

新概念传播

舆论

陈力丹 编著

感觉周围的精神世界

● 世界历史——我们不再怀疑
——就在于公众舆论



上海交通大学出版社

新概念传播
舆论——感觉周围的精神世界

陈力丹 编著

“世界历史——我们不再怀疑——就在于公众舆论。”

上海交通大学出版社

内 容 提 要

本书系《新概念传播》系列书之一。本书采用深入浅出的论述,对舆论的概念,舆论的形成,怎样看待舆论的显现,以及大众传媒与舆论的关系作了阐述。本书语言精练,叙述流畅,是广大市民消闲中长知识的有益读物,也是白领自身修养的理想读物。

图书在版编目(CIP)数据

舆论—感觉周围的精神世界 / 陈力丹编著. —上海:
上海交通大学出版社, 2003
(新概念传播)
ISBN 7-313-03200-5

I. 舆... II. 陈... III. 舆论—研究
IV. C912.63

中国版本图书馆CIP数据核字(2002)第083752号

新概念传播

舆论—感觉周围的精神世界

陈力丹 编著

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 877 号 邮政编码 200030)

电话: 64071208 出版人: 张天蔚

常熟市文化印刷有限公司印刷 全国新华书店经销

开本: 787mm × 960mm 1/32 总印张: 31.125 总字数: 636 千字

2003 年 1 月第 1 版 2003 年 1 月第 1 次印刷

印数: 1—3 050 本册定价: 8.00 元

ISBN 7-313-03200-5/G · 500 全套定价: 64.00 元

版权所有 侵权必究

《新概念传播》编委会

主编：金冠军

编委：（以姓氏笔画为序）

李 珠 陈力丹 陈 鸣 余志鸿 沈 荟
张天蔚 金冠军 赵士林 郁金豹 黄剑华
戴元光

序 言

《明天传播学》丛书已经出版了传播学教材、专著和影视艺术系列,现在出版《新概念传播》系列书,这是一个不错的策划。传播学历来是书斋里的学问,不大注重普及,这是传播学研究中的一个缺点。

现代科学呈现两种发展趋势,一是学科越来越多,分工越来越细,二是各学科的交叉越来越多,互动越来越强。就传播学来说,有大众传播学,新闻传播学,传播心理学,传播伦理学,广告学,公共关系学等;传播心理学还可分为接受心理学,媒介心理学等。网络传播既可以是人际传播媒介,也可以是大众传播媒介。所有的传播媒介都有强大的技术背景,具有交叉学科的特征。

传播发展到今天,已不再仅仅是组织行为,而是全社会参与的行为。媒介已深入千家万户,成为人们生活中的一部分。人们对传媒的依赖为始料所不及。

由于传媒的大众化、社会化,传播知识的普及也越来越迫切。这套小册子,正好弥补了普及传播学知识的不足。其实,册子虽小(文字少),知识容量却不少,不仅适合非专业人士阅读,对于有相当文化程度的人士,也是不错的读物。尤其是著

名漫画家戴逸如先生为图书绘制了相当精美的插图,使这套小册子锦上添花,希望读者能喜欢。

编者

2002年12月

目 录

1 什么是舆论 如何看待舆论	1
1.1 感觉舆论	1
1.2 舆论的八要素:一个全面的舆论 定义	5
1.3 众说纷纭:如何看待舆论	23
1.4 什么不是舆论.....	29
2 舆论是怎样形成的.....	37
2.1 平常我们怎样想象舆论的形成.....	37
2.2 个人意见怎样转化为舆论.....	45
2.3 宏观、动态地考察舆论的形成	54
3 舆论怎样显现.....	64
3.1 舆论的三大类显现形式.....	64
3.2 舆论不单纯是“议论”.....	74
3.3 舆论的畸变形态——流言.....	82
3.4 我国舆论变化着的规模态势.....	85
4 大众传播媒介怎样影响舆论.....	90
4.1 大众媒介对舆论影响到什么 程度.....	90

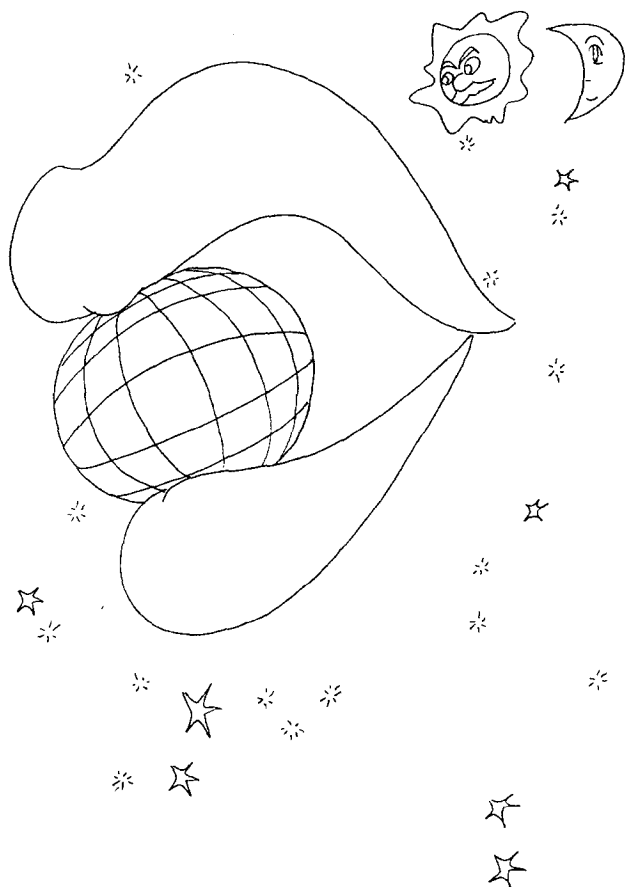
- 4.2 大众媒介营造的世界是真实的吗..... 95
- 4.3 舆论对大众媒介制约到什么程度 105

1 什么是舆论 如何看待舆论

1.1 感觉舆论

“舆论”这个词现在变得较为流行了,如果问上一句“什么叫舆论”,谁都能回答:它不就是指人们的议论吗!这样解释舆论,实际上是基于我国久远的传统认识。我国历史上最早出现“舆论”这个词,可以追溯到1700年前的《三国志》、《梁书》等史籍,那时就是在“人们的议论”的意义上开始使用“舆论”这个词的。即使是这个意义上的“舆论”,由于我国传统社会的特征,政体上的君权具有至高无上的地位,在乡间则是族权具有很高的权威,其使用频率也很低。实际生活中,若不到“官逼民反”或“兵临城下”的份儿上,相对于皇上而言的“蚁民”的议论,是没人重视的。

在我国,“舆论”一词是个偏正结构的词组,“舆”,最早是指轿夫,后泛指公众,也可进一步转义为社会;“论”即议论。我们常见的“公众舆论”、“社会舆论”等概念,实际上是将“舆”字同义反复地使用了。这种情况约定俗成,很难纠正,当我们看到诸如“公众舆论”、“社会舆论”等词时,把它理解为舆论即可。



通过采访个别人,说几句关于形势的永远正确的套话。这是一种宣传现象,不是舆论现象。舆论的主体是公众。

在西方,与我国拥有久远历史的“舆论”相对应的舆论概念,可晚多了,这是我们可以自豪的地方。但是,对于概念的理解和使用,我们却是落后的。1762年,法国启蒙学者卢梭(Rousseau,J),在他的《社会契约论》中首次将拉丁文字体系中的“公众”与“意见”两个词汇联系起来,用来表达人们对于社会性的或者公共事务方面的意见,即“舆论”(法文原词 *Opinion Publique*)。英文“舆论”的概念(*public opinion*),出现的时间还要晚几年。但是它一出现,就是一个与当时欧洲的王权、神权相对应的独立概念,含有“人民主权”的意义,是一种与世俗的、宗教的权力对应的无形的人民权力的象征。

例如在空想社会主义者圣西门那里,舆论的地位如同他所说:“人们把舆论称为世界的主宰,这是十分正确的。它是一个伟大的道德力量,只要明显地表现出来,就必然要压倒人间的一切力量”。青年恩格斯接触启蒙哲学后,也曾自豪地说:“世界历史——我们不再怀疑——就在于公众舆论。”(直译:世界历史进入舆论)这典型地反映了当时人们对舆论的一种认识。显然,这个意义上的舆论,是不能小看的。从那时起,关于舆论的研究也开始了,但是分散在诸多的著作中,不成系统。1922年,美国专栏作家李普曼(Lippmann,W)出版了《舆论学》一书,标志着舆论学的形成。

现代社会,个人的权利意识大大增强。除了在具体单位、细小事情上需要注意传统意义上的“人们的议论”(因为人言可畏)外,更多地还要观

察、了解整体意义上的外部精神世界的状况,根据自己拥有的权利和义务,经常为自己或团体作出适应形势的各方面决策。这个外部的精神世界,包括传统文化、当前社会的意识形态,但更多的是自然存在的、经常变化的舆论,它是无形的,但又是有力量的。每一个正常思维的人,都有一种感觉外部精神世界的能力,都在感觉着这种外部精神世界,有的学者将这种能力称为人的“统计直觉”(statistical intuition)。

一个人开始思想、说话、写作或作出决策时,都会既清晰又模糊地意识到:有许多无形的观念包围着他。这些观念的存在形式是多样的,但有一个共同点,即它们处于“我”以外。在这个意义上,李普曼说:“其他人头脑里的想象,他们自己的情况、他们的需要、意图和关系等等都是他们的舆论。”“清晰”是指这种感觉的确定性;“模糊”是指对这些观念的数量、内容的把握,依据的是个人的估量,一种大体上的感觉。也许他本来有自己的看法,但是表达时必须考虑这些包围着自己的无形观念。对少数意志坚定的人来说,这些外界观念的影响是微小的,但对大多数人来说,他们通常要避免与周围既定的观念发生过于明显的冲突。同类的情形多了,所谓“自己的看法”便不知不觉地与周围的观念一致起来。这种能够感觉到而个人难于把握的存在物便是“舆论”。如果感觉到的无形观念是社会总体意义上的,即各个层面、各个领域舆论的总和,它便被称为“舆论环境”。

显然,如果要确切地估量舆论,就需要对人们的模糊感觉作出科学的解释。舆论学要研究的“舆论”,并不是简单的“人们的议论”,而是有确切的定义的。然而,学术界关于舆论的定义多达 50 多个。在这里,为深刻理解舆论,我提出一个较为实在的、全面的定义,以便大家能够更适当地估量和对待它。

1.2 舆论的八要素:一个全面的舆论定义

每个人都感觉到舆论的存在,那么舆论究竟是什么?由于观察舆论的角度不同,关于舆论的定义,认识差距较大。从舆论必备的要素来定义舆论,可以避免各种意见分歧,便于全面地认识舆论这种社会现象。这里先列举一个典型的舆论事例:

20 世纪 80 年代,苏联发生了震惊世界的切尔诺贝利核电站核泄漏事故。当时我国在香港附近的大亚湾核电站,刚刚动工,目的是加强对广东,特别是香港的电力供应。苏联发生核泄漏的信息传来,使得香港市民联想到近在咫尺的大亚湾核电站,对于核电站的安全很不放心,这种不放心甚至可以用“不寒而栗”来形容。于是一种反对在大亚湾修建核电站的公众意见骤然而起。人们用不同的方式,包括上层人士直接向中央表示反对意见、在媒介上发表反对文章、群众性的请愿、游行等等,表达他们的意愿。以不同方式公开参与这方面意见表达的人数超过百万。我方做了许

多工作后,这种意见从高涨逐渐衰落,持续了大约五年时间。我方考虑到香港市民的意见,在安全方面做了更多的努力,聘请了国际著名核专家监督工程的安全问题。电站运转以来,一切正常,给香港带来了很多实际利益。不知不觉地反对修建核电站的意见也消失了。当时这种反对修建核电站的意见,显而易见已经形成为“舆论”。

以这件事情为例,我们可以看到舆论的七个必要要素和一个非必要要素:

1. 舆论的主体——公众

任何舆论都要有表达意见的主体,这件事情中舆论的主体显然是香港公众。作为舆论主体的公众,是舆论的第一个要素。这里的“公众”,应是对外部社会有一定的共同知觉,或者对具体的社会现象和问题有相近看法的人群。但在现实社会中,公众一般是分散的,把他们联系起来的,是在某一方面对外部事物的共同或相近的情绪、观点等等。因此,每个人对“公众”的感知既是实在的(可以感受到有限的相近情绪或观点的人),又是模糊的(对于大范围的相近情绪或观点的人的感知,凭的是所谓“统计直觉”)。这次形成舆论,是由于公众感觉面临着共同的社会问题和利益;在不涉及共同利益或问题的情况下,出于共同兴趣,有时处于不同利益和文化背景的人群也可能在某些问题的看法上形成较为一致的意见。

公众的构成是变动的,会随着社会结构的变

化、某些社会现象和问题的出现和消失、某些社会共同兴趣的兴衰,出现或消失,不断重新组合。由于公众面临的社会问题或现象,或者拥有的共同兴趣,有局部的,也有全局的,因而面对不同舆论客体的公众群的成员,经常是交叉的。

香港这次形成的舆论,公众表达的公开性质十分明显,容易感觉到。但是许多关于某些事物的舆论主体,只是在舆论调查的分析报告中是集合的。这种舆论主体存在与否,需要认真考察调查报告的信度和效度。

作为舆论主体的公众,对于特定问题的情绪表现也许较为朦胧、观点表达较为简单,或正确或荒谬,但是应当能够自主表现或表达,具有自主意识。这是能够视为舆论主体的必要条件,否则,公众意见也许并不是真正来自公众。

我国漫长的古代社会结构的特点,是将血缘、宗法的伦理法则上升为国家的政治法则,“修身、齐家、治国、平天下”的精神原则高度一致,国家与社会高度一体化,相当程度消解了私人生活空间存在的可能性。因此,自主公众的形成,对于估量舆论的价值具有重要意义。换句话说,舆论主体必须是能够自主表达意见的人群,他们的意见确实是自己的意见,而不能是别人强迫他们表达的,或捉刀代笔的意见。我国传播媒介上经常通过采访个别人,说几句关于形势的永远正确的套话。这些被采访的人,一般不能视为舆论主体。这是一种宣传现象,不是舆论现象。



舆论是世界的主宰，是一种道德力量，它必然要压倒人间的一切力量。

当代舆论的中心始终在城市,特别是大城市。因为那里人群密集,集中着最大数量、较高质量的公众。我国社会主义市场经济的新环境,正在造就具有自主意识的我国舆论的主体。一位作者就此这样写道:“据最保守的统计,每年最少有1000万农民涌入城市。而生活在城市中的人们,也不甘于现状,他们从小城镇流入发达的大城市……这些流动着的在新的经济体制下寻找机会的劳动者普遍具有最基本的文化水准。被纳入现代化的生产体系和全球规模的市场之后,他们很快与大众意识认同,大众传媒的渲染与引导又使这种意识得到深化。于是,大众,作为一种重要的社会现象,在中国现代化的进程中浮出海面。”

这里需要特别说明的是:各种社会团体、党派、学校、企业和政府机关等的宣传部门、接待部门和公关部门等等,它们不是舆论的主体,也不能够成为舆论主体。它们传播代表自己组织的方针政策方面的信息,组织社会活动,执行着一种与舆论主体性质相近的职能。这种按照一定的规则有意识地组织起来的群体,与本来意义的自在的公众是有区别的。这些部门的成员,作为个人分散在社会中的时候,可能是围绕各种不同问题发表自己意见的公众的一部分,但由法定社会组织成员形成的执行某种社会职能的团体,仅是对公众的模拟,可称为“模拟公众”(pseudo-public)。

由相近或相同的认知而关联、具有社会参与的自主性,这是作为舆论主体的公众的两个主要