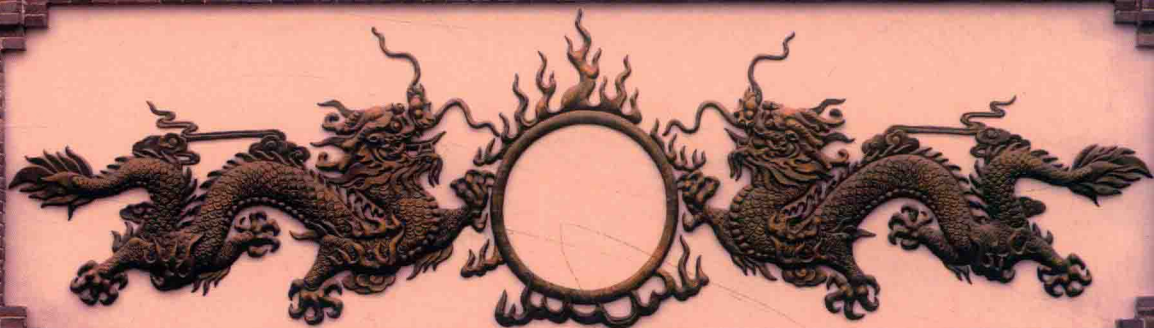


华夏文明传播研究文库(八)

主编 谢清果 钟海连



华夏文明与舆论学中国化研究

HUAXIAWENMING YU YULUNXUE ZHONGGUOHUA YANJIU

谢清果 编著

海外
精英

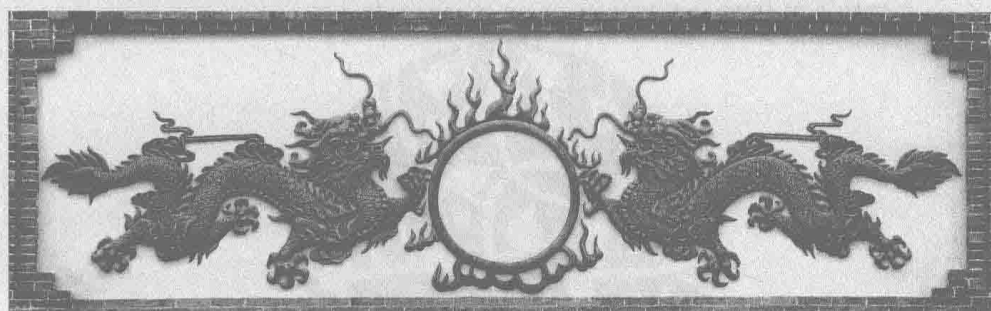


九州出版社
JIUZHOU PRESS

全国百佳图书出版单位

华夏文明传播研究文库(八)

主编 谢清果 钟海连



华夏文明与舆论学中国化研究

HUAXIAWENMING YU YULUNXUE ZHONGGUOHUA YANJIU

谢清果 编著



九州出版社
JIUZHOU PRESS

全国百佳图书出版单位

图书在版编目 (CIP) 数据

华夏文明与舆论学中国化研究 / 谢清果编著. — 北京 : 九州出版社, 2018.9
ISBN 978-7-5108-7467-3

I. ①华… II. ①谢… III. ①舆论—研究—中国
IV. ①C912.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第208178号

华夏文明与舆论学中国化研究

作 者 谢清果 编著
出版发行 九州出版社
地 址 北京市西城区阜外大街甲 35 号 (100037)
发行电话 (010) 68992190/3/5/6
网 址 www.jiuzhoupress.com
电子信箱 jiuzhou@jiuzhoupress.com
印 刷 北京九州迅驰传媒文化有限公司
开 本 720 毫米 × 1020 毫米 16 开
印 张 15.25
字 数 260 千字
版 次 2018 年 10 月第 1 版
印 次 2018 年 10 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5108-7467-3
定 价 42.00 元



★版权所有 侵权必究★

厦门大学人文社会科学“校长基金·创新团队”项目“海峡两岸舆论：动力机制及其演化轨迹研究”（编号：20720171005）资助成果

厦门大学传播研究所 成果

厦门大学华夏文明传播研究中心 成果



廈門大學

厦门大学哲学社会繁荣计划
2011-2021

华夏文明传播研究文库

顾问

黄星民（厦门大学新闻传播学院教授，博导）

詹石窗（四川大学老子研究院院长，博导）

学术委员会

主任：孙旭培（中国社会科学院）

委员（以姓氏笔画为序）：

马成龙（香港浸会大学传理学院）

尹韵公（中国社会科学院新闻与传播所）

吕 行（美国迪堡大学）

庄鸿明（厦门大学新闻传播学院）

孙 玮（复旦大学新闻学院）

李 彬（清华大学新闻传播学院）

肖小穗（香港浸会大学传理学院）

肖东发（北京大学新闻与传播学院）

吴 飞（浙江大学传媒与国际文化学院）

吴予敏（深圳大学传播学院）

吴廷俊（华中科技大学新闻与信息传播学院）

汪 琪（台湾政治大学传播学院）

邵培仁（浙江大学传播研究系）

陈国明（美国罗德岛大学传播研究系）

陈韬文（香港中文大学新闻与传播学院）

陈熾如（厦门大学新闻传播学院）

张惠晶（美国伊利诺伊大学芝加哥分校）

张铭清（厦门大学新闻传播学院）

林升栋（厦门大学新闻传播学院）

罗 萍（厦门大学新闻传播学院）

岳 森（厦门大学新闻传播学院）
居延安（美国康涅狄格州州立大学）
单 波（武汉大学新闻与传播学院）
[新加坡]卓南生（北京大学新闻学研究会）
宫承波（中国传媒大学电视与新闻学院）
赵月枝（加拿大西门菲莎大学传播学院）
赵振祥（厦门理工学院）
赵晶晶（浙江大学传媒与国际文化学院）
郝 雨（上海大学影视学院）
郭肖华（厦门理工学院数字创意学院）
郭金彬（厦门大学人文学院）
阎立峰（厦门大学新闻传播学院）
黄 旦（复旦大学新闻学院）
黄合水（厦门大学新闻传播学院）
黄鸣奋（厦门大学人文学院）
程曼丽（北京大学新闻与传播学院）
谭华孚（福建师范大学传播学院）
戴元光（上海政法学院）

文库主编

谢清果（厦门大学新闻传播学院教授、博士生导师）
钟海连（中盐金坛盐化有限责任公司副总经理，《贤文化管理》主编）

编辑委员会

王乃考	刘海龙	李 漫	连水兴
邹 洁	张毓强	陈 娜	洪长晖
胡翼青	曾一果	戴美玲	林 啸
林俊雄	姚锦云	潘祥辉	史冬冬

总 序

一、文明传播：文明的传播与传播的文明

“文明传播”概念的提出与理论阐释已经成为中国传播学界一个别样的探索方向。从“文明传播”的视角来审视人类文明的发展规律以及背后的传播机制是人类自我反省的必然要求，而文明传播研究的成果从根本上具有指导人类文明航向的意义。

“文明传播”问题的提出源于 20 世纪 90 年代中国社会科学院新闻与传播研究所的几位传播学研究者与《人民日报》、《光明日报》、《北京日报》、中央电视台首都新闻共同发起了声势浩大的“文明工程”运动。得益于“文明工程”运动实施引发了“文明传播”问题的思考，并于 2006 年 12 月在北京召开的中国首届“文明论坛”上提出建构“文明传播学”的观点。2007 年 8 月“文明传播的跨学科研究与学科创建”课题作为中国社会科学院资助重点课题获得立项，主要参与者有季燕京、毛峰、王怡红、杨瑞明、张丹、胡河宁、胡翼青、刘明等人。季燕京、毛峰于 2007 年的《中国社会科学院院报》上发表《以文明传播思想为核心的传播哲学》一文，文章认为：“以文明传播思想为核心的传播哲学认为，信息传播最深刻的起源应当在人类的社会实践——认识结构之中，其最核心的基础和根本问题是社会认识的主体性起源。同时，任何社会认识的主体性都应当是基于社会实践主体性之上的。也就是说，社会实践中的各种利益关系、组织方式以及不同主体所处的社会历史地位，这是社会认识中主客体关系的基础或依据。因此，真正了解社会传播的主客体关系及其主体性问题，包括起源和形成，都应当从社会的利益关系、组织关系、物质条件以及相应的认知模式中寻求答案。”总而言之，文明传播追求的是自觉审视社会整合中通过社会组织方式而实现的利益交换整合和通过社会

传播结构而实现的信息交换的整合,从而形成与当代和谐社会理念相配合的传播文明视域。毛峰则是较早关注文明传播且富有成就的学者,他从研究《帝国与传播》《传播的偏向》入手,提示出伊尼斯的文明传播观:“文明在确立、生长、扩张与绵延的过程中会不断遭遇传播问题:政治权力与经济利益是否合理流动分配、文化价值是否被大多数社会成员共享共信,是这一文明能否实现内部整合的基础;而在外部扩张上,文明对自然的开发是否超过自然所能忍受并自我修复的限度、文明是否能合理对待其他文明中的社区与人群,更成为文明生死存亡的关键。文明在传播过程中时常出现的‘偏向’与失衡,往往置文明于死地。文明传播的悖论在于:文明在物质、技术以及媒介层面的进步,常常打乱了固有的文明传播秩序,尤其是文化信息的骤然增加与分歧杂乱,使原本共享共信的文明价值被怀疑并否弃,最终使文明成为传播的牺牲品,文明由于传播的偏向而堕入战乱、崩溃等非文明的野蛮状态。”^①如此看来,文明传播研究的价值与意义在于自觉维护人类文明永续发展,促进和保障人类生活和谐。毛峰从中国的《论语》中找到防止文明传播异化的指导思想,他认为:“孔子提出的救济传播的偏向、失衡与异化的原则是对文明传播活动施以道德指引,使文明传播活动回归其逐渐偏离的自然秩序(道)与社会秩序(德),赋予文明传播牢不可破的道德基础,使文明永葆活力、持久与和谐。”^②中华文明上下五千的智慧蕴藏着丰富的文明传播理念。毛峰认为“文明传播的法则是自然生态与人类活动的良性平衡”,中华文明在漫长的历史长河中养成中国的“文明模式”:“以儒家思想为中心,辅以道家等先秦思想而形成的中国世界观,确保了中华文明在绵延五千年的悠久岁月中取得独步世界的辉煌成就,其尊崇爱护自然、力行道德教化、追求精神提升、万物和谐的文明模式,在世界其他文明盛衰不定的历史急流中,保障了中华民族的长期统一、稳定、繁荣、与他民族和谐共存等高度可持续性。”^③

2012年11月,《文明传播的哲学视野》一书作为“文明传播的跨学科研究与学科创建”的结项成果正式出版,“文明传播”理论得以完整呈现。该书分“关于文明传播的基本认识”“传播学的反思与中国学派的传播哲学”“中

① 毛峰:《文明传播的偏向与当代文明的危机——伊尼斯传播哲学中的历史智慧》,《史学理论研究》,2005年第2期。

② 毛峰:《回归道德主义:孔子文明传播思想论析》,《南开学报》(哲学社会科学版),2005年第3期。

③ 毛峰:《文明传播的秩序——中国人的智慧》,北京:中国传媒大学出版社,2005年版,第13页、前言第4页。

华文明传播的原理探索”“中华商业文明及其传播机制的历史反思”“文明的转型与发展传播理论的反思”“文明跃迁进程中的组织变革与战略理性”六篇共三十四章。该书的问题意识在于“中华文明何以传播承续至今而不断”“现代传播学为什么不能解释中国历史和现实社会的重大和基础性问题”“文明转型过程中涉及什么样的传播思想、传播结构、重大社会理论和组织方式问题”而“文明传播”概念的基础内涵在于人类在克服人与自然、人与社会、人与自身之间重重矛盾的努力中所达到的历史进度和高度。显然，“文明传播”的目标是和谐，实现和谐传播的方法和途径是对话和反思。其中，“文明传播”作为概念，是“文明的传播”与“传播的文明”的统一。前者强调的是“文明”在传播中生成和发展；后者强调“传播”亦是在“文明”的观照下进行的，传播活动本身也进行着“文明”的洗礼。正所谓“文明通过传播，走向对话语境，达到和谐。传播是表明文明的手段，是显露文明的平台，传播的对话方式是实现和谐社会的有效途径。”^①

二、华夏文明传播：华夏传播学的理论特质

“华夏传播”的提法，最早出现在《华夏传播论》一书中。然而书中却未对这一概念做说明。《华夏传播论》最初拟名“中国古代文化传播概论”或“中国传统文化中的传播”，最后正式出版时改为现名。可见，当时“华夏传播”仅作为书名的缩写形式出现，还没有鲜明的概念意识。真正将其作为概念提出的是黄星民教授，他发表《华夏传播研究刍议》一文，清晰地勾勒出“华夏传播”一词使用的脉络，进而分析“华夏”一词的文化意涵——华夏特指古代中国，且内含地理中国和文化中国的褒义。他这样界定“华夏传播研究”：“华夏传播研究是对中国传统社会中的传播活动和传播观念的发掘、整理、研究和扬弃。”这个定义包括三个层面的含义：其一，指出中国传统社会是该研究的范围，即大抵指涉五四运动以前的中国社会。其二，指出“传播活动与传播观念”是该研究的对象。“传播活动”包括传播媒介、传播人物、传播事件、传播制度等以及它们的沿革流变、经验教训和基本规律；“传播观念”指的是关于传播的言论、观点，学说、思想，甚至传播哲学等等。重点

^① 杨瑞明、张丹、季燕京、毛峰主编：《文明传播的哲学视野》，北京：中国社会科学出版社，2012年版，第35页。

在华夏传播思想与传播制度。其三,指出“发掘、整理、研究和扬弃”是该研究的基本指导思想。“发掘、整理”是研究者对华夏传播活动进行客观的描述,是基础。“研究、扬弃”是研究者在发掘、整理的基础上,运用传播学等当代社会科学的研究方法加以验证或阐释,力争从其中找出带规律性的东西,从而把它们提炼成科学的传播理论,用来指导今天的传播实践,丰富和发展世界传播学理论。“研究、扬弃”也可以从批判角度入手,告诫我们如何去避免过去的失误。这样的“华夏传播研究”的价值与意义就十分明显了:学术意义,即熔西方传播科学理论和华夏传播学说精华于一炉,共同解释、指导和总结今天中国的传播实践,形成我国特色的理论范式,形成传播学中国学派;发扬时代色彩,华夏传播研究在华夏文化与信息传播两方面保持着灵动的张力,如此既有助于发扬中华文化的魅力,又有助于培育、探索适合中国国情,能够阐释中国实践的信息传播学说;提供世界启示,华夏技术与传播道德的结合,是中华文明延续的内在原理,这对于世界传播事业的健康发展具有一定启迪意义。^①

“华夏传播研究”作为领域已然形成,正像传播学可分为经济传播学等方向,华夏传播研讨华夏传统文化中的传播活动与现象,自然也可以称之为“华夏传播学”。当然,“学”通常被解读为“学说”“理论”,亦有“学科”之意。笔者认为,“华夏传播学”的前提假设是承载五千年文明的中华文化虽然没有用现代传播学话语表达传播学理论,但是已然存在直接或间接用中国话语(无论是文言文,还是白话文)表达的传播学理论却是存在无疑的。如《鬼谷子》的论辩说服理论和张仪、苏秦的说服实践,《韩非子》中的《说难》篇、《吕氏春秋》中的《察传》篇对口语传播的理论提炼,这样的情况不胜枚举。当然,这不是“西学中源”的自吹自擂,而是强调立足中华传统,根植于中国几千年的生活生产实践,延续、传承、创新我们中国传播理论,借助西方的传播学说和方法,重塑可与西方对话,阐释中国实践的华夏传播学。因此,华夏传播学是华夏传播研究的终极指向。我们可以这样表述:“华夏传播学是在对中国传统社会中的传播活动和传播观念进行发掘、整理、研究和扬弃的基础上建构起来的能够阐释和推进中华文明可持续发展的传播机制、机理和思想方法的学说。”这里包含三个含义:其一,以史鉴今,通过开展华夏传播研究,提炼华夏独特的传播理念、传播技艺;其二,华夏传播研究的目标在

^① 黄星民:《华夏传播研究刍议》,《新闻与传播研究》,2002年第4期。

于既能解释中国传统社会的传播现象与活动，又能推导中国当代社会实践，实现传播理论的当代创新；其三，着力点在于将复杂的传播现象、传播制度、传播理念通过“由表及里，去粗取精，去伪存真”的功夫，形成一套能够保持自然生态和谐、社会关系和顺、政治运作高效廉洁、民众生活有序安宁、国际关系和平互助的传播思想与传播制度，以指导当下的传播活动，实现与社会组织方式的紧密配合。换句话说，既保证了社会制度安排必需的公平正义，又在合理的传播秩序中保障权力运作过程的公平正义。用今天的话来说，保障公民的“知情权、参与权、表达权、监督权”，需要作为社会公器的传播媒介确切发挥功能，不沦为只当政府的耳目喉舌，而首先充当公民的耳目喉舌。

我们知道中国传统社会中的传播活动、传播制度、传播理念并不是完美无缺的，甚至有时显得有些反动，但从理论上讲，这是实然与应然的矛盾。拿古代士人传承的传播观念来说，其中就有如史家的秉笔直书传统，但在制度化为传播管理控制时，产生了偏差，出现了所谓“刑不上大夫，礼不下庶人”的情景，再等而下之，具体的传播活动和事件上往往是沦为人治，而不是注重法治。华夏传播学的起点在于客观地把握中国传统社会中传播实际（理论与实践两方面），归宿点则在于拨乱反正，将先贤对实现大同世界的诸多构想和探索，经过与世界文明的对话，以中华传统价值观为内核综合创新成适应社会主义实践的传播观念、传播制度和传播活动。这样的学说，才是“秀外慧中”的。

周伟业将华夏传播理论称为东方范式，他以汉语成语、谚语、俗语为例，认为华夏传播理论蕴含着行胜于言的传播取向、一诺千金的传播伦理、“信言不美，美言不信”的语言理论、“防民之口，甚于防川”的舆论警示，表现出以人际传播为核心、既重视语言又怀疑语言、聚合中华文化基因等特征。相对于欧美传播理论，华夏传播理论在文化根源、价值取向和思维方式上具有自己的文化特性：

1. 文化根源

华夏传播学体现以儒家的中庸太和、道家的无为自然和禅宗的缘起性空为核心精神的华夏文化，而经验学派源于实用主义哲学，讲究通过媒介控制，达到社会行为调控的效果；批判学派源于法兰克福学派，侧重于对社会、文化、传播现状的反思和批判。

2. 价值取向

华夏传播学的主旋律是和谐,力求通过传播活动构建内心和谐、人际和睦、天人合一的和谐人生、和谐社会、和谐宇宙。经验学派的价值取向改良社会,关注的是如何和多大程度上调整传播活动以改善当前的社会统治。批判学派价值在于变革社会,着力点在于反思传播过程中的控制合法和合理问题,进而促进传播控制的合法合理。可见,“经验学派和批判学派的总体取向是通过媒介生态的改造来改良社会生态、文化生态;华夏传播理论的总体取向是通过人际关系的协调来实现社会关系的优化”。^①

3. 思维方法

华夏传播学以“中庸”(或称为中和、中道)为核心的思维方法是对历史与现实生活智慧不断进行理论提升的结晶,因此,其运思过程就是生活智慧的不断积淀和升华,是经验思维(实用理性)取向。经验学派则讲究科学实证,要求运用问卷调查,社会实验等方式来进行数据分析,因此是科学思维取向。批判学派则是理论反思与现实批判,注重通过人文精神的重塑来实现社会公平正义,因此是批判思维取向。

表达方式和适用范围。华夏传播学的表达方式往往是经验性的话语,如格言警句、成语,适用广泛,不仅适用于古代,也适用于现代,这体现出华夏传播学较擅长解释人际传播现象。经验学派和批判学派的表述方式是学术话语,以概念和理论的形式出现,更适用于大众传播时代,因此能较好地解释现代社会的媒介传播、组织传播。

总而言之,华夏传播学“是一种历史沉淀、文化积累。它不同于为政府、公司提供咨询、服务的实证研究,也不同于批判现代社会弊病、文化工业问题的理论研究,是一种扎根于中华文化的东方范式的传播学理论。它是汉语文化对人类传播规律的深刻领悟,也是华夏文明对世界传播所做出的独特贡献”。^②

综上所述,华夏传播学贯通古今,以传统为主,以现实为辅;以现实为导向,以传统为着力点;试图在对华夏传播史与华夏传播理论的双重观照中,寻找传统与现实的逻辑起点,围绕社会运作与信息传播的互动为主线,夯实

^① 周伟业:《东方范式:华夏传播理论的内涵、特征与价值——以汉语成语、谚语、俗语为中心的思考》,《南京政治学院学报》,2010年第5期。

^② 周伟业:《东方范式:华夏传播理论的内涵、特征与价值——以汉语成语、谚语、俗语为中心的思考》,《南京政治学院学报》,2010年第5期。

中华民族圆“中国梦”的基础。

在此基础上,我们进一步提出“华夏文明传播”观念,不仅仅是将文明传播的视野集中于中国,而且是要聚焦于中国优秀传统文化传统(即华夏文明),着力挖掘华夏文明中的传播智慧,当然也追求依托华夏文明来与西方传播实践与理论展开对话,鲜明地传播中国好声音,讲好中国好故事,用我们的中庸、天下、和谐、礼乐等观念来阐述华夏传播理论,来解释中国当代社会交往与国际传播背后的理念,从而为中华民族的伟大复兴建构起自己的传播话语体系,让世界理解华夏文明是以追求“天下太平”为己任,她奉行“和而不同”的交流观念,具有极大包容性、开放性和开拓性的优秀品质,世界的和平发展需要华夏文明贡献智慧,华夏文明也乐于与世界分享中国智慧。

《华夏文明传播研究文库》将以研究与传播中华优秀传统文化为宗旨,一方面注重传播华夏文明,从多个维度研究中华优秀传统文化,以增强民族的文化自信与文化自觉,使华夏文明能够薪火相传;另一方面积极阐扬华夏文明的传播智慧,立足中国,放眼世界,以他者为镜鉴,建构华夏文明传播的思想体系,提供可以与西方传播理论对话的中国文本。

主编 谢清果 钟海连

2016年2月26日

目 录

总 序	1
一、文明传播：文明的传播与传播的文明	1
二、华夏文明传播：华夏传播学的理论特质	3
代 序	1
一、华夏舆论传播研究的价值、对象及意涵	1
二、华夏舆论传播之历史演变	6
三、华夏舆论传播之主要形态与历史特征	11
第一章 真命天子：华夏王权合法性建构的舆论学视角	17
第一节 天命而王：王权舆论的“神化”	19
第二节 圣人而王：王权舆论的“圣化”	25
第三节 “圣”“神”“王”合流：王权舆论的“王化”	30
第四节 “水则载舟、水则覆舟”：王权舆论的“民化”	35
第二章 禅让传位：华夏舆论的制度形态	42
第一节 禅让制研究的文献回顾	42
第二节 舆论学意蕴下的禅让制	45
第三节 作为舆论现象的禅让制历史形态	47
第四节 禅让制作为特殊舆论形态的发生机制与历史作用	50
第三章 风吹草偃：华夏舆论的理论表达	56
第一节 “风草论”的舆论意蕴	57
第二节 “风草论”的舆论观念要素	64
第三节 “风草论”舆论观念特征	68
第四章 圣人垂范：华夏舆论的管控主体	71
第一节 舆论学视角下的圣人	74

第二节 圣人舆论管控的途径·····	78
第三节 圣人舆论思想对我国政府舆论管控的启示·····	84
第五章 民歌谣谚：华夏民间舆论的表达方式·····	86
第一节 舆论学视角下的民谣·····	86
第二节 民谣的舆论主体·····	89
第三节 民谣舆论的呈现机制与符号解读·····	92
第六章 学《诗》立身：先秦士人的舆论媒介·····	97
第一节 “不学诗，无以言”：无处不在的《诗经》·····	98
第二节 “诗言志”：被阐释的《诗经》·····	100
第三节 “兴观群怨”：不同语境下《诗经》的话语演变·····	102
第七章 文化典籍：华夏舆论形成的思想依据·····	108
第一节 问题意识：舆论学视角下的中国古代典籍传播研究·····	108
第二节 古代典籍对于舆论主体——“士”的作用机制·····	113
第三节 古代典籍对传统社会舆论环境的塑造·····	116
第四节 作为传统社会舆论传播媒介的古代典籍·····	120
第五节 古代典籍传播产生舆论闭环效果·····	122
第八章 村规民约：华夏民间舆论运作的法典·····	126
第一节 村规民约研究范畴的界定·····	127
第二节 舆论引导与村规民约的关系·····	128
第三节 村规民约的主体和客体·····	130
第四节 古代村规民约对现代乡村舆论建设的启示·····	133
第九章 制礼作乐：中国传统社会深层的舆论引导·····	135
第一节 礼乐协作：传统社会制度的内范·····	136
第二节 礼乐之光：传统社会舆论的发展形态与特征·····	141
第三节 礼乐协同：内外结合，深层引导舆论发展·····	144
第十章 教化苍生：华夏传统教育和舆论的关联互动·····	155
第一节 教育主体的塑造，舆论“信源”的生成·····	157
第二节 教育传播的内容与渠道：传统舆论生成重要机制·····	160
第三节 教育传播“信宿”的双重身份·····	165

第四节	教育传播与舆论的关联互动	166
第十一章	话语博弈：华夏传统社会政府的媒介管理与舆论控制	170
第一节	中国古代媒介和舆论概念	170
第二节	传统社会政府媒介管理与舆论控制	173
第三节	传统社会政府媒介管理和舆论控制的社会影响	177
第十二章	秉承天意：华夏舆论权威的确立	179
第一节	“天意”何以在舆论中发挥作用	182
第二节	“天意”与舆论引导	185
第三节	“天意”与舆论反抗	188
第十三章	顺应民心：华夏舆论与民主结伴而行	191
第一节	华夏舆论与民主	191
第二节	华夏民主的舆论表达路径	194
第三节	华夏舆论与民主制度的建构与维护	196
第十四章	言罪之辨：华夏舆论的法制纠葛	200
第一节	华夏舆论传播的演变与主要模式	201
第二节	华夏舆论与法制的关系	203
第十五章	道德为本：华夏舆论的风向标	207
第一节	华夏舆论与道德的内涵	208
第二节	华夏舆论对道德的作用	212
第三节	传统道德对华夏舆论机制形成的作用	216
参考文献		220
后 记		225

代序

华夏舆论传播研究，乃针对中国古代传统社会舆论传播活动、现象之研究。在长期中央集权体制下，中国古代之舆论一度受上层建筑的影响较大，并在后期集权政治的制度运作中逐渐调整为以上层建筑“舆论监督”为主导的舆论传播模式。但同时，伴随封建王朝的兴衰轮替以及传统士族、地主、士大夫、乡绅等不同社会阶层之更迭、介入，舆论生态环境多少呈现出些许极权政治下的生动面貌。回溯华夏舆论传播，有利于通过历史梳理，探究当代中国目前舆论传播机制是如何成形的。

一、华夏舆论传播研究的价值、对象及意涵

（一）为何研究华夏舆论传播：“两种范式”之下的提问

依照西方语境，舆论与公众意见（public opinion）一词较为接近。而“公众”与“意见”合为一个术语，往往用来形容在行政领域之外，依社会、经济、政治形势而出现的，影响政治决策的集体性看法（collective judgments）。^①因而，舆论通常亦用来指涉公众与国家机器之间的互动关系，带有强烈的政治诉求。

在古典自由主义代表洛克看来，国家是“基于每个人的同意”而组成的共同体，当其作为一个整体行使权力时，需要经过“大多数人的同意和决定”。^②其通过“契约论”明确了舆论的合法化地位，暗示舆论是公众实现言论自由权利的必然产物。而据 Noelle-Neumann 考证，“公众舆论”（opinion

① Price, V.: Public Opinion, Newbury Park, California: SAGE Publications, 1992, 8.

② 洛克：《政府论（下篇）》，叶启芳、瞿菊农译，北京：商务印书馆，1996年，第59—60页。