

社会舆论原理

◆ 刘建明 著

Principle
of Public
Opinion

华夏出版社

role of

社会舆论原理

◆ 刘建明 著

华夏出版社

on

图书在版编目(CIP)数据

社会舆论原理/刘建明著. - 北京:华夏出版社,2002.8
(新闻学系列)

ISBN 7-5080-2796-5

I. 社… II. 刘… III. 舆论-研究 IV. C912.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 058974 号

版权所有,翻印必究。

社会舆论原理

刘建明 著

策 划:刘 力 陈小兰

责任编辑:刘孟升

封面设计:闫志杰

出 版 者:华夏出版社

(北京市东直门外香河园北里 4 号 邮编:100028 电话:64663331 转)

经 销 者:新华书店

印 刷 者:北京人卫印刷厂

规 格:670×970 16 开

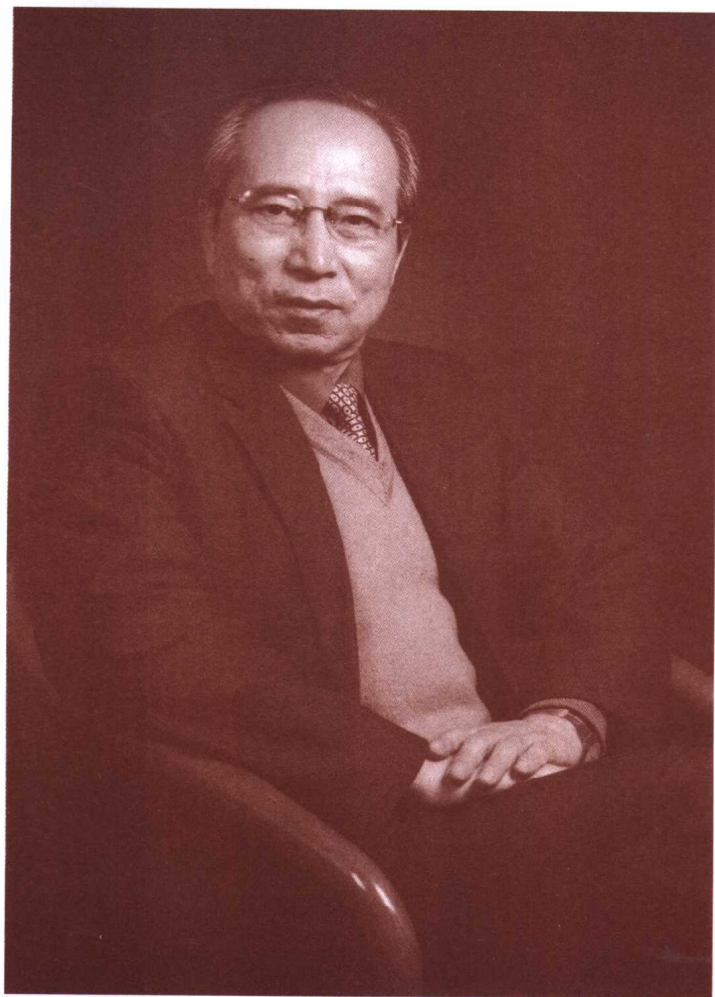
印 张:23.50

字 数:395 千字

版 次:2002 年 8 月第 1 版 2002 年 9 月第 1 次印刷

定 价:35.00 元

本版图书凡印刷、装订错误,可及时向我社发行部调换



著者摄于 2002 年 2 月

社会舆论原理

自序：关于社会舆论的沉思

古有“原田之谋、舆人之诵”，今有“人心是秤、民怨为钟”；那句“群众的眼睛是雪亮的”格言，更是义重万钧。这些尊重民意、以清议辨是非的美言，浓缩了社会舆论的价值，为观察和判断社会问题构筑了真理指标。比如说，如何预测社会发展、把握社会动向？在困境中政府应采取哪种对策？究竟谁能当县长、市长？传媒是否反映了人民的呼声？媒体操作报道有什么原则？……这类社会难题，通过民意测验和舆论分析往往能找到满意的答案。

研究这类现象的舆论学受到人们的重视，因为它回答的是人心所向、社会公道的重大问题，对政治传播、组织传播、经济传播、媒介传播和人际传播等提供了一套新颖的理论模式和思考方式。近年来，舆论学研究的内容大大拓宽，成为认识人生、社会衍变和各种管理活动的一门显学。

舆论总是赞扬什么，抨击什么，让人们认清荣辱是非，知事达理，维护规范。传媒鼓吹舆论如雷贯耳，但有时却吞噬真理，欺骗受众。政治家、记者、宣传家、作家和一切思想巨擘都在搜索和聆听舆论，并以自己的见解引导或搅动更大的舆论，但他们也常常遭到舆论的非议。民意是第一信号，反映社情民意让官员们找到了施政的捷径，也让媒体摸到受众的脉搏，但人们对民意还知之甚少，更不了解怎样鉴别民意。作为群体的思想共鸣，舆论将诉诸公众的要求，让管理者知道如何满足或引导他们的要求。如果有人置民意而不顾，民意也将置他于公判。

舆论有时确实可怕。某人被舆论所击，朋友就开始疏远他；一位官员舆论不佳，下台的日子已经不远，如果他的口碑满堂放光，仕途腾达便指日可待。提拔干部的部门流行一句话：群众通不过的人不能用。这条规定包含着深厚的舆论学原理，不过，对这一原理应有全面、准确的理解，否则，舆论美誉的人却丢了乌纱帽，而舆论看淡的人却连连高升。

几乎每个人都遭到过流言的袭击，有人在恶语面前走向绝望。其实你不必苦恼，只要你没有危害他人和社会，谣言杀人就不应落在你的头上，谎言散布者才应自食其果。正如鲁迅所说，以谣言杀人者，反被谣言所杀。但恶闻已过，诽谤者很少受到正义的制裁，“反被谣言所杀者”更是

闻所未闻。恶意夸大、传播别人的坏消息，以杜撰传闻贬压他人的“杀手”，在缺乏道德和舆论教养的环境里异常活跃，在习惯于大造舆论的社会里就更加游刃有余。无视舆论规则、滥施舆论手段不仅导致社会的不和谐，而且易于刺激危机事件的发生。

以上种种扑朔迷离的哲理，本书都试图做出回答，还提供一些案例让读者体会。我们需要舆论的启蒙，正像在昏厥时需要清醒剂那样紧迫。无论你是政治家还是媒体工作者，是企业家还是一位极普通的人，都能从本书发现另一个社会镜像，从而学会观察社会、立足于社会。

这就是本书作者的奢望。

刘建明

2002年4月于清华园

目 录

导 言	认识舆论,尊重民意 1
	一、舆论,就在我们身边 1
	二、了解舆论史,学习舆论学 3
	三、捕捉舆论信号,把握舆论法则 5
第 1 章	社会舆论及传播特征 7
	第一节 舆论起源的历史 8
	一、原始社会的舆论传播 8
	二、“舆论”概念的出现 10
	第二节 舆论的性质 13
	一、公众见解的体系 13
	二、公众意识的整合 14
	三、社会心理的互动 16
	第三节 舆论传播的特征 18
	一、舆论意识的表层性 18
	二、舆论传播的动态性 20
	三、舆论传播的弹性 21
	四、舆论传播的惯性 22
	五、舆论传播的张力 24
	第四节 舆论案例解析 25
	一、舆论的众志成城 26
	二、舆论特征的生动展示 27
	三、舆论的社会广延性 28

第2章	舆论的产生与形成模式	31
第一节	舆论产生的社会环境	32
一、舆论的公众环境		32
二、舆论的意识环境		34
三、产生意见的“场”		35
第二节	舆论形成的阶段转换	38
一、社会矛盾向议论的转化		38
二、个人意见的扩展		41
三、偶然事件的激发		44
四、意见领袖的引领		46
第三节	舆论形成的标志	48
一、舆论的聚议量		48
二、舆论量及其强势		49
三、舆论量差和舆论的类型		51
第四节	舆论形成的模式	52
一、积聚式舆论的突发模式		53
二、引爆式舆论的高涨模式		55
三、舆论的平缓渐进模式		57
第3章	舆论的群体表达	61
第一节	口头语言表达行为	62
一、舆论微变的俗语		62
二、议论与调侃的风行		64
三、民谣中的民心		67
第二节	肢体行为的意见宣示	70
一、鼓掌的宣泄		71
二、失控的聚众与文明的结社		72
三、其他体态舆论		76
第三节	票决的意志表达	79
一、票决的舆论足迹		79
二、现代票决方式		82
三、票决行为的舆论价值		84

第 4 章	舆论形态的构成	87
	第一节 社会传闻的结构	88
	一、舆论的隐形传播	88
	二、隐性舆论的解构	90
	第二节 会议的舆论形态	91
	一、会议的起源与演变	91
	二、会议舆论的构成	96
	三、会议议题的确定与表决	98
	四、会议舆论活动成功的条件	101
	第三节 理论争鸣的置辩	104
	一、历史发展中的理论争鸣	104
	二、理论传播的舆论法则	106
	第四节 艺术传播的舆论激情	108
	一、造型艺术的舆论效果	109
	二、音乐的舆论感召力	112
	三、文学作品的舆论共鸣	115
	第五节 舆论的综合传播	117
	一、舆论行为的组合	117
	二、游行示威的法律约束	119
第 5 章	社会舆论的类化	121
	第一节 民意是社会意识的主流	122
	一、民意的量化	122
	二、民意产生的社会法则	124
	三、民意的基本属性	127
	四、民意的历史地位	131
	第二节 众意的复合系统	132
	一、公众舆论的一般特征	133
	二、阶级舆论和阶层舆论	135
	三、团体的内聚力与团体舆论	137
	四、群体舆论的冗杂	138

第 6 章	舆论传播的增减律	141
第一节	舆论流量与布量的增减	142
一、	潜在舆论的显化	142
二、	舆论时空的变化与舆论态势	144
第二节	主导舆论的出现与舆论回落	145
一、	从议论的无序化到舆论的有序化	145
二、	舆论消失的特殊形式——舆论转换	148
第三节	舆论的六级增减律	150
一、	由社会沉默走向室语	150
二、	从牢骚、传闻走向议论	151
三、	强烈社会情绪的出现,争议加剧	152
四、	意见领袖的引导,主导舆论形成	154
五、	群情激昂,出现聚众行为	155
六、	行为舆论向骚乱的转化	155
第 7 章	舆论传播的波动律	159
第一节	舆论波与舆论波动律	160
一、	舆论波及其结构	160
二、	舆论波动律	162
第二节	社会舆论的冲突	166
一、	舆论冲突的形式	166
二、	舆论冲突的社会动因	169
三、	舆论冲突的类型	171
第 8 章	社会舆论的正负功能	177
第一节	追求真理的诤言	178
一、	坚持说真话、讲真理	178
二、	诤言与求言的互补	181
三、	诤言是社会进步的直接动力	182
四、	诤言是社会决策的参照系	184
五、	诤言的预测功能	186
第二节	社会褒扬的赞颂	187
一、	褒扬性舆论的内容	188

二、褒扬性舆论的教化	190
第三节 舆论监督的社会制衡	192
一、中国古代的舆论监督	192
二、舆论监督的心理制裁	194
三、舆论监督与民主	196
四、舆论监督是社会的防腐剂	198
第四节 美言与假话的舛误	200
一、美言的陷落	200
二、假话败俗的恶果	203
三、假话舆论产生的原因	205
第五节 谬理喧嚣的蛊惑	207
一、谬理“似是而非”的性质	207
二、谬理的哲学误区	209
第六节 谣言惑众与传播规则	211
一、谣言是环境危机的产物	211
二、谣言的基本种类	214
三、控制谣言的策略	220

第 9 章 舆论传播机构及其作用 223

第一节 新闻媒介的舆论效应	224
一、新闻界的舆论合力	224
二、引导舆论与舆论导向	226
第二节 出版界的舆论影响	229
一、书籍的舆论潜能	229
二、畅销书的舆论浪	233
三、确定图书选题的舆论标准	236
第三节 公共关系公司的舆论产品	240
一、设计舆论形象,获取社会声誉	240
二、咨询与捉刀机构的宣传	242
三、贩卖意见的游说	246
第四节 政府宣传与发言人	250
一、国家官员的政见灌输	250
二、新闻发布机关的意见控制	253

第 10 章	舆论在社会框架中的地位	257
	第一节 经济运动的发声器	258
	一、生产力的音喉	258
	二、公众利益的呼号	261
	三、生产活动中的舆论活力	264
	第二节 政治机体的意识回声	265
	一、政治系统的舆论反馈	266
	二、政治设施的舆论校正	268
	三、政治舆论与政见的形成	270
	第三节 社会舆论的结构与对流	273
	一、权力机构的舆论地位	273
	二、政府要人的立言	275
	三、公众舆论的上达	276
	四、上下层舆论的分离与融合	280
第 11 章	中西舆论制度	283
	第一节 我国人民代表大会的议政机制	284
	一、人民代表大会的议政方式	284
	二、人民代表大会的议政内容	286
	三、人民代表大会的旁听及进言	288
	第二节 人民政协的议政活动	290
	一、人民政协的议政性质	290
	二、人民政协议政的基本渠道	292
	三、人民政协议政的制度化、规范化	294
	第三节 群众组织的呼声	296
	一、企事业单位的评议与票决权	296
	二、村民的议事厅	299
	三、居民委员会会议	304
	第四节 西方国家的议会与表决	305
	一、西方议会形成的历史	306
	二、议会舆论的表达方式	308
	三、质询和弹劾的舆论监督	310
	第五节 西方国家的多党舆论活动	312
	一、多党与两党的舆论争吵	312

二、政党竞选的舆论 314

第六节 西方国家公民的直接舆论参与 317

一、参与管理的发言权 317

二、瑞士的直接票决 320

三、公民的其他舆论方式 322

第 12 章 社会问题的舆论“破译” 325

第一节 社会命题的索解 326

一、向社会主体寻求答案 326

二、民意调查的历史与现状 328

三、防止民意测验步入误区 333

第二节 民意测验的态度设计 335

一、态度的概念与指标 336

二、美国的态度表与设计 337

三、中国态度表与舆论模型 342

第三节 民意测验的具体操作 347

一、索取舆论指数的五种方法 347

二、民意测验的抽样 353

三、汇集样本和舆论态势分析 354

本书著者学术活动简介 361

必读书目 364

导言 认识舆论,尊重民意

据《人民日报》报道^①,在学习“三个代表”的教育中,河南登封市组织了一场别开生面的活动,让全市一千多名干部坐在台下,请有怨言的老百姓坐在台上提意见、吐心声。当时场面非常热烈,台下的干部平生第一次以这样的方式听到严厉直率的批评。

尊重舆论正在走进政治生活,崇敬民意一旦成为公仆的普遍风尚,政通人和的盛世将扑面而来。金奖银奖不如老百姓的夸奖,金杯银杯不如老百姓的口碑,人民的意志和社会规律的统一,总是化为民心向背,凝聚为不可抗拒的力量。作为人民创造历史的第一种形式,民心的现实要求展示出人类社会的发展方向,构建了社会舆论的泛意识科学。

一、舆论,就在我们身边

舆论就在我们身边,甚至出现在每个人的生活空间。它可能和你交上好运,为你送来阵阵颂辞,也可能抨击、讥讽你的所作所为。所以,舆论是“社会浮动意识”的传播,常常表现出激荡的意识风暴。离开人们的群体传播,就谈不上舆论,正如一首顺口溜所说:“人有时莫胡捧,人有过时莫胡评;美言过分不可取,恶言恶语更可憎。”舆论浪涛常常通过传播出现在我们面前,冲击人们的生活和工作。

社会舆论的多样性和震荡之声,不仅使政治领袖们感到棘手,就连一些服务小姐也常常被流言蜚语搅得彻夜不眠。舆论的深层要素渐渐引起人们的思索,甚至引起人们的焦躁不安。矿井木制顶柱在即将坍塌之前常发出吱吱嘎嘎的响声,这是一种警告信号,预示木材的纤维开始一根接一根断裂。金属锡弯曲时也会发出“哭声”,预告材料中一部分晶格在压力下错位,最终导致晶格的大面积崩溃,使锡的结构彻底损坏。社会和物质世界一样,当它遇到突变也会随时发出警示性的声音,这就是社会系统中的舆论。

给舆论下定义并不难,然而,社会学家和宣传学家们却粗心大意地

^① 见汪金有:“台下听民声”,载《北京日报》2001.5.22。

操作它的内涵,把它称作“公众意见”就划上了句号。其实,公众意见仅仅是舆论的一种说法,而不是舆论这一概念的严格界定。从外在形式看,舆论是多人的议论和意见,但实际上它是众人对社会事务共同感悟的顽强意志,表现为同一种希望和追求。在汉语中,有许多成语揭示了舆论这一概念的精要——“众口一词”、“众口铄金”、“众望所归”、“一人传虚,万人传实”等等,都揭示出舆论的内蕴。同时也告诉人们,舆论永远处于群体传播状态,所以把舆论界定为“一定范围内多数人的集合意识及共同意见”,是一个科学的定义。从广义上把握,也可把舆论称作公众的普遍议论。

舆论和其他意识形式的重要区别表现为在人类意识结构中的地位和功能不一样。舆论是一种浮动意识,处于社会意识活动的泛化层面,人们随时都能感受到它的存在。哲学、政治、法律、艺术这些深层意识具有观念夯实特征,居于社会意识活动的底部,是由专门家精湛地创造而形成固定化的思想成果。

诺贝尔生理学奖获得者、澳大利亚著名神经生理学家 J. C. 艾克斯斯把世界划为三个部分:第一是整个物质世界;第二是意识状态的经验世界,即人们平时获得并表达的全部知觉和认识经验;第三是人类创造的知识世界,即整个文化和文明。^①他所说的“第二个世界”就包括我们所说的舆论活动。心理学家布伦塔诺创造了意动心理学,把“感觉、想像,如我见、我听、我想像”,“我承认、我感到、我知觉、我回忆”,“爱憎的意动、希望、决心、意向、欲望”等,视为社会心理的意动现象。^②而人的这些“意动”,被大多数人的感官所察觉,成为多数人的日常言论,便出现各种舆论形态。

宣传工作及各种社会管理工作,不仅运用深层意识——思想理论解释客观事物,而且针对浮泛意识——舆论暴露出来的思想倾向,提高人们认识真理的能力。舆论意识趋向外露化,表现为人们的口头言语现象,动用视觉和听觉就可以获得它的全部内容。舆论主体多数是普通社会成员,使舆论获得无处不在,无处不有的生命力。舆论针对社会各个角落刚刚出现的利害问题和重要事件,表明各个领域的最新动态,占据这些领域的外层意识空间。随着时间的推移,许多人认为具有永恒意义的意见便逐渐凝固为系统、深层的知识,积淀为意识形态系统。

从产生形态方面考察,舆论是人类个体意识活动的结晶。一种舆论

① “大脑——精神问题是科学的前沿”,《科学的未来》第 134 页,1975 年版。

② 《灰箱:意识的结构与功能》第 46 页,人民出版社 1987 年版。

的形成,不是由任何人组织、布置甚至幕后策划所能奏效的,舆论的出现是无数个体意识融汇的结果。它随时告诉政治家及一切社会活动家,人民在想什么?人民的情绪如何?人民拥护什么、渴望什么?从活生生的社会舆论话题,可以发现重大社会问题和解决这些问题的真知灼见。因此,社会舆论是丰富的思想宝库。

二、了解舆论史,学习舆论学

从80年代初开始的改革开放,为中国舆论学的诞生开辟了一片新天地。正是人民首先冲垮“左”的或右的思想牢笼,运用舆论从事社会参与,才使舆论成为思想解放的先锋。但许多人并不知舆论为何物,对舆论学的浅薄认识几乎达到幼稚的地步,因为在改革开放前,几乎没有人受过正规的舆论学教育,即使天天和舆论打交道的宣传工作者,也远不知舆论传播研究的主要对象。

舆论学是关于舆论产生、形成及其传播功能的社会科学,有悠久的历史。在古代各民族的生活,大都出现过游说、论辩的灿烂时代,重视辩论的理论与实践一度成为人类早期的重要舆论活动。令人神往的古希腊伯利克时期,崇尚慷慨陈词、唇枪舌剑的雄辩,曾放射出“民主政治”的奇光异彩,孕育了一批如高尔基亚、普罗塔哥拉、苏格拉底那样杰出的辩论大师。他们自称“索菲士”(智者),对国家问题、道德问题和语言修辞问题创造了演说和证明的艺术。他们的身边总是聚集着一群群激动的听众。另一位伟大的奴隶主政治家亚里士多德,以《政治学》、《论辩学》等光辉著述为教材,在雅典学园中讲授以表达舆论技巧为核心的政治艺术。虽然他们中一些人后期成为诡辩论者,但对舆论研究作出的贡献,永远闪烁着光辉。

17世纪中叶,舆论的巨大社会作用引起资产阶级思想家的高度重视,因为封建贵族异常仇视舆论的勃兴,把一切不同于皇权、教会的意见视为“妖言惑众”,残酷地加以扼杀。而新兴资产阶级则渴望民主,为争取政治权力和自由贸易,奋起击溃封建专制者的舆论禁锢。英国自由主义代表人物约翰·洛克首先敲响了震撼西欧大地的舆论巨钟,提出“民主——民众一致意见”论。在《政府论》一书中,他认为社会共同体是多数人协议(取得一致意见)的结果,人们依靠这种意见“以谋求彼此间的合适、安全及和平生活”。法国思想家伏尔泰、狄德罗、卢梭先后论述了舆论的本质与作用。伏尔泰断言:“人们把舆论叫做世界之王。舆论就是世界之王。因为当理性来反对舆论时,理性就注定完蛋。”卢梭是西方近代系统