象和对外传播之上，对政治传播

研究的理论探索严重不足。译著的选择也表现得很明显,到目前为止,政治传播研究的经典理论著作还都未见汉译本。

可以说,台湾能够进入到大陆学者的视野是由两岸特殊的政治关系决定的。因此,对台湾的研究是出于政治需要,这决定了对台湾的研究(包括政治传播研究在内的台湾新闻学和传播学研究在内)主要由政治学者来完成。大陆学者主要着眼于民进党与媒体的关系,分析其如何娴熟操控媒体这一意识形态工具来向国民党夺取政权并宣扬“台独”思想,侧重于媒体的政治工具属性;台湾学者主要批判对国民党以威权垄断媒体资源的行为,而肯定以民进党为主的政治反对力量推动的各类媒体改造,认为这是促进台湾民主化发展的有益之举。本书研究的另一核心议题也在于民进党与媒体的关系上。

其三,本著作的研究角度和方法比较科学。本书考察国民党政权迁台之后到2008年近60年的时间跨度,以台湾民主政治转型为背景参照,探讨台湾的政治和媒体之间的关系变化过程,进行原因分析。在充分收集和研读相关资料的基础上,结合当前研究者对相关问题的研究现状以及作者本人的研究兴趣,从两个方面展开本议题的研究:首先从历史的维度出发,以台湾政治反对力量争取媒体自由的历程为线索,纵观台湾政治体制转型前、中、后整体过程中的政治和媒体关系的演变轨迹。力求通过具有连续性的过程描述,梳理出清晰的变动脉络。结束过程的历史描述之后,带着“台湾政治和媒体关系转变的实质是什么?”这个问题,论文转入第二个方面的内容,即对台湾发生的政治和媒体关系的变化进行学理层面的分析。在这一部分,作者选取文化研究理论(culture studies)为分析问题的理论依据。该研究得出结论:台湾政治民主转型前后,政治和大众媒体的关系经历了由政治媒体到媒体政治的转变。

本书还注重运用互动方法和视角来观察和分析问题,其中有历史和现实的互动、政治与经济和文化的互动、理论和实践的互动、一般性与个性的互动。互动的方式既是本文的研究需要,也是作者研究的立场,目的是为尽可能的还原过程的真实,弥补理论的单一和片面之不足。

其四,对大众传播未来走势的解读。在大众传播研究领域,一个最

富争议的主题之一，是大众传媒与民主政治以及公共空间的关系。与此相关的，是大众在信息的生产与传播中的地位以及由此带来的文化政治问题：大众是否以及在多大程度上能够参与信息的生产与传播过程？如何保证大众能够获得应该获得的正确而可靠的信息（尤其是与他们的公民权利密切相关的涉及公共事务的信息），以便有效地参与公共事务？他们是主动地接受信息还是被动地受信息的引导、乃至完全丧失自己的独立性与主动性，沦落为传媒的奴隶？

大众传播不但可能与政治权力结合，而且它自身也可能成为一种新的权力。经典的政治权力已经不是唯一的权力中心，新兴的媒介权力本身显现出自己的暴力特征。媒介本身的权力化以及它与经典政治权力的复杂关系，应当引起我们的高度重视。在由大众传媒创造与维持的新公共领域，政治领袖可以通过以前没有的方式出现在其臣民面前。如果说以前的政治领袖与臣民之间的关系是非媒介化的（即面对面的）或媒介化的程度非常有限，因而其范围必将是非常有限的；那么现在，这种关系已经越来越受到媒介的中介。这样，臣民对政治领袖的认知与评价、他的忠诚或反抗态度，在很大程度上必然由传媒来建构。显而易见的是，技巧圆熟、深谙传媒之道的政治家可以利用这一点。他们可以通过精心设计自己的自我表征，通过巧妙安排他们在现代政治的中介化领域的可见性（公共性）来获取乃至骗得民众的信任与支持。

因此，本书的出版，可以视为是纯粹从新闻传播学角度进行的台湾政治传播的研究的力作，它将为中国大陆学者基本从政治角度研究台湾政治传播转为从新闻传播学角度研究台湾政治传播的有力转换。

佟文娟是我招收的第一个博士生。2005年我挂靠在人文学院历史系招收传播史方向博士生，她当时正由长春理工大学来到厦门大学进修学习。也许是近水楼台的缘故吧，当年她以自己的实力顺利地进入了博士阶段的学习。在此期间，她克服了由北方到南方水土不服的困难，利用厦门大学台湾研究院丰富的研究资料的有利条件，并珍惜在台两个月学术访问的宝贵时间，废寝忘食地进行研究工作。工夫不负有心人，她终于拿出了有自己较多创新含量的有意义的研究论文。

1979年以后的30年，福建作为两岸和平统一的前沿基地，扮演了

举世瞩目的重要角色,不仅成为两岸人民交流交往的重要平台,而且成为国家倚重的台湾研究基地,为两岸关系的和平发展做出重要贡献。30年来,福建台湾研究走在全国前列,备受海内外各界的推崇。厦门大学新闻传播学院在继续保持广告学研究特色的基础上,正在奋力打造台湾媒体研究的第二特色。应该说佟文娟博士的研究顺应了学科建设的需要。

今天,看到本研究在厦大出版社的努力下,已形成专著出版,实为高兴,并应允作序。

陈培爱 中国广告协会学术委员会主任
厦门大学特聘教授 博导
2009年春节

前言

一、本文研究的目的和意义

台湾问题一直是中国政治生活中的一件大事,它的历史、现实以及未来,其对中国政府和中国的政治版图的意义是不言而喻的。所以,对台湾问题的关注和研究也就具有现实价值和意义。

上个世纪80年代世界政治体系和格局发生剧变之后,台湾地区的政治也顺时、顺势而动。随着蒋氏父子政权结束,台湾本土“总统”李登辉的上台,台湾的政治转型(开始于70年代,完成于90年代)全面展开。这次“政治转型”涉及台湾的政治、经济、文化、军事、社会等各个方面,最重要结果就是民进党的成立直至2000年成为台湾地区执政党,这也是形成今天台湾与中国大陆关系现状的直接原因。

民进党何以在成立仅仅14年后即取得执政党地位,在至今也不过20年的时间里,使台湾政治生态以及台湾与中国政府的关系发生了这么大的变化,它还会向何种方向发展?这些问题的提出和解决,对了解台湾以及制定切实可行的对台政策具有明显的实际价值。问题的提出很容易,要得出令人满意的答案却相当困难。

传播和政治是两位一体的,两者如影随形,民进党的成立、成长更是印证了这个规律。作为“最会选举的政党”,民进党的选举策略经历了从“地方包围中央”(张俊宏语,时任民进党秘书长)到议会抗争的变化,但无论实施哪种策略,都少不了上演一幕幕令人眼花缭乱的“政治秀”,其传播的手段和方式、其创意和表现都令人叹为观止。其表现固然令人关注,但探究现象之下的原因则更具价值和挑战性。

台湾错综复杂的历史、多元多变的现实、悬而未决的未来促成了其五味杂陈的社会文化心理,其敏感的政治和意识形态神经容易被唤起和利用。民进党能在短期内迅速成长并取得执政党地位,可谓深谙其

道,也是应运而生。在文化的大背景下探讨民进党的政治传播及其产生的效果,将深入到问题的根本,获得更全面的认知。

由此形成了本研究在三个层面上的意义和创新之处:

(1)在政治层面,通过回顾国民党政权迁台之后的政治历程,全面了解台湾政治民主化的进程,对把握台湾当前的政治局势和未来走向具有预见性,为对台政策的制定提供参考性的建议。同时,被台湾政界和学界认为是华人世界首个实现民主政治的地区,台湾提供的经验和教训也是大陆目前实现中国特色民主政治需要观察的。

(2)从大众媒介的角度考察台湾的政治,一方面为了解和观察台湾政治提供了新的研究和认知角度,也是揭开台湾政治独特运行方式的突破口。当前台湾政治以媒体政治的逻辑运转,大众媒体呈现出来的政坛乱象频出,其原因是什么,其本质是什么,其结果会怎样,大陆的对台新闻宣传应怎样进行才能产生良好效果?此外,大陆当前的大众媒体在民主化过程中应处于什么位置,发挥什么作用,怎样发挥作用?这些问题的解决也可以从台湾现状中获得参照,避免和少走弯路,节约改革成本。

(3)本研究采用文化研究理论作为分析工具,将台湾政治和大众媒体置于文化研究的透视镜头之下,揭示出其内部隐含的权力关系。这种活泼和互动性很强的研究方法有助于我们透过让人眼花缭乱的表象抓住问题的本质,防止被现象所蒙蔽和误导。

另外,以台湾为个案,对于推进政治传播在我国的应用和深化具有重要意义。长久以来,作为西方传播学显学的政治传播在我国缺少存在和发展的现实空间,仅能作为理论而存在,因为不具备西方政治生态环境而无法产生指导和分析现实的作用。台湾不同于大陆的政治生态环境恰好提供了政治传播学在中国的有针对性的应用,而处在中国传统文化脉络里的台湾地区,也为政治传播理论的本土化实践提供了现实土壤。

二、文献综述

虽然政治传播现象早已有之,但是作为一门学科,其产生却是在20世纪五六十年代。而自其产生之后,争论一直不断。不少人质疑其

产生时间、研究领域、研究方法乃至其独立学科地位,至今尚未有定论。总体看来,问题主要存在于:

(1)政治传播研究领域过于庞杂,不宜于规定和形成统一模式。

(2)政治传播学由多学科整合而成,政治传播研究因受其他学科的影响,本来在20年前就该独立出来,而至今还未能独立出来。

(3)研究者来自各个学科,自成一体,难以构建学科体系。

关于研究内容,政治传播学产生初期,美国学者多将研究领域限定在选民和选民的投票行为上。20世纪70—80年代,主流学派注重政治竞选和说服选民研究,批判学派主张把传播理论和社会理论结合起来,着重考察社会结构和意识形态相关的宏观问题,着重研究社会发展的一般趋势和人的基本价值,在其基础上探讨大众传播的作用及与社会结构的关系。此外,影响较大的欧洲中程学派,主张重点研究制度的政治和文化的政治。

至于研究方法,因为研究内容的不同,也表现出多样性。实证方法、政治经济分析、文化研究、结构主义、符号学、语义学等得到广泛应用。80年代的学者们更是主张研究内容和方法的多元化。政治传播研究的多元化主张促进了其自身的发展。1975年,Steven Chaffee 编辑出版《政治传播研究:问题和方法》一书,首次系统阐述了主流学派的基本理论框架、研究领域、问题和主要方法;1981年,Dan Nimmo & K R. Sanders 编辑的《政治传播手册》总结了政治传播研究的产生、发展过程,归纳和构建了主流学派政治传播研究的理论体系及其方法论。此外,此间还创办了一批专业学术刊物,主要有《政治传播与宣传》(季刊)、《政治传播年鉴》、《政治传播评论》等。1973年,国际传播学会下设政治传播研究学会。

20世纪90年代以来,政治传播学进入了寻求共同的研究主题、方法和概念的阶段,开始谋求建立独立学科地位。1990年,David L. Swanson & Dan Nimmo 出版《政治传播新动向》一书提出,政治传播研究要寻求一种方式、一种发展模式以克服零碎化的不足。他们的主张得到了 Mary E. Stuckey 的响应,她在1996年出版了著作《政治传播的理论与实践》,试图从政治传播研究的方法角度明确界定政治传播学的公共领域。学者们更加关注政治传播学的一般理论和研究方法。但

是，这个过程是缓慢和艰难的，直到现在，需要解决的问题依然存在和突出。^①

比较而言，我国的政治传播研究更为滞后。政治传播研究首先是在台湾地区展开的。台湾学者祝基滢 1983 年出版了《政治传播学》，主要介绍了西方政治传播研究的基本内容、理论和方法。1986 年，台湾学者彭芸出版《政治传播：理论与实务》，系统介绍了 20 世纪 80 年代中期以前西方学者关于政治传播研究的产生、发展和理论分歧，其后又有《新闻媒介与政治》和《政治广告与选举》等著作。

中国大陆目前出版有邵培仁的《政治传播学》（1991 年），他是中国大陆第一位明确界定政治传播学研究对象的学者，但是其界定单方面强调政治传播的功能性，有失偏颇。2001 年，刘华蓉出版《大众传媒与政治》一书，该书从政治学的角度探讨了大众传媒的影响。张昆在 2003 年出版著作《大众媒介的政治社会化功能》，其目的是要“探讨大众媒介在政治社会化过程中的功能或作用及相关问题，从传播学的角度揭示政治社会化功能发挥的相关机理”。这两部著作都借用西方政治传播研究的理论和方法，结合中国的国情，考察大众媒介在中国政治生活中发挥的功能和作用，研究较为深入。2004 年，周洪铎主编的《政治传播学概论》出版，作为一本教材，该书主要介绍政治传播研究的产生、内容、地位，分析了政治传播的业务操作及使用的策略，理论性和实践性兼具。

目前在中国大陆，以“政治传播”为写作主题的著作甚少，论文也是如此。对国际和中国政治传播进行总体介绍和评价的论文有李元书的《政治传播学的产生和发展》（《政治学》2001.3）和郑一卉的《我国政治传播研究百年回望》（《武汉大学报》2005.5）。探讨政治文化、政治传播符号、政治传播语言、政治象征的作者大都来自政治学和社会学领域，而非传播学领域。发表在传播学杂志上的论文也仅见 2004 年《现代传播》第 6 期刊载的《政治传播与政治象征理论引论》（张晓峰，中国传媒大学社会学系教授）等不足十篇，且多定性研究而少实证。

^① 本部分内容参见李元书：《政治传播学的产生和发展》，《政治学》2001 年第 3 期。

相关翻译著作也很少。译著主要有《政治传播学引论》，本书批判性地探讨了英国、美国以及其他国家当代社会中政治、媒体与民主政治的关系。布赖恩·麦克奈尔在这本通俗易懂的教材中考察了政治家、工人、压力集团与恐怖组织利用媒体的形式，还考察了政治媒体与它们的影响，政治广告、政治市场营销和政治公关的作用，以及各层次机构组织的传播实践。凯瑟琳·霍尔·贾米森和卡林·科洛斯·坎贝尔出版《影响力的互动：新闻、广告、政治与大众媒介》，不同于一般的大众传播学论著，该书将重点锁定在大众传播活动中传授双方的“互动行为”上。站在新闻、广告、政治的视角，务实地揭示了大众媒介对人类日常生活的影响力，同时也突破性地强调了人类反作用于媒介的力量。

需要说明的是，中国当前正努力提高其世界地位，塑造良好的世界形象，创建友好的国家关系是大众媒介担负的重要责任。因此，目前国内的政治传播研究比较集中在政府形象和对外传播之上，政治传播研究方面的理论探索严重不足。这种倾向在译著的选择上表现得很明显，到目前为止，政治传播研究的经典理论著作还都未见汉译本。

可以说，台湾进入大陆学者的视野是由两岸特殊的政治关系决定的。因此，对台湾的研究是出于政治需要，这也决定了对台湾的研究（包括政治传播研究在内的对台湾新闻学和传播学研究）主要是由政治学者来完成的。事实也确实如此，在众多的台湾政治研究著作中，涉及政治传播的，像中国人民大学国际关系学院黄嘉树教授的《台湾选举研究》、厦门大学台湾研究院张文生和王茹合著的《民进党选举策略研究》，这两本书都介绍了台湾选举中的政党运作、选举与地方派系、黑金政治与台湾选举等内容，其中涉及文宣造势与选举行销方面的研究，也都从政治学的角度出发。2004年，九州出版社出版了包括《民进党选举策略研究》在内的一套丛书，分别从意识形态、政商关系、选举策略、组织派系、对外关系、社会基础、大陆政策、执政情况等八个方面详解了台湾民进党。这套丛书的出版，对研究台湾民进党和台湾岛内外的政治形势提供了翔实的资料参考和多元的关照角度。张莉2007年出版了《台湾“公民投票”考论》，该书以其博士论文为基础，详细解读了台湾的“公民投票”历史渊源和现实影响，资料丰富。硕、博士论文方面：华东师大高宏久著有博士论文《21世纪台湾政党转换中的民进党“总统”

竞选策略探析》，该文以 2000—2004 年选举为例，采用“政治市场行销”理论，较为全面系统地介绍了民进党的竞选策略，剖析了民进党的捐客型政党特征。首都师范大学刘新的硕士论文《台湾政治文化对选民非理性选举行为的影响》，以政治文化为切入点，分析了台湾政治选举中的非理性行为的形成原因。厦门大学台湾研究院施飞的论文《台湾政党与大众传媒关系研究》，站在媒体立场分析台湾政党与大众媒体的关系。这些论文专著也有部分涉及台湾政党与大众传媒关系：陈飞宝的《台湾大众媒体与政党权力之争》（《台湾研究》1999 年第 4 期），以民进党向国民党争夺权力的过程为主线，探讨“解严”以来至 1998 年大众媒体的重构及其所扮演的角色。王茹的《民进党对媒体及民调的政治运作》（《台湾研究集刊》2002 年第 4 期），揭示了民进党上台后两年间，违背竞选承诺变本加厉控制媒体，操作民调文宣，致使台湾公共舆论的批判力受损。

上海社科院台湾研究中心杨剑著有《台湾媒体新闻框架的变迁研究》一书，纯粹从新闻传播学角度研究台湾政治传播。

台湾方面，较早涉及政党与大众传媒研究的是郑瑞城等人合著的《解构广电媒体》一书以及李金铨写的文章《从威权控制下解放出来——台湾报业的政经观察》。他们详细介绍了早期国民党垄断大众传媒的情况。李筱峰的《台湾民主运动四十年》（台湾自立晚报社 1987 年版）中介绍了党外势力以党外杂志为集结地，发动群众动员选举，由此推动台湾民主化进程的历史。陈彦龙的研究论文《电视媒体与台湾的民主化——民间全民的个案研究》则充分肯定了民进党推动创设的“民视”对台湾民主化的贡献。管中翔、刘昌德合作的文章《战后台湾媒体反对运动》（《台湾史料研究》2000 年 12 月），梳理了 50 年代以来台湾媒体反对运动的发展历程，突出肯定民进党在此过程中所起的推动作用。瞿文芳的《台湾的民主化与媒体的发展》则简略地比较了报禁解除前后台湾媒体的发展状况，认为报禁解除后言论自由大幅跃进使民主得到突飞猛进的发展。

两岸学界关于台湾新闻出版事业发展概况的研究论著颇丰。如方积根、唐润华、李秀萍编著的《台湾的新闻事业概况》，辛广伟的《台湾出版史》，陈飞宝、张敦财合著的《台湾电视发展史》，陈国祥、祝萍的《台湾