



RUMEURS

Le Plus Vieux Media
du Monde

谣言

世界最古老的传媒

[法] 让-诺埃尔·卡普弗雷 著
Jean-Noël Kapferer

郑若麟 译

上海人民出版社

Le Plus Vieux Média
du Monde

言

世界最古老的传媒

〔法〕让-诺埃尔·卡普费雷 著

Jean-Noël Kapferer

郑若麟 译

 上海人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

谣言:世界最古老的传媒/(法)卡普费雷著;郑若麟译.
—上海:上海人民出版社,2008
ISBN 978-7-208-07649-5

I. 谣… II. ①卡…②郑… III. 谣言-研究 IV. C912.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 200522 号

责任编辑 吴书勇
美术编辑 王小阳
封面设计 人马艺术设计工作室·储平

Copyright ©Editions du Seuil, 1987.
Chinese (Simplified Characters) Copyright
© 2008 by Shanghai People's Publishing House.
All Rights Reserved.

谣 言

——世界最古老的传媒
[法]让-诺埃尔·卡普费雷 著
郑若麟 译

世纪出版集团

上海人民出版社出版

(200001 上海福建中路 193 号 www.ewen.cc)

世纪出版集团发行中心发行

上海商务联西印刷有限公司印刷

开本 635×965 1/16 印张 21.25 插页 4 字数 243,000

2008 年 12 月第 1 版 2008 年 12 月第 1 次印刷

印数 1-5,100

ISBN 978-7-208-07649-5/G·1231

定价 36.00 元

前 言

自从1981年以来,美国一家首屈一指的日用消费品制造公司——宝洁(P&G)公司——每个月都要接到成千上万个电话。这些电话都是忧心忡忡的消费者打来的。因为外面谣传宝洁公司与魔鬼有联系,他们想了解个究竟。根据谣传,该公司的图案标志上,实际上隐匿着许多撒旦的符号。图案上绘着一张男子的脸,正凝视着点点繁星。如果仔细观察的话,可以发现这些星星恰好构成了魔鬼撒旦的数字:666。于是有人便谣传该公司为了使生意兴隆,与魔鬼缔了约,将其利润的百分之十交付给一个信奉撒旦的教派。这个谣言从1980年在密西西比州西部悄然降临以来,很快就不胫而走,一直蔓延到美国东部。谣言引起了一场大战,一场特殊的“星球大战”,对此,宝洁公司毫无准备:被那些无辜的星星所激怒的形形色色的宗教组织纷纷出场,到处宣扬抵制刊有这个不祥印记的商品。

1966年,法国北部鲁昂市。谣言指责该市一家遐迩闻名的服装店是贩卖白人妇女的诱饵,于是威胁的电话纷至沓来,无论女经理如何辟谣,也无济于事。最后她不得不放弃斗争,离开该市,一走了之。三年后,同样的谣言又袭击了奥尔良市。六家以色列人开办的久负盛名的服装店忽然变得门可罗雀,人们纷纷传说有一些年轻女子在这些店中失踪。据说她们是在试衣间里被绑架的。还有人说,警方在地下室找到了两个或三个姑娘,她们被注射了毒品,已经准备好交

给贩卖白人妇女的地下网把她们运出去。这个谣言一时甚嚣尘上，闹得满城风雨。最后不得不动员了巴黎和地方上的所有报刊、协会和政府机构以平息这个“奥尔良谣言”，至少使它不再流传。

1973年1月，法国政界——包括多数派和反对派——又盛传乔治·蓬皮杜总统已经病入膏肓，将不久于人世，他已不可能捱到他七年总统任期期满之日。这个谣传闹得全国沸沸扬扬，报刊和其他传播媒介也大作文章。尽管官方从未证实过这一消息，但总统的疾病在当时成了压倒一切的热门话题。一年后，共和国总统果然病重溘然去世。

1963年11月22日，美国总统约翰·菲兹吉拉德·肯尼迪在他的车队穿过达拉斯城时遇刺身亡。凶手很快就被确认，是一个名叫李·哈维·奥斯瓦尔德的家伙。一个特别委员会负责调查这一美国历史上的悲惨事件，并作出结论。委员会在著名的沃伦报告中，排除了种种疑点，确认肯尼迪总统遇刺是凶手一人所为，李·奥斯瓦尔德的背后并无指使者。然而，从暗杀发生的最初几天开始，谣言就出现了。人们纷纷传说，那天在达拉斯城有好几名杀手，因此实际上存在着一个真正的阴谋。一些人提到了具体的某个人的名字，另一些则提到了美国中央情报局。可以肯定的是，时至今日，美国官方关于凶手单独作案的说法始终未能说服一部分美国公众舆论。

以上我列举的是谣言中四个众所周知的例子。这四个例子显示了谣言在传播过程中遵循着同样的规律。一个谣言，总是不知从哪儿钻出来的，然后便开始繁殖，开始流传，且很快便形成燎原之势。然后谣言愈演愈烈，达到顶点。再下去就开始冷却，变成点点火花，四处流窜。最后便渐渐熄灭，偃旗息鼓，归于死寂。然而这四个例子又各有不同之处。奥尔良谣言完全是天方夜谭。宝洁公司与撒旦也

是风马牛不相及。然而有关蓬皮杜总统病入膏肓的传闻却并非空穴来风。至于涉及沃伦报告的谣传,由于对它的结论无法全面证实,怀疑是完全可以允许的。

对于公众来说,谣言这个词令人想到一个神秘的、甚至是神奇的现象。分析一下有关谣言的常用词汇,颇有值得玩味之处:谣言满天飞,谣言甚嚣尘上,谣言无孔不入,谣言会潜伏,谣言会不胫而走。看上去,谣言似乎是一头令人吃惊、异常敏捷、难以捕捉的动物,它不属于任何已知的种类。它作用于人的方式近似于催眠术:它迷惑人,征服人,引诱人,激励人。

本书的主题是论证这种对于谣言的观念是根本错误的。谣言并不神秘。谣言严格地遵循着一个规律,因此谣言这部机器是可以拆卸的。今天,我们已经能够回答有关谣言的一些重要问题。谣言从何而起,传向何方,为什么它们会在某一天、在某一群人中间或在某一个特定环境出现?

我们同样也可以对谣言进行诠释:为什么谣言都是在暗中流传?谣言传递的信息遵从何种规则?在其表层信息的掩盖之下,谣言的深层含意是什么?等等。

其次,我们不能仅仅分析谣言现象的本身而忽略谣言在生活中的运用。人们如何在谣言中生活,如何利用谣言,目的何在,其预料之中或始料未及的结果又是什么?

最后一个问题:我们能不能消灭谣言?今天,人们仅仅满足于对这一现象作出描述、解释和分析。然而,社会现实要求我们走得更远,要找出制服谣言的药方。尤为重要的是,通过深入研究控制谣言的问题,我们闯入了谣言规律的核心,即从根本上进入了信仰的领域。

目 录

前言 / 1

第一章 一个难以捉摸的现象 / 1

第一部分 谣言之生与死

第二章 谣言是如何诞生的 / 23

第三章 谣言在流传、在流传 / 51

第四章 为什么我们相信谣言 / 72

第五章 谣言：它的群体，它的作用 / 97

第六章 演员 / 104

第七章 谣言之终结与沉默的含义 / 117

第八章 谣言永远会卷土重来吗？ / 125

第二部分 谣言的解释

第九章 信息：偶然与必然 / 141

第十章 隐含着的信息 / 157

第十一章 谣言揭示的深层法国 / 168



第三部分 谣言的利用

- 第十二章 罪行、调查和谣言 / 181
- 第十三章 谣言与明星制度 / 195
- 第十四章 在工厂和办公室里 / 201
- 第十五章 谣言销售学 / 208
- 第十六章 金融谣言 / 222
- 第十七章 政治谣言 / 235

第四部分 能够扑灭谣言吗？

- 第十八章 反谣言 / 253
- 第十九章 辟谣：一门棘手的艺术 / 259
- 第二十章 改变谣言的形象 / 273
- 第二十一章 防患于未然 / 283
- 结论 / 287
- 后记 谣言与现代传奇：有何新消息 / 290
- 参考书目 / 313
- 补充参考书目 / 327

第一章

一个难以捉摸的现象

不论是我们社会生活的哪一个领域，谣言无所不在。

谣言还是最古老的大众传播媒介。在出现文字之前，口传媒介便是社会唯一的交流渠道。谣言传递消息，树立或毁坏名声，促发暴动或战争。报纸和后来的无线电广播的问世，以及最后视听设备的急剧发展，都未能使谣言烟消云散。尽管有了大众传播媒介，人们仍继续以口传媒介的方式获取一部分信息。大众传播媒介的出现远未能消灭谣言，它只是使谣言更加专业化而已：从此以后，两者各有其流通的领地。

尽管如此，我们对谣言仍然不甚了了。对一个如此重要的社会现象，研究却如此之少，实为罕见。谣言作为一个神秘乃至神奇的事物，至今依然是知识领域的真空地带，或者是人烟罕见的荒漠地区^①。

被称之为谣言的现象究竟始于何处又终于何方？它和人们通常所谓的口头传递有何区别？事实上，每当我们以为抓住了这个概念的时候，它总是溜之大吉。人人都相信自己能够分辨谣言，但却无人

^① 原文为马托·格罗索(Mato Grosso)，巴西第二大州，与玻利维亚交界，那里遍布草原和荆棘丛林，人迹稀少，至今仍仅有一些印第安人生活在石器时代。——译者注

能给谣言下一个令人信服的定义。总之,如果说我们每人都强烈地感觉到谣言的存在,那么我们却未能对这个现象的来龙去脉划定一个一致公认的精确定义。

如何解释研究此题目的著作寥若晨星呢?第一条理由就是这项任务难乎其难。研究报纸、无线电广播或电视轻而易举,因为它们的资料都保存着。人人都能去查阅杂志或报纸的合订本。同样,录音机和录像机也使人们可以重听或重看过去的节目。而研究谣言却完全不同。除了少数例外,研究者在获悉谣言的存在时总是太晚:谣言要么已经过去,要么已进入最后阶段。于是研究者只能通过采访去追寻残存在人们记忆中的谣言,而记忆容易遗漏、容易理性化和失真。这样进行工作,研究者实际上研究的并不是谣言,而是谣言留在人们头脑中的记忆。然而记忆是很难供人观察的。

第二个理由就是人们更侧重于对谣言的道德分析,而忽略对谣言结构的分析。

一个令人尴尬的信息

首先对谣言进行系统研究的是美国人。在第二次世界大战期间沸沸扬扬的各种谣言及其对部队和人民士气产生的消极影响,使很多研究小组对这个题目产生了兴趣。

他们是如何给谣言下定义的呢?这个领域的两位奠基人奥尔波特和波斯曼[参考书目5]认为,谣言是一个“与当时事件相关联的命题,是为了使人相信,一般以口传媒介的方式在人们之间流传,但是却缺乏具体的资料以证实其确切性”。而纳普[参考书目85]则认为,谣言是一种“旨在使人相信的宣言,它与当前时事有关,在未经官方证实的情况下广泛流传”。彼得森和吉斯特[参考书目115]对谣言所

下的定义是,谣言是一种“在人们之间私下流传的,对公众感兴趣的事物、事件或问题的未经证实的阐述或诠释”。

这三种定义十分接近。这三种定义首先都确认,谣言是一种信息:它赋予与现实有关的某人或某事一些新的因素。在这一点上,谣言与传说不同,传说只与过去的某桩事实有关。其次,三种定义都认为,谣言是为了使人相信。人们一般不会仅仅出于使人高兴或使人产生梦想便去传播谣言的,在这一点上,谣言与滑稽故事或童话泾渭分明。谣言竭力使人信服。

在对谣言下了定义之后,作者们便举出一系列的例子和试验。令人惊异的是,他们举出的所有的例子都是涉及“虚假的”谣言:公众曾一度相信的那些谣言其实毫无根据。然而有根有据的谣言并不罕见,如有关里根、勃列日涅夫、安德罗波夫,以及我们前面曾经提到过的乔治·蓬皮杜等人生病的传闻。每次货币贬值之前,总有谣言先导。在企业内部,谣言透露人员的解雇或调动。在政界,谣言总是比部长们的去职先行一步。另一个例子,1985年,在得到官方证实的几个星期之前,谣言就流传开来,宣告了法国工业的一大成就:美国人希望使用法国汤姆森无线电报总公司制造的陆军流动通讯网系统来装备其地面部队。果然,这一陆军流动通讯网系统在与英国的竞争中采用了。

这些研究人员所举的例子都是有倾向性的。他们只是就那些毫无根据的谣言进行发挥,他们对谣言所下的定义,没有参考谣言所传达的信息中的任何真实性成分。他们没有一处说到谣言是一种“虚假的信息”,而只是提及谣言是一种“未经证实的”信息。他们闭口不谈后来谣言核实的结果。

于是,尽管意识到谣言并不绝对是虚假的,似乎也必须竭尽全力

去阻止这种表达方式。因此，奥尔波特和波斯曼实际上只是介绍了“虚假的”谣言的情况。更有甚者，在读者对谣言的危险性不甚了了的情况下，他们展示了谣言不可避免地走向错误的过程。他们的试验遐迩闻名：一个人在观看一张街景照片数秒钟之后，将他所见转述给第二个人，第二个人再将他所听到的转述给第三个人，如此类推。到了第六或第七个人获悉这一信息时，与开头的照片内容已相去甚远。

奥尔波特和波斯曼的试验企图证明，谣言只能走向错误：在流传过程中，无论从其本义还是转义上来说，谣言都离真实越来越远，反映的是对现实的一种歪曲。于是求证完毕。下面我们将会看到，这个模拟试验与谣言在日常生活中的运行并非完全吻合。有时，消息在流传过程中，每个人都小心翼翼地准确传递。

这些美国研究者在战争情报处供职，除了其他职责外，担负着控制谣言的消长起伏的任务，因此他们特别注重于使这种交流方式信誉扫地。既然谣言的概念是中性的，那么就on必须仔细选择合适的例子来证明它的虚假性。然而这样的做法，存在着一个矛盾：既然谣言都是“虚假”的，又何必去担心它呢？根据经验，老百姓应该早就学会不信谣言了。

事实上，谣言之所以令人尴尬，就是因为它可能是真实的。在战争中，敌人和他们的耳报神——第五纵队——能够从谣言中获取某些隐匿的实情。这证明了谣言并非总是无稽之谈。

为了避免机密情报泄露，战争情报处到处张贴广告，告诫人们，要做一个好公民的话，就不要去传谣（“嘘，隔墙有耳”）。遗憾的是，所有这些劝告都忽略了一个主要问题：如何教会公众识别谣言？于是我们实际上又回到如何给谣言下定义的问题上来了。上面所列举

的三个定义在这一点上完全无法帮助公众：“一个未经证实的消息”是什么意思？在日常生活中，我们很少去证实一下我们从他人处得到的信息。耶稣基督本人不也粗暴地对待圣托马斯吗？后者要等亲眼目睹之后才肯相信，耶稣基督说：“那没有看见就相信的人有福了。”社会生活建立在信任和委托他人去核实的基础上。当我们在传播一条在报纸上读到的新闻时，我们也是假定它已经被证实是真的，虽然我们并没有任何证据可以证明这一点。

显然，证实的概念与假定进行证实的人是不可分的。如果我们对这个人心存疑虑，那么我们就对彼此人证实了的消息产生怀疑。正是出于这个原因，很大一部分美国人对沃伦报告疑窦丛生。他们认为报告中的论断根本没有经过证实：他们不相信这是一个人的孤立行动。正如人们所指出的那样，证实的标准中包含着很大的主观性。

最后，将谣言定义为正在流传而未经“证实”的消息，公众将更难以辨认谣言，尤其是谣言的出现往往伴随着最为理想的证明，即直接的证明：“我有一个朋友亲眼看见从爱丽舍宫驶出一辆救护车。”谣言总是通过朋友、同事或亲戚传到我们身边的，而且他们往往并非他们所叙述事件的直接见证人，他们的朋友才是目击者。还有什么比目击者更为可靠的呢？还要等什么更好的证明呢？这个目击者具有一个自发且无私的记者身份：他之所以讲述他的所见所闻，仅仅是出于和朋友们进行交流这样一个利他主义的愿望而已。

因此，所有以“未经证实”来作谣言的定义时，逻辑上总是说不通的。而且无法将其与众多其他通过口传媒介或大众传播媒介流传的消息区分开来。假如我们回到战争情报处提出的具体问题上来的话，那么怎样才能制止谣言呢？总不能禁止美国人民相互交流吧，尤

其是在战争年代,人们惶恐之极,更需要相互交谈,以求减轻焦虑之情。纳普提出的旨在制止谣言大量流传的五条“建议”颇为有趣。它们无意中揭示了为什么在任何时代,谣言总是使人尴尬的。它们是:

第一,应使公众对所有官方传播媒介(报纸、电台、电视)无保留地信任,使之勿需另求信息。

第二,必须使公众绝对信仰他们的诸位领袖,并相信政府在尽最大努力解决战争和危机带来的问题。必须竭尽一切努力避免不信任与怀疑,这种不信任与怀疑会形成培植谣言的土壤。

第三,当某个事件发生之后,最重要的是尽快播发尽可能多的信息。谣言总是从公众对事件自发地提出问题而未曾找到答案中产生的。谣言满足了人们理解扑朔迷离的事件的需要。

第四,播发消息并不能保证信息被接受。因此最好能确保所有的人都接到这些消息。必须消除一切未知(一无所知)的空白点。比如,纳普就曾以英国军队的一项创举为例:组织“教育会议”,会上,士兵们可以提出任何问题并且得到最清晰的回答。

第五,既然百无聊赖会渴望获悉哪怕最微小的传闻,以消除生活之单调,那么通过工作和业余生活的安排,使人们避免太过空闲就非常重要了。

在第二次世界大战的背景下,要求全民族共同努力,纳普的这些建议似乎是合法的,可以实行的。然而在和平时重读这些建议时,就好像是在描写一个极权国家。第一条建议反映了对非官方传播媒介的疑虑:倘若人们到别处获取信息,他们就有可能得到有关事实的另一种说法,这种说法与官方传播媒介播发的说法可能不相吻合。第二条规则是对领袖们的赞歌:公众必须对国家、城市、企业、工会、政党的领导人保持绝对的信任。第三条和第四条都是为了保证人民

能接受官方的说法,排除一切信息的空白点。如果不知道官方的消息,这个空白点就会产生自己的事实。最后一条规则是建议妥善安排人民的时间:必须消灭空闲时间和无所事事。

因此,在谣言的定义中,强调谣言是“未经证实”的消息,属于人们对谣言的怀疑最为激烈的历史阶段。这类定义显然不能使人满意,因为就像我们已经提到过的那样,“未经证实”标准带有主观性,它们无法区分一个通过口传媒介而获悉的谣言和一则从晨报中读到的消息。我们委托别人去核实,但我们却无法得到确切的证据来证明所获信息已经证实。因为谣言的出现总是源于一个直接目击者的叙述,它和任何其他传播媒介所传递的信息一样,从表面上看已经得到了证实。

事实上,以“未经证实的”,尤其是“虚假的”信息为标准来定义谣言,是意识形态上的定义,反映了反对谣言的偏见以及劝人为善的意愿。纳普的规则在和平时期似乎确实具有讽刺意味。它们的功勋在于明确地指出了偏见的根源。谣言并不妨碍人,因为谣言是“虚假的”:如果真是这样,那么任何人都不会把谣言放在心上。然而,谣言之所以有人相信,正因为谣言经常最终被发现是“真实的”,如泄密和政治内情的曝光。谣言之所以令人不舒服,是因为权力无法控制这种信息。针对官方说法,别的说法也接踵而至:双方各有各的真实。

集体议论

那么,是不是所有口传媒介的消息都是谣言呢?要是那样的话,则在社会上公布的所有新闻均可被冠以谣言的称号,甚至连向全市通报当天早晨总理在巡视市政府时发表的谈话也将无法幸免。因而,当我们想把这种传播定性为谣言时,我们却颇感迟疑。显然,如

果某人询问一组人：“什么是谣言？”得到的答复决不会是官方消息或总理演说之类。因此，谣言的定义应该排除通过口传媒介的方式合法地传播官方消息的现象。

最著名的对谣言的定义应归功于美国社会学家特·希布塔尼。他的充满了活力的定义是：谣言是在一群人议论过程中产生的即兴新闻。他认为，谣言总是起源于一桩重要而扑朔迷离的事件。举例说明：夜间，几十辆坦克穿过了一个突尼斯小镇。在这个新闻受到严格管制的国家，人们就产生了疑问：发生了什么事？谣言便出现了，它是“一群人智慧的汇总，以求对事件找出一个满意的答案”〔参考书目 137〕。因此，谣言既是一种信息的扩散过程，同时又是一种解释和评论的过程。希布塔尼设想谣言是一种集体行动，目的是为了给无法解释的事件寻求一种答案：“坦克的出现是否意味着卡扎非又重返突尼斯了？是不是因为物价上涨引起了暴乱？也许仅仅是一次演习？是不是布尔吉巴^①死了？”在相互传播事件并加以评论时，这一群人逐步得到了一个或两个解释。谣言内容的演变并非源于记忆的失真，而是源于谣言在整个传播过程中的演变和添油加醋的评论。

我们可以将希布塔尼的论点用一个简单的公式概括出来：

谣言 = (事件的)重要性 × (事件的)含糊不清

这是一个乘法关系：假如重要性等于零，或者事件本身并非含糊不清，谣言就不会产生。将人们动员起来的力量根本不存在。比如，人们总以为在市场上买东西最易传播谣言：这是一个错误观念。事实上，大多数人都很少关心他们的牙膏或酸奶酪，大多数产品都很少

^① 布尔吉巴(Habib Bourhuiba, 1903—2000),突尼斯共和国第一任总统。——译者注

同麻烦有牵涉。而且,这些产品并无任何含糊不清之处,它们一目了然。

在消费领域需要大做广告并非偶然。产品无甚重要性,公众不想去议论它。口传媒介的动力不存在。意味深长的是,谣言在涉及一些大众化产品时,正好赋予这些产品以重要性和神秘性。比如:“在骆驼牌香烟中含有鸦片”;“在万宝路牌香烟的烟盒上,可以看见三个红色的字母 K^①,不必惊讶,因为万宝路公司资助三 K 党”;以及某种遐迩闻名的奶酪含有致癌物质等。

一般来说,所有神秘的符号都为谣言提供了一个理想的跳板:它们都是含含糊糊的,因此使人产生疑问。例如,哪个法国人不曾注意到某天在他的家门口附近,有一些用铅笔或粉笔画的几何符号?此后,一份解释这些符号的传单便流传开来。这些符号据称是“供流浪汉和撬门行窃的盗贼辨认的记号”(我们可以注意到这是一种大杂烩)。比如一个圆形意味着“坚持无益”,一个三角形表示“单身女子”。至于字母 N. D. DM 则是暗示上门行窃的最佳时间。这份简简单单打在白纸上的传单,是从上塞纳省警署一个科里传播出来的。它在企业和行政部门不胫而走。

可见,在任何一个地区,当人们希望了解某事而得不到官方答复时,谣言便会甚嚣尘上。这是信息的黑市。

如上所述,希布塔尼对谣言的定义也是一种有关谣言的产生和发展过程的理论。它说的是那些从某个事件一发生便流传开来的谣言。这里我们碰到的是一个过于特殊的定义。并非所有的谣言都是

① 三个字母 KKK 是美国臭名昭著的反黑人和其他有色人种的种族主义集团三 K 党的标志。三 K 党的英文名字即 Ku-Klux-Klan。——译者注