



新闻舆论引导论

丁柏铨 王 雄 董 秦 等著

News

中国社会科学出版社

新闻舆论引导论

丁柏铨 王雄 董秦 等著

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻舆论引导论/丁柏铨等著. -北京: 中国社会科学出版社,
2001.7

ISBN 7-5004-3062-0

I. 新… II. 丁… III. 舆论-研究 IV. G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 034164 号

责任编辑 钱红林

责任校对 木 聿

封面设计 王 华

版式设计 李 建

出版发行 中国社会科学出版社

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号

邮 编 100720

电 话 010-84029453

传 真 010-64030272

网 址 <http://www.cass.net.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京新魏印刷厂

装 订 丰华装订厂

版 次 2001 年 7 月第 1 版

印 次 2001 年 7 月第 1 次印刷

开 本 850×1168 1/32

印 张 11

插 页 2

字 数 286 千字

印 数 1—3000 册

定 价 23.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

作者（按姓氏笔画排列）：

丁柏铨 王 雄 汪令来
宋晓华 陈堂发 周 斌
董 秦

自序

20 世纪 90 年代至今，我们身处于其中的世界，变化的速度越来越快。与此相紧密联系的，是人类的社会生活内容正在变得越来越丰富、越来越复杂。

就中国的情况而言，自 1978 年改革开放以来，整个国家发生了翻天覆地的巨大变化。而自 20 世纪 90 年代市场经济体制建立以来，我国经济以前所未有的速度发展，并且已经结出了丰硕的成果。这是以往任何历史时期都无可比拟的。在经济发展、社会进步的过程中，也难免会出现一些问题。随着分配制度的改革，贫富之间的差距在拉大。在产业结构调整的过程中，部分工人下岗，他们面临着再就业的难题。政府机关精简机构，减少了冗员，然而这也使整个社会承受了巨大的压力。改革进入到了攻坚阶段，这就必然在更深的层次上调整社会成员的利益格局。在当今社会土壤上滋生起来的、令普通百姓痛心疾首的腐败现象，既有着与历朝历代的腐败现象一脉相承的方面，又有着打上鲜明的时代烙印的方面。反腐败斗争任重而道远。对外经济、文化和科技交流，使我们得以在当今的时间坐标上与西方进行对话，并且学习和借鉴西方的经济、文化和科技成果；但是我们同时也面临着防止西方某些不健康文化的渗透的艰巨任务。加入 WTO，此举必将对我国的社会生活产生全方位的影响。以计算机和计算机网络为代表的高科技，越来越多地介入人们的日常生活和日常

工作，对人们的思维方式、工作方式和生活方式发生着愈来愈深刻的影响。与此同时，社会人文精神的缺失也是不争的事实。有识之士已经清醒地认识到这样一种状况的存在，并且在各种场合发出过寻找人文精神的呼唤。

总之，在我和同仁们写这本书的时候，人们在社会生活中遇到了许多以前所不可能遇到的新问题。这些新问题，有的涉及经济基础的范畴，有的则涉及上层建筑意识形态领域；有的使人欢欣鼓舞、催人奋进，有的则在人们心头留下了疑窦，蒙上了阴影。而它们之间，往往又是互相联系、相互作用的。当然，这是人们在社会进步发展的过程中所遇到的问题，是很正常的。但是，毋庸讳言，在这样充满希望也不乏矛盾和危机的复杂的情况下，人们难免出现种种困惑，出现价值观念迷乱的现象。惟其如此，依靠新闻舆论对整个社会的舆论有所引导，也就显得比以往任何时候都更为重要。可以说，这是时代对新闻传播工作所提出的更高、更严格的要求。对于新闻舆论引导问题，新闻界、新闻研究界普遍比较重视。这确实是一个特别重大的理论问题和实践问题。新闻传媒的舆论导向一旦出现大的偏差以致错误，该传媒就会满盘皆输，它的失误将对社会产生极为严重的后果。这样的偏差和错误，是绝不允许出现的。对新闻舆论引导这一重要命题的各个方面，有关人士进行了较为深入的研究，并且已经取得了相应的成果。然而笔者却认为：这一命题可研究的空间还很大。这就是我们的研究还有必要存在的理由。

新闻舆论引导，是一个实践性很强、理论价值很高的研究课题。研究这样一个课题，涉及新闻学、传播学、舆论学、社会学、心理学、哲学等等一系列学科。本课题在研究过程中，力图体现从多学科切入的努力。研究这样一个课题，还需要大量占有来自实践的活生生的材料，进行认真的分析研究和理性概括，对诸多新闻传媒所做的新闻舆论引导工作的成败得失进行冷静思

考，而不停留于就事论事地罗列新闻舆论引导的正反案例。这是我和同仁们力图达到的目标。

取法乎上，仅得乎中。

但愿《新闻舆论引导论》一书，既能对新闻界人士有所启发，又能对新闻研究界同仁有些许帮助。

是为自序。

丁柏铨

2000 年春节

目 录

自序.....	(1)
引论.....	(1)
一、新闻舆论出问题会翻船.....	(1)
二、舆论中影响最大的是新闻舆论.....	(4)
三、舆论导向的意义和作用	(11)
四、社会公众舆论的可导性	(14)
五、当前舆论引导面临的严峻挑战	(16)
六、展望 21 世纪新闻舆论引导工作.....	(21)
第一章 新闻舆论本质论	(34)
一、引子	(34)
二、关于舆论	(34)
三、关于新闻舆论	(45)
四、关于新闻舆论的功能	(51)
第二章 新闻舆论引导主体论	(75)
一、新闻舆论引导中的两种角色	(75)
二、新闻舆论引导主体及其责任分析	(78)
三、新闻舆论引导主体所必须具备的素质	(81)

第三章 新闻舆论引导现状论	(96)
一、新闻舆论引导工作卓有成效	(96)
二、对新闻舆论引导模式的考察	(122)
第四章 新闻舆论引导误区论	(140)
一、新闻舆论引导中误区客观存在	(140)
二、新闻舆论引导内容方面的误区	(141)
三、新闻舆论引导方法方面的误区	(169)
第五章 新闻舆论引导原则论	(198)
一、新闻舆论引导必须遵循的一系列原则	(198)
二、高扬新闻事业党性大旗的原则	(199)
三、相信群众和依靠群众的原则	(205)
四、尊重公众舆论形成和运动规律的原则	(213)
五、舆论引导与舆论监督结合的原则	(230)
六、把队伍建设放在重要位置的原则	(234)
第六章 新闻舆论引导方法论 (上)	(242)
一、加强对新闻舆论引导方法的研究	(242)
二、新闻舆论引导方法的哲学内涵	(243)
三、新闻舆论引导方法的社会学内涵	(250)
四、新闻舆论引导方法的心理学内涵	(254)
第七章 新闻舆论引导方法论 (下)	(264)
一、正面典型报道和反面典型报道	(264)
二、放大热点和热点新闻引导	(269)
三、设置议题和专题讨论式引导	(292)

第八章 新闻舆论引导艺术论	(299)
一、新闻舆论引导：一门时代综合艺术.....	(299)
二、新闻舆论导向的把握艺术.....	(302)
三、新闻舆论引导的组织艺术.....	(307)
四、新闻舆论引导的传通艺术.....	(315)
五、新闻舆论引导的控制艺术.....	(318)
六、新闻舆论引导的媒介运用艺术.....	(322)
七、引导主体素质的培养艺术.....	(325)
后记	(336)

引 论

一、新闻舆论出问题会翻船

（一）希伯来古老传说与舆论学重要原理

希伯来史籍中有一个关于“巴别塔”的古老传说。它说的是上帝派遣天使劫走了古代巴比伦人共同使用的希伯来语，使人们无法统一意志建造通天的“巴别塔”。这个故事从表面看虽然说的是语言问题，但它却涉及了舆论学上的一个重要原理：社会上舆论纷呈，如果缺少公众之间的交流沟通以及借此形成的起着统一意志作用的主导性的舆论，那么整个社会生活就会陷于一片混乱。由此可见，积极的舆论能成就有利于社会进步的事情，积极的舆论有助于协调人们之间的社会关系，积极的舆论有赖于人们的交流、沟通并且在此基础上达成共识。

（二）公众舆论中积极因素和消极因素相混杂

舆论的类别多种多样，有正确的舆论和错误的舆论，有积极的舆论和消极的舆论，有正义的舆论和非正义的舆论，等等。正如黑格尔所说：“在公共舆论中真理和无穷错误直接混杂在一起。”^① 一种舆论就是影响社会的一股无形的力量。而每一种舆

^① 《法哲学原理》，商务印书馆 1979 年版，第 333 页。

论所形成的影响力并非都有益于社会。对于从事新闻舆论工作的人来说，必须经常考虑这样一些问题：新闻舆论始终体现正确的导向；恰当地发挥正确的、积极的舆论的影响并努力扩大其作用；控制和消除消极的乃至错误的舆论的影响——这才能使舆论成为对社会前进起推动作用的正义力量。有时，真理和正义往往掌握在少数人手里。在这种时候，社会公众舆论倘若缺乏正确的导向，就会排挤合乎真理和富于正义感的舆论因素，就会使之失去市场，人们会因此而被消极的乃至错误的舆论左右。这样，整个社会就可能会遭殃。

（三）新闻舆论出问题可能会翻船

刘少奇早在 1948 年就曾经指出：“报纸办得好，就能引导人民向好的方面走，引导人民前进，引导人民团结，引导人民走向真理。如果办得不好，就存在着很大的危险性，会散布落后的、错误的东西，而且会导致人民分裂，导致他们互相摩擦。”^①

陈云也说过：经济搞不好，会翻船；宣传出问题，也会翻船。对陈云所说的“翻船”，应作广义的理解。所谓“翻船”，程度轻者是指人心被扰乱，政权的巩固、社会的稳定受到一定程度的危害，经济和社会发展出现曲折；程度重者是指社会出现局部的或者大范围的、持续时间很长的动乱。这并非危言耸听。

舆论在自在状态下很容易迷失方向，甚至会误入歧途，到那时再来引导舆论就十分困难了。江泽民总书记在 1996 年 9 月视察人民日报社时指出：“历史经验反复证明，舆论导向正确与否，对于我们党的成长、壮大，对于人民政权的建立、巩固，对于人民团结和国家的繁荣富强，具有重要的作用。舆论导向正确，是党和人民之福；舆论导向错误，是党和人民之祸。”1997 年 1 月

^① 《刘少奇选集》上卷，人民出版社 1981 年版，第 396 页。

经过修订的《中华全国新闻工作者职业道德准则》，加进了“坚持正确的舆论导向”这一条，要求新闻工作者在采写和编发新闻报道的时候，注重社会效果，以免发生误导。

回顾我国新闻事业的发展历史，正反两个方面的经验和教训，充分证实了舆论导向的重要作用。20世纪50年代初期，新闻传媒所进行的以“抗美援朝、保家卫国”为主题的爱国主义宣传；十一届三中全会以来，新闻传媒所进行的以“改革开放”为主题的宣传——这些都是非常成功的。英雄人物、模范人物、先进人物无私奉献、锐意进取的思想品质，成为一种时代精神，影响着一代又一代人的世界观和人生观。这就是正确的新闻舆论所产生的引导力量。而“文革”中的那种“假大空”的文风、“高大全”的典型，使新闻报道在广大受众中丧失了信誉。在那政治生活不正常的年代，主流媒体所制造的是精神决定物质、用幻觉代替现实的舆论。貌似声势浩大的舆论扭曲了当时中国的社会生活和人们的心灵。舆论失去了坚实有力的支撑点，也失去了理性的控制。社会舆论的支撑点是经济基础、经济关系。马克思有句名言：“那些发展着自己的物质生产和物质交往的人们，在改革自己的这个现实的同时也改变着自己的思维和思维的产物。不是意识决定存在，而是存在决定意识。”^① 利益形成舆论的普遍原则在那时根本不被人认识。各种不同经济关系产生的各种不同利益要求，唤起各种情绪，造成各种不同舆论。人为地改变这种舆论趋势，不顾群众实际利益，编织花好月圆的辞句，大造“革命舆论”，尽管大江南北、长城内外一片欢腾，不过是暂时的狂潮。“思想一旦离开利益，就一定会使自己出丑。”^② 在当代中国，从20世纪60年代中叶到70年代中叶，关于某些重大决策的新闻

① 《马克思恩格斯选集》第1卷，人民出版社1972年版，第31页。

② 《马克思恩格斯全集》第2卷，人民出版社1972年版，第103—104页。

宣传常常是一浪高过一浪，由于背离了人民的正当利益，这些新闻舆论并不能真正赢得人心。

二、舆论中影响最大的是新闻舆论

（一）公众舆论是一支巨大的力量

舆论，作为一种社会意识形态，是一定的社会存在的反映。它一经形成与传播，就能成为一种强大的精神力量。卢梭认为，舆论即公意，公意是公众意见最大的公约数^①。伏尔泰说过，人们把公众意见叫做世界之王，舆论就是世界之王。黑格尔指出，公共舆论是一支巨大的力量，在我们的时代尤其如此。他们的见解不约而同，他们都看到了舆论所具有的巨大力量并以不同的言语方式对舆论的重要性进行了强调。

（二）在全部舆论中新闻舆论的影响力最大

在全部舆论中，影响力最大、最能使公众形成广泛一致意见的是新闻舆论。新闻舆论是由新闻传媒通过传播新闻事实的方式而形成的舆论。因为新闻传媒是一种大众传媒，它拥有数量巨大的受众，加之它所传播的是无可置疑的事实，因此它的影响力比自然存在的社会公众舆论要大得多。新闻舆论在形成过程中，不仅发表有形的意见，而且运用大量事实暗示传播者的见解和倾向。

按照黑格尔在其论著《法哲学原理》中的说法，公共舆论是人民表达他们意见和意志的无机方式，在国家中现实地肯定自己的东西必须用有机的方式表现出来。国家制度中的各个部分就是这样的。这里所说的公共舆论是指群众中自发的、缺乏组织形式

^① 《社会契约论》，商务印书馆 1959 年版，第 36 页。

的意见，并以高度分散和自然融合的无机方式渐渐形成的。新闻舆论由于它反映一定的国家意志，并不是自发地、分散地，而是有组织地反映舆论、代表舆论、指导舆论、影响舆论的系统活动，这就要求从事新闻舆论引导工作的人，必须遵循新闻传播规律。这样，新闻舆论才可能产生良好的舆论效应。

（三）新闻传媒通过对事实的报道影响社会公众舆论

新闻传媒与舆论是密切相关的。它是通过对事实的报道来影响社会舆论的，是传播和集中、强化健康积极的舆论的主要渠道。马克思认为，报刊活动的目的是“经常而深刻地影响舆论”，并提出了报纸是“人民的文化和精神教育的强大杠杆”的论断^①。新闻传媒由于具备强大的渗透力和巨大的社会覆盖面，因此，它往往是社会舆论的放大器，是公众情绪行为的催化剂。某些意见经过新闻报道，有可能大幅度地扩大覆盖面，使局部意见转化为全局意见，使少数人意见变成多数人意见，使某种意见的适用度扩展到难以预料的空间。

马克思和恩格斯曾经指出，忠实地表达社会舆论，是报刊取信于公民而赖以生存的条件。报刊如果不能如实反映社会舆论，或者剥夺报刊表达社会舆论的权利，那末它们就不再是“社会舆论的纸币”，而将变成“令人难以相信的单户期票”^②。换句话说，在这种情况下，报刊已不是表达舆论的工具，而只是一般的属于私人所有的物品了。这时候报刊所形成的舆论，也已失去了客观性和公正性。

在马克思和恩格斯看来，报刊的责任，正是代表社会舆论、表达社会舆论。马克思打过一个比方，他把社会舆论比作“袋

① 《马克思恩格斯全集》第40卷，人民出版社1972年版，第329页。

② 《马克思恩格斯全集》第7卷，人民出版社1972年版，第117页。

子”，把报刊比作驮袋子的“驴”，也就是说，报刊是驮“袋子”——“驮”社会舆论——的“驴子”，即报刊是表达、反映、体现社会舆论的一种载体。

从这个视角审视报刊，马克思和恩格斯认为，报刊的一般功能就是广泛、敏捷和真实地表达社会舆论。报刊时刻作好经常的战斗准备，并且总是满怀对于急需报道的当前问题的热情和关心。马克思甚至强调，报刊不仅“是社会舆论的产物，同样地，它也制造这种社会舆论”^①。这里所说的“制造社会舆论”，是指借助报刊传播，使一隅之地的舆论张扬为天下人尽知的舆论，“化私人利益为普遍利益”。比如，“使摩塞尔沿岸地区的贫困状况成为祖国注意和普遍同情的对象”^②，吸引全国的目光关注这一不公事件，用社会舆论的强制力促进问题的解决。

马克思和恩格斯认为报刊要“制造社会舆论”，并不是说报刊工作者可以随心所欲、凭空编造。他们在发起创办《新莱茵报》的有关文章中，曾经谈到报刊如何影响与指导舆论的问题。他们认为，报刊最适当的使命和方法，就是通过向公众介绍当前局势、研究变革的条件、讨论改良的方法，逐渐地、由少积多地、从分散到集中地、自然而然地形成一种舆论，旨在为共同的意志指出一个正确的方向^③。后来，在《新莱茵报·政治经济评论》招股启事中，他们又进一步指出，只要报纸一期又一期地出版，日积月累，就可以起到经常而深刻地影响舆论的作用。可见，在他们看来，报刊影响和指导社会舆论，主要通过提供大量的经过精心选择的影响着读者阅读定势的报道，通过持之以恒的日常报道，而不是主要依赖编者的直接劝说（当然，他们从来都

① 《马克思恩格斯全集》第1卷，人民出版社1972年版，第231页。

② 《马克思恩格斯全集》第1卷，人民出版社1972年版，第231页。

③ 《马克思恩格斯全集》第43卷，人民出版社1972年版，第489页。

没有轻视过这类作品的力量)。在这里，社会舆论的形成和作用机制，同报刊的主角——新闻报道，是紧紧结合在一起的。

舆论既然是客观存在，那么它就有自己的规律和特点。认识和研究这些特点，对于实施正确的舆论引导是十分重要的。

新闻舆论和一般性舆论有联系，也有区别。其个性特征是与新闻传播的特点紧密相联的。由于借助了新闻传播手段，新闻舆论已摆脱了一般舆论由于传播方式落后而造成的自发和盲目的状态，以及影响力、作用力囿于一隅的局限，从而变得更可以按照客观规律进行自觉的、有意识的和有效的引导，并更好地在社会公众舆论中发挥积极作用。

我们可以将新闻舆论的特征，集中概括为如下几个方面：

一是舆论影响所涉及的范围更大。

新闻传媒能够突破时空的限制，迅速及时地传播各种有关信息。国内和国际每天发生的重大的或比较重大的新闻事件，都有可能引起不同地域和阶层的受众的关注。但是，如果不借助于传统的三大新闻传媒或第四媒体，它们就不可能在一个很大的范围内广为传播，为许多人所知晓。这就缺乏在大范围之内形成舆论的必要条件。相反，一旦由传统的三大新闻传媒或第四媒体加以传播，情况就大不一样。由此，在广阔的空间范围内生成一致性或不一致性的舆论，这种情景是时常可见的。

二是社会公众参与的程度更高。

新闻是对新近发生的、为广大群众所关注的、具有新闻价值和社会价值的事件的报道。在现代社会，国家机关通过立法、行政、司法行使着管理国家的权力。社会公众则运用舆论参与各项社会事务或监督权力机关。新闻报道作为两者之间联系的纽带，发挥着提高政治透明度和公开性的极为重要的作用。在现代新闻事业产生之前，人们虽然也运用舆论来了解、认识和评价社会问题，但是那时的舆论大都处于自发、分散甚至是隐蔽的状态，人