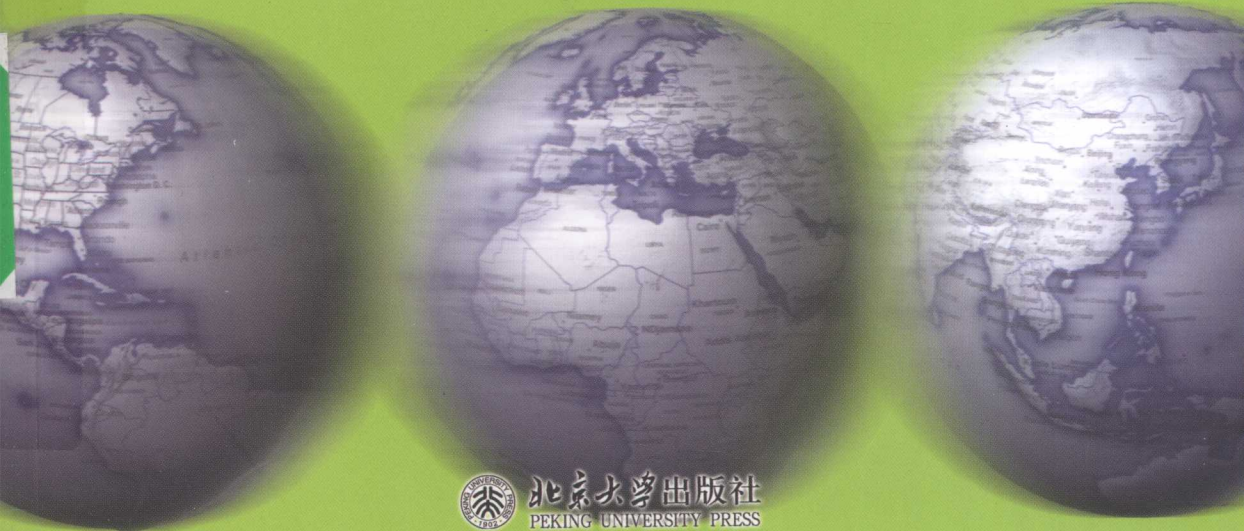


# 舆论学概论

Public Opinion Studies: An Introduction

许静 著

Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction  
Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction  
Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction  
Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction  
Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction  
Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction  
Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction  
Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction  
Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction  
Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction  
Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction  
Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction  
Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction  
Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction  
Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction Public Opinion Studies: An Introduction



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

21 世纪新闻与传播学系列教材

# 舆论学概论

Public Opinion Studies: An Introduction

许静 著



北京大学出版社  
PEKING UNIVERSITY PRESS

# 目 录

<b>第一章 认识舆论</b> .....	(1)
第一节 民意与舆论 .....	(1)
第二节 对公众概念的界定 .....	(2)
第三节 对舆论概念的界定 .....	(5)
第四节 舆论的形态特征 .....	(12)
第五节 舆论研究的重要性 .....	(15)
小结 .....	(16)
思考讨论题 .....	(17)
<b>第二章 舆论形态的历史演变</b> .....	(18)
第一节 中国古代的舆论表现形式 .....	(18)
第二节 西方古代早期的舆论表现形式 .....	(20)
第三节 中世纪西欧的舆论表现形式 .....	(21)
第四节 近代以来的新闻传播与公众舆论 .....	(23)
小结 .....	(28)
思考讨论题 .....	(28)
<b>第三章 舆论概念的历史发展</b> .....	(30)
第一节 古典主义舆论观 .....	(30)
第二节 早期的现代主义 .....	(32)
第三节 早期的宪政民主理论 .....	(36)
第四节 舆论概念的美国来源 .....	(41)
小结 .....	(45)
思考讨论题 .....	(46)
<b>第四章 舆论测量方法</b> .....	(47)
第一节 民意调查 .....	(47)
第二节 焦点小组讨论 .....	(60)

第三节	控制实验 .....	(65)
第四节	内容分析 .....	(68)
小结	.....	(71)
思考讨论题	.....	(72)
<b>第五章</b>	<b>态度与意见表达</b> .....	(73)
第一节	意见与态度 .....	(73)
第二节	态度与信念 .....	(75)
第三节	态度与情感 .....	(77)
第四节	态度的测量 .....	(79)
第五节	态度与行为 .....	(80)
第六节	刻板印象与偏见 .....	(85)
小结	.....	(92)
思考讨论题	.....	(93)
<b>第六章</b>	<b>舆论的个体性影响过程</b> .....	(94)
第一节	知觉-判断论 .....	(94)
第二节	动机-功能论 .....	(99)
第三节	行为主义条件论 .....	(107)
第四节	认知反应论 .....	(110)
第五节	一致论 .....	(118)
小结	.....	(126)
思考讨论题	.....	(126)
<b>第七章</b>	<b>舆论的群体性影响过程</b> .....	(127)
第一节	群体及其分类 .....	(127)
第二节	群体规范 .....	(130)
第三节	群体对个人的影响 .....	(135)
第四节	群体决策 .....	(143)
小结	.....	(152)
思考讨论题	.....	(152)
<b>第八章</b>	<b>舆论的社会性影响过程</b> .....	(153)
第一节	社会化 .....	(153)

第二节	社会表征 .....	(156)
第三节	社会分层 .....	(161)
第四节	集群行为与社会运动 .....	(167)
小结	.....	(177)
思考讨论题	.....	(177)
<b>第九章</b>	<b>谣言与舆论</b> .....	(178)
第一节	谣言的定义与特点:虚假还是未经证实 .....	(179)
第二节	谣言的分类:动机还是效果 .....	(182)
第三节	谣言的产生:条件和起源 .....	(186)
第四节	谣言的传播 .....	(189)
第五节	谣言的终结 .....	(192)
小结	.....	(194)
思考讨论题	.....	(194)
<b>第十章</b>	<b>现代传媒对舆论的影响</b> .....	(195)
第一节	媒介技术的社会化发展 .....	(195)
第二节	媒介中介论 .....	(199)
第三节	媒介效果研究的发展 .....	(206)
第四节	议程设置论 .....	(209)
第五节	沉默的螺旋 .....	(214)
第六节	媒介建构论 .....	(218)
小结	.....	(225)
思考讨论题	.....	(225)
<b>第十一章</b>	<b>舆论监督</b> .....	(226)
第一节	对舆论监督的界定 .....	(226)
第二节	舆论监督的历史发展 .....	(229)
第三节	我国的监督体系 .....	(233)
第四节	舆论监督的法治环境 .....	(241)
第五节	舆论监督与媒介自律 .....	(256)
小结	.....	(259)
思考讨论题	.....	(259)

附录 个案研究 ..... (260)

参考文献 ..... (291)

后记 ..... (296)

## 第一章 认识舆论

### 第一节 民意与舆论

在本书中,和“舆论”一词相对应的英文词是 public opinion。这个词有时也被译为“公众舆论”,比如美国专栏作家李普曼的 *Public Opinion* 一书,最初被翻译成《舆论学》,后来又被翻译成《公众舆论》。<sup>①</sup> 在中文中,舆论就是“舆人之论”的简称,一般指老百姓的言论。这和 public opinion 所指称的“民意”(general will)基础没有什么太大的差别。但是在现代社会,public opinion 已经超出了一般的民意表达,而有其特定的发生机制,并可能成为强大的社会或政治力量,因此首先需要对这两个概念进行比较分析。

汉语中的“舆”,本指车厢,转义为车。《周礼·考工记·舆人》中说,“舆人为车”,即舆人是为造车匠,又指与车有关的各色人等。后来,舆人又指驾车的人,称“舆丁”或“差夫”,是差役中的一种,人数众多。所谓“舆者,众也”。春秋末期,人分十等,舆人为第六等。《左传·昭公七年》中说:“人有十等,……皂臣舆,舆臣隶,……”杨伯峻注引俞正燮的《癸巳类稿·仆臣台义》:“舆则众也,谓卫士无爵又无员额者。”舆人因此取得与坐车官吏相对应的一般百姓的广泛含义。“众”字本身就带有等级地位的色彩。商周时期一般将农业生产者称为众,后演化成与官对应的概念。我国学者徐向红指出,中文里关于舆论表示群众言论这一说法,至少在周朝就大量出现了。先秦典籍中的舆论,主要有“庶人之议”、“国人之议”和“舆人之议”三种提法。此外还有管子提出的“市人之言”和“喷室之议”以及庄子的“丘里之言”等。<sup>②</sup>《三国志·钟繇华歆王朗传》中写道:“朗上疏曰:……今六军戒严,臣恐舆人未畅圣旨……设其傲狠,殊无人志,惧彼舆论之未畅者,并怀伊邑。”《后汉书·杨震传》中有杨震上疏,请求“全腾之命,

<sup>①</sup> 参见[美]李普曼:《舆论学》(林珊译),华夏出版社1989年版;[美]李普曼:《公众舆论》(阎克文、江红译),上海人民出版社1997年版。

<sup>②</sup> 徐向红:《现代舆论学》,中国国际广播出版社1991年版,第1—5页。

以诱刍尧輿人之言”。《旧唐书·本纪第十八》中有宣宗“有时微行人间,采听舆论,以观选士之得失”。《苏轼集》中《与杨元素八首》亦曰:“更望倍加保蓄,侧听严召,以慰舆论。”《宋史·列传第二百二十·方技上》中有:“舆论不能夺,遂从其议。”《明史·本纪第十八·世宗二》中有曰:“顾迭议大礼,舆论沸腾,幸臣假托,寻兴大狱。”“尚书吕震、大理卿虞谦希旨劾奏,观复令十四道御史论其诬妄,以是为舆论所鄙。”诸如此类,不胜枚举。

由此可见,“舆论”一词古已有之,舆论的主体在身份、地位、阶层和范围等方面有所不同,但都不具有和“官”等同的地位,因此也都不是现代意义上的公众,即具有平等身份和个人权利的公民集体。尽管中国古代很早就提出重视民意的思想,但对舆论的理解和把握基本停留在“治民术”的层次。直到戊戌变法时期,以康有为、梁启超为代表的资产阶级改良派兴起了一股改良的舆论浪潮。梁启超明确提出:“立宪政治者,质言之则舆论政治而已。”<sup>①</sup>这是对当代民主论中公众舆论含义与作用的准确把握。

## 第二节 对公众概念的界定

舆论研究的重点在于公民对公共事务的态度的形成、传播与测量,因此我们可以先行考察舆论概念中的复数主体即“众”或“公众”这一概念。理解 public opinion 所代表的舆论,首先需要把舆论的主体即公众,同其他表示群体的一般概念区分开来。20世纪初,法国社会心理学家塔尔德(Tarde)曾特别撰文,强调公众与群众(或曰集群)的差别。他认为,群众的概念古已有之,而现代意义上的公众要等到19世纪才能够产生。所谓剧院里的公众和集会中的公众其实都是集群(crowd),是各色人等的临时聚合。与此相反,印刷术的发明产生了另一种迥然不同的公众。公众既是群众的外延,也是其对立面。他们是“纯粹精神上的集体,由分散的个体组成,他们没有身体上的接触,他们的组合完全是精神关系上的组合”。“他们之间的纽带在于同步的信念或热情,在于和许多人共享同样的思想或意愿。”<sup>②</sup>他认为,印刷术的发明,现代报纸的产生,促进了大规模公众的形成。公众和群众在取向和风格上表现出不同的特征,是因为他们的构成成分不同。公众的内聚力来自于精神的沟通和平等的交流,他们最重要的特

① 梁启超:《国风报叙例》,《饮冰室合集·文集》第九册第二十五卷(上),第19页。

② [法]塔尔德著、[美]克拉克编:《传播与社会影响》(何道宽译),中国人民大学出版社2005年版,第214—226页。



征就是他们造就的舆论。他认为：“舆论与现代公众的关系好比是灵魂对身体的关系。”更准确地说，舆论是一种评论，是短暂的、或多或少合乎逻辑的成串判断。换句话说，对当前的问题作出回应，在同一时期里被同一个国家、同一个社会里的人多次重复的判断，就叫舆论。但是，要使这些“成串的判断”成为真正的舆论，公众还必须形成一个分享某些基本信念的意识。塔尔德认为，由于报纸等大众媒介既在公众中扩散信念，又在公众成员中产生某些信念的意识，所以大众传播就值得重视。

塔尔德所界定的“公众”，在很大程度上是伴随着印刷术而出现的阅读公众（reading public）。随着广播、电视等大众媒介的产生，出现了大众受众（mass audience），因此对公众舆论（public opinion）的研究扩展到大众舆论（mass opinion），并且更多强调大众媒介影响下的舆论表达和舆论作用。今天，以互联网为代表的新媒介技术的发展，正在创造出一种新的媒介环境，新媒介环境下的“网友”、“网民”、“用户群”或者其他新的社会传播主体，必然有不同于以往的新的舆论表达和社会参与行为，非常值得研究。

社会科学中关于“众”的概念有很多。“众”，可以是社会学家库利所说的以家庭和儿童伙伴关系为代表的初级群体（primary group），也可以是法国心理学家勒庞所揭示的无组织的乌合之众（crowd），但舆论学研究更关心那些以某种公共事务为共同话题、参与社会讨论过程的公众（the public）。众的组成可大可小，可强可弱，可以是正式的也可以是非正式的。舆论学认为，社会上之所以存在大量不同的公众，原因在于，不是所有人、在任何时候，都关心同样的问题。

一般可以区分出三类公众：单一话题公众、组织公众和意识形态公众。

**单一话题公众：**由关心某一特定问题的人临时聚合而成，通过种种方式引发社会对特定问题的关注，甚至影响社会决策。近年来由于大众媒体特别是互联网等新媒体的发展，在信息广泛迅速地传播的同时，在特定时期围绕特定话题而发生的公众表达越来越多。从“芙蓉姐姐”到“踩猫”事件，再到“范跑跑”现象，围绕单一话题而形成的公众，不仅拓展了公共表达空间，增强了社会交流，而且会形成强大的社会压力。比如2007年6月的“黑砖窑”事件，最初主要是一些寻找孩子的家长群体借助于媒体发布消息，随后引起社会普遍关注，成为公共话题，并形成强大的社会舆论，从而最终导致了政府的相关行动。

话题公众能在短时间内聚合并形成强大的压力，会迫使事物向某一方向发展，可能促进社会的进步，但也可能因为他们的意见受到重视而使其他问题被忽视或受到负面影响。例如，在2006年圆明园铺设防渗膜一事上，媒体的强势报道使社会舆论一边倒，而主张铺设防渗膜的专业派则认为，打着环保旗号，实际

不懂专业的反对意见占据上风,结果是干扰了公众意识和政策,影响了专业工作的正常进行。

**组织公众:**往往因为共同的利益和目标而组织起来,如某小区的业主维权委员会、某类消费者群体、某行业协会和一些非政府组织等。其成员不像话题公众那样广泛和分散,而是有较强的统一领导,意见表达具有组织性和长期性,并常常以组织行动追求舆论效果。2007年厦门市民反对PX的运动,从最初的业主维权,到全国政协105位委员的联合提案,再到全体市民参与的和平散步,表现出高度的组织性和行动策略,最终促使政府将高达百亿元预算的污染化工项目停建搬迁。

**意识形态公众:**在一些国家的政治中很常见,如反犹主义、反移民主义、宗教原教旨主义,以及其他突出强调意识形态的民间组织。他们突出强调意识形态的共同性,并充分利用现代媒介加强彼此的意识形态认同和人际联系,形成一定的组织,其成员构成最为稳定。他们对一些公众话题的反应常常取决于其意识形态特征。当问题与他们的意识形态明显相关时,这些人将依其意识形态做出反应。

传统的媒体研究突出强调的是“媒介受众”的“接受”特征,借助于媒介,受众开阔了眼界,增强了内心世界与外部的联系。但是以互联网为代表的新媒体却极大地增强了人们的媒介使用能力。从“粉丝团”、“爱车族”到各种各样的“赛博社区”,“志同道合”的人们可以建立自己的QQ群,开设自己的论坛和网站,通过对现代媒介的有效利用而形成新的公众群体。这些群体可能并没有很强的政治或意识形态诉求,但却体现了新媒体环境下一种新的群体组织方式,并可能在特定时期形成一定的公共舆论。

这三类公众并未涵盖全部,因为一个人可能属于不同群体,其成员身份也可能随时发生变化。总之,因为问题和形势不断变化,公众的构成也在变化。

以往的研究常常把舆论置于民主政治的理论框架之下,其主要内容是公众舆论,或曰政治舆论。当代德国哲学家哈贝马斯就曾详细探讨了西方近现代史上公众舆论概念的形成过程。但实际上,现实生活中有各种身份群体和各种各样的意见表达。关注现实生活中各具形态的意见表达和意见流动,以理解和把握现实,是我们从传播学角度进行舆论研究的主旨。在本书中,我们更多地使用“舆论”而非“公众舆论”这一概念,因此研究的对象和范围也就相应地扩大了。

### 第三节 对舆论概念的界定

使“舆论”一词广为流传的,是法国大革命前夕国王路易十六的财政大臣内克尔(J. Necker)。但迄今为止,还没有一个被普遍接受的关于“舆论”的定义。尽管有许多分歧,但学者们普遍赞同,舆论是针对某些涉及公共利益的话题的个人意见的集合,这些意见会对个人行为、群体行为甚至国家政策产生影响。

因为舆论在不同的领域内都发挥作用,所以对舆论的讨论也涉及不同的学者,包括政治学家、社会学家、社会心理学家、历史学家。一些热衷于舆论操纵的政客和公关专家也为舆论学的发展做出贡献。不同的学者从各自的需要出发来界定舆论概念,较为常见的是从以下五个方面进行基本定义,当然这五个方面仍有交叉之处。

#### 一、舆论是个人意见的汇聚

很多学者、记者、决策者和一般人都认为,公众舆论就是个人意见的简单相加。《不列颠百科全书》对舆论的简单定义是:“舆论是社会中相当数量的人对于一个特定话题所表达的个人观点、态度和信念的集合体。”<sup>①</sup>这是对舆论最常见的定义,它使得民意调查具有合法性。

问卷调查方法现在已经日常化了,任何受过训练的人只要有样本和计算机,就可以进行民意调查。一般认为,通过科学抽样和调查访谈,我们可以得到全体人民的意见。民意测验可以用来了解人们对不同政策的感受,但更多用于了解对社会生活的一般态度。调查方法便利了学者进行更复杂的统计分析,比如人们对某项社会改革的支持和他们各自的职业背景、阶层地位、性别、收入以及受教育程度之间有什么关系?研究表明,通过了解个人的社会经济地位、居住地、宗教或种族背景,可以预测其投票行为。

但民意调查表明,只有少量人会公共事务认真关心,因此有学者要区分普通民众(*general public*)、关注型公众(*attentive public*)(至少了解一些重要问题)和知晓型公众(*informed public*)(参与讨论)。人们一般最关心对他们有直接影响的事务,因此,简单地增加公共事务的信息量并不一定能提高公众的知晓程度。

<sup>①</sup> 美国不列颠百科全书公司编著、中国大百科全书出版社不列颠百科全书编辑部编译:《不列颠百科全书(国际中文版)》第14卷,中国大百科全书出版社2002年版,第2—6页。

最为重要的是,对任何问题进行调查都能使我们看到赞成、反对或弃权等不同比例的意见,也就是说,民意调查常常反映出意见的分歧而不是意见的一致性。但习惯上我们会运用多数决定的原则,而忽视了少数人有权利要求他们的意见得到尊重。

### 二、公众舆论是以多数人观点为基础的集体意见

18世纪德国诗人维兰德曾有诗曰:“不知不觉,一种意见就占据了绝大多数人的头脑。”国内学者刘建明最早提出:“舆论,是显示社会整体知觉和集合意识、具有权威性的多数人共同意见。”<sup>①</sup>这一定义得到国内许多学者的支持。这就是说,多数人的价值观和信念是公众舆论的真实基础,或者说,最终能够影响决策的公众舆论,是绝大多数公民的所思所想。这一说法并没有对多数人的意见是对是错作出判断,而只是简单地报告说,人们确实会关注朋友、同事和邻居的意见,并且倾向于和多数意见保持一致。早在一百多年前,法国学者托克维尔(Tocqueville)就观察到:“在美国,多数拥有向个人提供大量的现成见解和减轻个人构思已见的负担的义务。”“公众不是用说服的办法,而是以全体精神大力压服个人智力的办法,将公众的意见强加于和渗入于人们的头脑的。”<sup>②</sup>

关于这一定义仍有可思考的余地。一是所谓“多数”,究竟是个人的所感知的相对多数,还是借助于民意测验得知的绝对多数?二是“多数”意见是否具有天然的合理合法性?

在系统的民意测量技术推行以前,就有人认识到,舆论超出个人意见的总和,而具有更强的力量。一些学者假定了群体思维和群体心理的存在,而对一些集体行为的观察也证明,某种心理存在能迅速抓住许多人,并导致他们采取在其他场合不可能采取的行动。德国女学者伊丽莎白·内勒-诺依曼(Elisabeth Nolle-Neumann)则更明确地提出,所谓公众舆论,就是“对有争议的问题,在没有孤立危险的前提下可以公开表明意见”或者“为使自己不陷于孤立而必须公开表明意见”。前者主要围绕时事性问题,而后者则侧重于社会传统、道德和行为规范。<sup>③</sup> 她认为,人们总是会观察意见环境,了解在特定问题上多数人的意见,然后选择表达或者保持沉默。她在“沉默的螺旋”理论中提出,当人们认识到他们的意见是少数时就会保持沉默,这样少数意见实际上就更不具有扩散

① 刘建明:《基础舆论学》,中国人民大学出版社1988年版,第11页。

② [法]托克维尔:《论美国的民主》下卷(董果良译),商务印书馆1993年版,第527页。

③ 转引自许静:《传播学概论》,清华大学出版社2007年版,第211页。

性。诺伊曼以洛克和卢梭的理论为基础,并借用了社会心理学领域大量关于一致性的实验证明。

在网络论坛中,我们常常能很清楚地看到,当一个话题引起关注,逐渐成为公共话题时,开始也许有不同争议,但渐渐地,就会出现优势意见占上风的“沉默的螺旋”现象,但是这种优势意见究竟是代表还是实际上对立于“沉默”的多数呢?或者更进一步说,即使假设一种在网络论坛中占有优势的意见即代表网民的多数意见,但如果以国家的总人口为基数,那么网民数并非全体国民中的多数,网民的年龄、受教育程度等人口特征也并不等同于全体国民的人口特征,那么是否以及如何证明网络的某种意见一定是代表多数的公众舆论呢?

总而言之,这一定义的重点在于,强调舆论不等于个人意见的简单相加。正如库利所认为的,舆论不是分散的个人判断的汇聚,而是经由传播和相互影响所组织和协调的产物。因此舆论研究的重点,就转向个人意见形成的多重场合以及在不同场合下不同人的意见之间的相互关系。

### 三、公众舆论是媒介和精英的意见

根据1982年出版的英国斯库鲁顿《政治思想词典》(*A Dictionary of Political Thought*)中的定义:“公众舆论不是多数人的意见,而是在公共领域里活跃的意见。”<sup>①</sup>比如在历史上的某些时候,英国在犯罪和惩罚的问题上,舆论是自由主义的,而国民中多数人的意见实际上却是非自由主义倾向的。在法国历史上也曾出现,舆论是革命的而多数人的意见却是反对革命的。这一定义的重点,在于突出强调了舆论过程中精英和媒介的重要性。

舆论究竟是公民意见的反映还是媒体、政客、调查者以及其他精英思想的简单投射?那种认为公众舆论是社会领袖所创造的观点虽然有点犬儒主义式的愤世嫉俗,但却有许多赞同者。其中最著名的就是李普曼(W. Lippmann)。他是一位著名的记者、专栏作家和政治哲学家,从一战到越战前期都做过军方、国会及总统的顾问。在《公众舆论》一书中,李普曼提出,通过精心安排,总能够制造出同意。“在一种共同意志的形成过程中,总会有一位亚历山大·汉密尔顿在发挥作用。”<sup>②</sup>他认为普通人不可能对国家的一切事务都消息灵通,因此也就很难靠他们产生对所有公共事务的明智的意见。结果,公众舆论就成为一个最好的象征性的概念,被演讲者运用来产生他们自己的论点并相互斗争。李普曼并

① Roger Scruton, *A Dictionary of Political Thought* (Macmillan Press Ltd., 1982).

② [美]李普曼:《公众舆论》,第176页。

不认为人们愚蠢或需要仁慈的独裁者来引导,但他确实认为人们没有时间和精力,以高度的民主理论所要求的方式来关注政治事务。因此李普曼认为,政府应当听专家建议而不是普通公民的意见。李普曼对大众民主如此清醒,因此和苏格拉底以来许多保守的思想家一样,他也倾向于以“精英”管理作为治理公众无知的良方。

精英论是最古老的政治舆论观。社会成员在纵向上被区分为领袖和追随者,在横向上则按种族、经济地位、人口特征等区分为不同的社会群体。统治阶级则由不同群体的上层组成。政治舆论存在于各群体的金字塔关系的上层,低级成员服从统治阶级的决定。这样一来,公众舆论就被看成是一种组织或一系列关系,那么问题在于这些关系的性质是什么,它们如何形成,如何持续,又为什么解除。最经常被考察的关系是领袖和追随者,即政治影响者和大众的关系。有许多学者分析了政治家如何操纵概念和符号,以在群众中形成共同意愿。公共专家和宣传家司空见惯地收集“影响者名单”,并假定这些“影响者”会将思想传给更广泛的公众。一些公关专家把他们的工作称为“结晶化公众舆论”,也就是说,把个人意见转变成能发挥影响的集体意见。关心民主政治发展的人也认为,舆论是一种有用的组织形式。在一些发展中地区,传统上人与人之间缺乏相互联系,不能建设性互动,在政府和民众之间则缺乏舆论对话机制,这种缺乏会导致政府和政策的突然和激烈的变动。如果能在政府内外建立和健全一些对话和舆论表达机制,增强对重要的国家大事的共识程度,就能减少极端行动。因此研究的重点就在于,建立一个相对稳定的机制,增强个人意见之间的联系,使舆论对个人以及政府发生影响。在当前以互联网为代表的新媒体传播中,有一种很有意思的现象,就是“草根”舆论挑战“精英”观点。无论是有关宏观经济发展的大事,还是关于地震中个人捐款的“小事”,草根们不断地质疑权威,挑战权威,争夺话语权,通过意见的公开表达展开舆论的博弈。这些现象为现代舆论研究不断提出新的课题。

现代媒介对舆论的影响非常值得研究。“议程设置”理论表明,媒介报道能在很大程度上设置“公共话题”。各种对媒介报道框架以及媒介话语的分析,也充分证明了媒介对社会舆论的建构作用。更为重要的是,现代媒介能超越地理阻隔,极大地增强了人们之间的心理联系。人们可以通过现代媒介来了解彼此的想法,充分交换意见,采取一致行动。这一点,在网络传播时代尤为明显。

还需要强调的是,我们应当把舆论同民意调查报告和报刊言论等区分开来,尽管它们之间存在必然的联系。如果没有民意调查、报刊言论等手段,舆论无法成为独立的政治力量。但如果所有的表达手段都为社会精英和特权阶层所掌

控,那么是否有舆论就很可质疑。也正因如此,陈力丹教授特别强调,“大众传播媒介或媒介的言论不等同于舆论”,“舆论不等同于意识形态”<sup>①</sup>。

#### 四、公众舆论反映群体利益冲突

如果认为公众舆论是个人意见的汇集,那么就可以确信,舆论可以通过民意调查来测量。但如果怀疑人们在民调中意见表达的真实性,担心人们在调查中说的是一回事,心里想的却是另一回事,那么民意调查就很成问题,就需要发展出其他方法来真正把握公众舆论。

一些学者认为,舆论并不是个人意见的反映,而是由利益集团所培养、固化和传播的意见。这些利益团体可以是政党、商业组织或者其他积极的组织群体。在美国的政治现实中,有组织的不同利益群体会开展院外立法游说,影响媒介记者,以及在选举中拉选票等等。因此,公众舆论就成为不同群体的公开争论。

这一定义假定,在一个多元的社会政治生活中,矛盾冲突无处不在,不同利益集团不断进行各种斗争,来确定社会问题,并提出解决办法。持这一观点的人并不关心个人的意见和态度,而是更关心这些意见如何转变成集团意见,因为利益集团的行动比个人更有力。决策者和记者们会更关心集团的意见而不是个体的意见,因此个人如果加入集体中,就能获得更多。比如一个同性恋者,在周围的人中间他可能感到孤独和沮丧,而当他借助于现代媒介加入到同性恋群体中时,他却不仅可能获得身份认同和心理满足,更可能以其群体成员的身份,加入到争取同性恋者合法权益的斗争中去。

英国牛津大学的舆论学者布卢默(Herbert Blumer)就坚持这一观点。1948年他批评民意调查是描述公众舆论的虚假工具。因为民意调查并没有告诉我们回答者是谁,他们支持哪一个利益集团。虽然民意调查有意平等对待一切回答者,认为所有的意见都同等重要,但是布卢默认为,这种理解社会的方法是非现实的,因为事实上不是所有公民的意见都被平等对待。比如在堕胎问题上,利益集团就积极进行游说、示威并对媒介施加影响,以争取舆论优势。民意调查者可以了解被访者的性别、种族、经济状况和受教育程度,但是却很难了解他们是否在社交圈中很有影响,以及他们是否是积极的公民,是否曾积极游说地方官员和记者、参与捐款等等。有些问卷调查企图涉及答卷者行为的许多方面,但是耗时耗财,非常困难。20世纪80—90年代,民意调查的回收率下降,而民意调查者则必须尽量地使回答问卷成为一种积极的被访者参与过程。

<sup>①</sup> 陈力丹:《舆论学——舆论导向研究》,中国广播电视出版社1999年版,第26—27页。

这一定义的重点,不在于对意见分布的定量测量,而在于考察群体意见的形成、公众舆论的政治功能及其操作实践。

### 五、公众舆论是一种虚构

有些学者更进一步认为,公众舆论只是一种幻象,是一种被报纸和电视滥用从而毫无意义的修辞。记者和官僚们经常谈论特定问题上的公众舆论,但又完全没有证据支持。如果人们频繁使用“公众舆论”一词,却没有任何定性或定量的证据支持,那么这个词还有什么价值吗?即使有民意调查结果支持某些重要人物的观点,那么所测量的民意是否可靠?民意调查获得的是知晓型意见吗?同样重要的是,人们会按照这个意见行动吗?

那些认为公众舆论等同于媒介和精英意见的人认为,官员与媒介建构了公众舆论以适应自身的需要,但精英们通常把他们的观点建立在某种现实基础上。但是,认为公众舆论是一种虚构的人,则根本否定舆论任何形式的存在。他们认为任何人都可以制造出公众及其舆论。比如问卷设计可以诱导出设计者想要的结果。除了用量化数据支持他们的观点外,立法者以及利益集团发言人还可以简单地用一些包容性的术语,如“作为美国人,我们相信……”或者简单地表述说“舆论认为……”一些公关专家还通过一些公关手段和音像资料,造成在某一问题上多数意见的假象。

为证明这一观点,还有学者从语言学与认知心理学角度来进一步讨论。有研究者发现,普通公民会使用 and 调查者以及决策者不同的词汇思考政治。有人质疑,普通人和精英们是否同样把一些问题看成是政治的。法国学者布迪厄(Bourdieu)认为,学者们偶尔会做出有用的调查,但他不认为这些调查必然会测量出一个叫“公共舆论”的东西。他们曾经在调查中询问:“您认为参加罢工、留长发、参加摇滚音乐节是否属于政治?”而回答的复杂多样让他们非常困惑。布厄迪还说,希望事情简单的记者们,常常把得到的已经简单化的数据进一步简化,因此到达公众时,就常常变成“50%的公民同意停建铁路”之类的话语。应当对问卷进行严格的解读,对其中的每一个问题进行认识论上的审查。此外,还要从整个问题的系统出发讨论全部答案,从而了解什么是人们所认为的他们正在回答的问题。意见表达和测量过程是多维的,这些多维性需要被评估,以使研究者理解不同问题上公众舆论的特点。因此有人强调,民意调查所收集的是“人们在特定访问条件下对某种问题表述的反应”。

既然有这么多关于公众舆论的定义,那么哪一种定义最正确呢?这个问题比较难回答。事实上,上述五种关于舆论的定义都曾被使用,而使用这些定义取



决于在什么情况下研究舆论。有人认为第一种最常见,因为以此为基础所进行的民意调查最能反映公众舆论。但实际上,记者和领导者们常常通过和利益集团的领袖谈话而获得对公众舆论更多的了解。与此同时,几乎所有的记者和决策者们都知道,舆论常常可以通过话语或写作中的修辞而被操纵。

选择哪种定义常常取决于以下一些因素:

一是研究的类型。例如,如果要考察 19 世纪末美国妇女关于选举权的意见,就需要从当时关于妇女选举权的历史资料,比如私人信件或妇女权益组织的文件中,寻找相关证据。因为这是一项历史研究,研究者不可能做民意调查,所以关于舆论的定义就不可能是“个人意见的汇聚”,而可以假定为舆论是个人与有组织的利益群体之间互动的产物。

二是研究的不同历史时期。在西方,从古希腊雅典民主时期,到封建君主专政时期,再到自由资本主义时期直至当代,人们对舆论概念的理解有很大的不同。比如,在原始社会,并不存在当代民主制下不同意见的平等讨论,而更多是一种习俗和传统所形成的心理共识。因此,研究舆论要结合一定的社会发展来考察。关于这一点,可以参考第三章。

三是特定国家特定时期存在的技术手段,影响了人们对舆论的理解。以民意测验为例,计算机技术在调查和数据分析上的便利,使美国等一些国家非常普遍地运用民意测验来测量舆论。科学的调查手段确实可以保证所获得的调查结果接近于所有个人意见的汇聚,但是技术本身并不能决定我们如何理解政治和社会现实,而只是帮助我们以更有效的方式来理解社会现实。

关于舆论定义的多样性并不意味着舆论研究没有边界,在本书中,我们力图用系统的编排和介绍使读者了解什么是舆论研究的范围。为便于把握舆论的概念,最后我们还可以参考一下《不列颠百科全书》中的简单定义:“舆论是社会中相当数量的人对于一个特定话题所表达的个人观点、态度和信念的集合体。”“几乎所有的学者和公众意见的操纵者,都同意舆论的含义至少包括四个因素:(1)必须有一个问题;(2)必须有多数个人对这个问题发表意见;(3)在这些意见中至少有某种一致性;(4)这种一致的意见会直接或间接地产生影响。”<sup>①</sup>

<sup>①</sup> 美国不列颠百科全书公司编著、中国大百科全书出版社不列颠百科全书编辑部编译:《不列颠百科全书(国际中文版)》第 14 卷,第 2 页。