



# 传播概念 Public Opinion

(中英双语)

Vincent Price / 著

邵志择 / 译



Fudan Translation Series

传播概念译丛 | 主编 黄旦

# 传播概念 · Public Opinion

---

Vincent Price / 著 邵志择 / 译



## 图书在版编目(CIP)数据

传播概念·Public Opinion/[美]普赖斯著;邵志择译. —上海:  
复旦大学出版社, 2009. 3  
ISBN 978-7-309-06325-7

I. 传… II. ①普…②邵… III. 传播学-研究 IV. G206

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第159741号

上海市版权局著作权合同登记号: 图字09-2006-812号

This edition is published by arrangement with Sage Publication Inc.

Translated by Fudan University Press from the original English language version.

All rights reserved.

## 传播概念·Public Opinion

[美]Vincent Price 著 邵志择 译

---

出版发行 复旦大学出版社 上海市国权路579号 邮编200433  
86-21-65642857(门市零售)  
86-21-65100562(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)  
fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

---

责任编辑 黄文杰

出品人 贺圣遂

---

印 刷 上海肖华印务有限公司

开 本 850×1168 1/32

印 张 8.875

字 数 177千

版 次 2009年3月第一版第一次印刷

---

书 号 ISBN 978-7-309-06325-7/G·790

定 价 25.00元

---

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

## 中文版总序

最早接触到“传播概念丛书”是1991—1992年在澳大利亚访学期间,没有全读,而是其中的一两本,当时的印象就很深刻。首先是喜其浅显,像我这等英语水平的,可以无需一手原著一手词典左顾右盼就能顺畅读完,立马觉得自己很是了得,自信心瞬间膨胀。当然,更多是充满好奇和敬佩,一个概念可以梳理得如此清晰,尽管纵横间涉及的文献不少,代表性的观点几乎无一遗漏,但起承转合丝毫不乱,条条线索各就其位,寥寥数笔就勾勒出其大概轮廓。相形之下,才明白自己所知道的那点传播学,是何等浅薄,甚至连小儿科都算不上。待到1998年有机会赴美,有意识找这套书来看,过去留下的印象被重新激活,遂萌生了译介的念头。

显然,厘清某一概念的来源、语境、阐释以及演变,是这套书所要完成的任务,但它们并非概念史或语源学的路子,重点是从具体的不同运用来说明其意义之差异,希望对实际的研究起着导引的作用,由此反倒与研究评述有几分类似,可却又能依托文本而跳出文本,处处显露出作者自身对之的研究、理解、分析和解释,完全可称为高质量的学术著作。我特别注意原丛书主编 Steven H. Chaffee 先生为每本书所做的序言,发现其第一段都用同样的文字表达下述的意思:第一,

作者均是各自领域的专家；第二，一本书展现某一个概念的不同运用；第三，书中也指出关于该概念的未来研究前景。可见薄薄的概念丛书，从一开始就荷载着不轻的分量。

问题是，引入一套产于十多年前的丛书，其意为何？尽管说，经典著作没有时间限制，但这尚不是我介绍这套书的主要目的。在动手写这个总序之前，恰看到郭中实兄讨论概念的文章<sup>①</sup>。他说，概念在社会科学研究中有着至高无上、不可替代的地位。它是在一定研究视角内，解释纷杂社会现象的众目之纲，是学派、范式的定位点，也是理论和研究方法的基本单位和出发点。然而，概念以及概念阐释在中国大陆传播学研究和教学中并没有受到应有的重视，所占的时间、比重以及投入的精力远远落后于其他方面，在研究生和教师心目中尚没有完全形成对提炼概念的直觉和探究概念的热情与好奇心。这个批评很中肯，检查一下，我身上或多或少也存在。不过提炼和探究概念的热情与好奇心固然不足，我们使用和凭空创造概念的热情却没有因此受到影响。我们时常能看到，许多研究者既不打算追究一个概念产生的语境，亦不必辨析其使用中的多种变异，而是召之即来挥之即去，就是不见其所形成的意义之网和演变的逻辑关系。恰如郭教授文章中说的，对常见概念的“生态”环境、概念化及操作化定义，以及它们所派生出来的研究、论战、修正和跨学科理

---

<sup>①</sup> 见郭中实：《概念及概念阐释在未来中国传播学研究中的意义》，《新闻大学》2008年第1期。

论贡献缺乏完整的了解。此种剥离语境、割断关联的做法，必然使得概念变成一根光秃的断枝条，可随意插塞但别指望开花结果。就此来看，阅读这套丛书除了可以在知识层面系统了解这些概念的含义外，至少还有两方面的重要教益：一个是对研究思维和视野的启发，在使用一个概念前该如何先去探究其来龙去脉和前后左右关系；另一个则是为我们的实际研究，提供一个基础，不仅可以比较准确地使用这个概念，而且能够确定在此基础上所要解决的问题和突破的方向。

不消说，语言的转译，总是难免存有隔阂。“各种语言都是相通的，而对等词自然而然存在于各种语言之间，这一思想当然是哲学家、语言学家和翻译理论家徒劳无益地试图驱散的一个共同的幻觉。”<sup>①</sup>以此生发开来，倒是想起了近些年的“传播学本土化”。我们先是把“传播”当成了“communication”的对等词，然后又以“传播”去寻找中国古代的“传播”案例或者观念。遗憾的是这套概念丛书中没有“communication”，然而只要翻阅过彼得斯(John Durham Peters)《交流的无奈》(*Speaking into the Air*)中的那个绪论即可知道，英语“communication”的意义远非中文的“传播”所能涵盖。不仅如此，据学者考证，“传播”一词虽然早在唐朝文献中就有，但是在日本的影响下，再次在中国流行，属于19世纪来自日语的一个回归汉字借词<sup>②</sup>。由此看，暂且不谈“传播”与“com-

① 刘禾：《跨语际实践》，宋伟杰等译，三联书店，2002年版，第5页。

② [意]马西尼：《现代汉语词汇的形成》，黄河清译，香港中国语文学会审订，汉语大词典出版社，1997年版，第195页。

munication”之间的意义对接问题,即就汉语中的“传播”,是否无需辨析就可直接用来解释或者概括中国古代的“传播”,同样值得反省。可见,澄清概念及其使用,对于研究是何等重要。正因如此,我们每本书的书名索性直接用原文而不翻译,同时把英文原著附在后面,以便读者诸君能够对照,并对汉语和英语转译中可能存在的问题有所警觉。

很遗憾,由于主编 Chaffee 先生突然去世,此套书最终未能延展下来,迄今为止只出版了六本。我们翻译了四本,还有“*Gatekeeper*”和“*Explication*”二书,出于不同原因没能拿到其版权。在原计划中,考虑到性质类似,还曾有把 Denis McQuail 的 *Audience Analysis* 一并列入该套书的想法,后同样因中文版权问题而作罢<sup>①</sup>。此外,在 Chaffee 先生生前,潘忠党先生曾向之提议在丛书中添加“*Framing*”这个概念,并愿意承担写作任务,得到 Chaffee 先生的首肯,后亦因其猝然离世而搁置。我遂请潘教授直接用中文撰写此书,与这四本一起出版,也算是完成其先师之遗愿。潘教授欣然应承,并且已经写出了两章,只因事务繁多,尚未全部完成,我们只有再耐心等待一段时间。

这四本书其实两年前就已译完,因各种因素却拖到今天,实在很对不起译者。尽管最终总算如愿,但我还是需要在这里向译者表示歉意,并对他们的辛劳致以深深谢意。

黄旦

2008年3月30日于复旦

---

<sup>①</sup> 此书现已由刘燕南博士翻译,中国人民大学出版社出版。

## 英文版序

这套“传播概念丛书”中的每一册都详尽地探讨了一个对人类传播研究具有持续重要性的概念。通过对学术文献的分析和解释,各个领域的专家探究了每个大概念所被赋予的诸多用法,并且为未来的研究工作指出了大有可为的方向。

在这一册关于公共舆论的书中,文森特·普赖斯探究了我们这个研究领域中的中心话题之一。许久以来,各种形式的传播都与对公共舆论的分析有着不解之缘,但是它们之间的关系却在很大程度上是模糊的。普赖斯清晰地揭示出,就其根本而言,公共舆论已经以各种方式成为传播过程与效果的一个基本概念。对传播学的研究者而言,这一揭示提高了这本书的意义,对那些关注这个话题的其他领域的学者来说,这本书为他们提供了便利的传播学文献。和政治学家、社会学家、社会心理学家对于公共舆论的标准研究并列,普赖斯的分析占据了一个独特的位置。

本书始于对公共舆论概念在启蒙哲学中萌芽这一现象的历史学考察。这要求在古典民主理论中考量各种有关“公共”的概念究竟意味着什么。紧接着这种基础性的工作,作者详细地阐明了20世纪有关“舆论”及其相关概念的各种具



体的运用。显而易见,公共舆论调查业的兴起以及心理学家把舆论与态度联系在一起,使得公共舆论脱离了其智性根基(intellectual roots),尽管他们开辟了调查行业颇具吸引力的新途径。

本书在公共舆论的包容模式中融合了这些不同的概念,重点关注推进公共议题讨论的社会团体之间以及社会团体内部的各种互动。普赖斯有力地解释了建立在个体层面的数据基础之上的聚合模式(aggregate model),模拟了特定“公众”围绕某个舆论焦点被界定、形成的过程。他的模式描述了当下的研究文献,并为将来融合记者、政客与民意调查专家在形塑公共话语中所扮演的角色的研究指明了方向。

本书综合运用了各流派的历史学家、哲学家、心理学家、政治学家、社会学家的著作,并为那些领域中的学者提供了一种传播学研究视野中的公共舆论图景。对初学者而言,本书对诸多话题进行了简约的介绍,与此同时,本书也对萦绕在该领域中杰出人士头脑中的诸多棘手的概念进行了深入的思考。

Ellen Wartella

Steven H. Chaffee

## 致 谢

为本书作准备时我得到了一些同事和朋友的大力支持, Steven Chaffee 和 Ellen Wartella 提供了特别有益的编辑建议, John Cowan、Susan Herbst、Hayg Oshagan、Diana Owen、John Peters、David Ritchie、Caroline Schooler、Howard Schuman、Eleanor Singer、Michael Traugott 及 John Zaller 等阅读了本书的草稿并提出了宝贵意见。Richard Carter 和 Donald Roberts 对我以前关于公共舆论概念的论文也颇有贡献。这些同事和朋友, 还有其他一些人, 特别是 Annette Price, 理应分享这本书的荣誉, 不过, 只有我本人应对本书的内容负责。本书的原稿写作部分得到了密歇根大学“马什新闻业行为研究中心”以及设在政治研究中心的“媒介与政治项目”的支持。

Vincent Price

# 目 录

中文版总序 .....	1
英文版序 .....	1
致谢 .....	1
第一章 引言 .....	1
本书框架 .....	2
第二章 公共舆论诸问题 .....	5
公共舆论的起源 .....	6
预知与相似的论述 .....	7
舆论的早期概念 .....	7
“公共”的早期概念 .....	8
公共舆论的诞生 .....	10
公共领域的出现 .....	12
公共舆论含义的模糊性 .....	13
公共舆论与多数原则 .....	16
作为研究对象的公共舆论 .....	18

---

公共舆论的难题 .....	20
缺乏能力 .....	21
缺乏资源 .....	23
多数暴虐 .....	25
易被劝服 .....	26
精英统治 .....	26
<b>第三章 对公众的界定 .....</b>	<b>29</b>
群体、公众、大众 .....	32
群体 .....	32
公众 .....	34
大众 .....	36
议题与公众 .....	38
发展的阶段 .....	39
参与者与旁观者 .....	41
扩展公共讨论 .....	42
一个议题得到解决之后 .....	43
观测公众 .....	44
一般公众 .....	47
选举公众 .....	49
热心公众 .....	51
积极的公众 .....	52
议题公众 .....	54

---

<b>第四章 对舆论的界定</b> .....	58
舆论与态度 .....	60
作为表达的舆论 .....	61
深思熟虑的舆论 .....	62
作为回应某个特殊议题的态度的舆论 .....	63
舆论的心理基础 .....	65
图式 .....	69
价值观 .....	72
集体身份认同 .....	74
舆论成形 .....	75
观测舆论 .....	78
舆论究竟何指 .....	80
选择是什么 .....	82
舆论是否得到了充分的思考 .....	84
舆论如何构成 .....	86
持有舆论是否坚决 .....	87
舆论能导致相关行为吗 .....	89
舆论是否与其他人相关 .....	90
<b>第五章 对公共舆论过程的界定</b> .....	93
集体与个体的特征 .....	94
公共讨论的含义 .....	96
团体决策的动力 .....	97
较大规模社会环境中的公共讨论 .....	99

---

政治参与者、新闻记者与热心公众 .....	102
作为旁观者的公众 .....	102
新闻记者的角色 .....	104
观测公共舆论 .....	108
使用调查数据 .....	110
运用内容分析法 .....	113
运用弱结构性的(less-structured)调查技巧 .....	114
观测公共讨论的过程 .....	116
结论:作为传播概念的公共舆论 .....	118
<b>附:英文原著 .....</b>	<b>121</b>

# 第一章 引 言

公共舆论是社会科学领域中最重要也是最经得起考验的概念之一。它在心理学、社会学、历史学、政治学和传播学研究中被广泛运用,无论在学术界还是实践领域都是如此。很少有概念会引起如此广泛的社会关注,激发如此广泛的科学研究兴趣和学界的争论。当然,也很少有概念能在西方思想中有如此深厚的根基。在 18 世纪的哲学和文艺复兴的文献中就有关于公共舆论的思想,甚至在柏拉图和亚里士多德的著作中也有表述。有关公共舆论的著作涵盖了所有社会研究的领域,从影响巨大的民主理论家和社会批评家的论述(例如 Rousseau, 1762/1968; Bentham, 1838/1962; Bryce, 1888; Lowell, 1913; Lippmann, 1922)到社会学和社会心理学的经典著作(例如 Tarde, 1890/1903; McDougall, 1920; Allport, 1924),以及大众媒介效果的实证研究(例如 Lazarsfeld, Berelson, & Gaudet, 1944; Hovland, Lumsdaine, & Sheffield, 1949)。

尽管流传甚广,但是公共舆论的概念仍是有争议的。自从 20 世纪早期实证调查方法出现并运用于公共舆论研究以后,研究者一直在努力用实证研究的框架对古老的公共舆论概念和理论含义进行提炼、调适和扩展。按此研究路径,研究者常常在他们的概念方法上产生分歧,他们对公共舆论概

念本身的界定也是如此。公共舆论仅仅是个人观点的聚集 (Childs, 1939), 还是不能被降低为个人层次的一种集体讨论的成果 (Cooley, 1902)? 作为实证研究对象的公共舆论, 也许凯 (Key) 在 1961 年对其定义之难的表述最为精辟, 他指出, “精确地界定公共舆论与追随圣灵不无相像之处” (p. 8)。

有关公共舆论的研究文献可谓汗牛充栋, 而且还在不断增加, 理论上的辩论更是常见。即使是这个研究领域中活跃的研究者, 要想对有关公共舆论的著述进行一番梳理也是十分困难的。因此, 本书只想成为这一多元研究领域中的一幅地图, 对联通不同学科之间对于公共舆论研究的主要概念路径和桥梁作一番介绍。

## 本书框架

贝克 (Baker, 1990) 认为, 18 世纪对于公共舆论的看法其实是自相矛盾的。在把“公共”(public) 这个概念赋予舆论之时, 启蒙时期的思想家同时赋予了它普遍性、客观性和理性。另一方面, 舆论概念本身意味着极大的流动性、主观性和不稳定性 (Baker, 1990, p. 168)。把公共 (public) 和舆论 (opinion) 这两个概念联系在一起, 反映出一种自由哲学的愿望, 想统一“个体”与“群体”, 把集体的福祉与个人的想法与偏好联系起来。无疑, 对公共舆论概念进行界定的努力就在所有观点之间摇摆不定, 这些观点把公共舆论限定在集体范畴之内, 简化其定义, 而这种简化的定义又追溯到个体层面上。



在这种复杂甚至矛盾的背景下,本书主要用一种辩证的方法来分析公共舆论。这种方法论在本书的总体框架中是非常明显的,我们首先分别讨论公共舆论概念的集体和个体特性,然后再尽力把它们糅合在一起。我们的讨论还想强调其他一些重要的辩证关系在公共舆论概念中的表述,比如社会稳定与社会变迁、思想与行动以及精英与大众之间的关系。当然,不一定是解决这些关系的方法。我们要提请读者注意,本书不想提出一种单一的或全面的公共舆论概念。我们的目的是,对涉及公共舆论概念的各种文献的基本脉络进行一番梳理。

本书按编年体的方式来叙述。我首先介绍一些历史悠久的概念、哲学问题和政治问题,它们对公共舆论观念影响较大。第二章探究了公共舆论概念的发展过程,特别是它与18、19世纪民主政治哲学的渊源关系,还甄别了有关公共舆论的一些常见问题和一般性的关注,这些问题和关注促进了相关的社会科学研究。

第三章讨论了对作为集合概念的“公众”<sup>①</sup>进行理解的方法。在这一章中,我分析了一些主要是20世纪初期发展起来的社会学概念,它们把公众界定为在某个议题的讨论和争论过程中形成的暂时性的、关系松散的社会群体。这种类型的公众概念主要关注其集体行为,自从民意调查方法和态度

---

<sup>①</sup> public 一词在本书中涉及舆论时一律译成“公共”,在指涉人群时译成“公众”,特此说明。——译者注