

郭光华 著

湖南人民出版社

舆论引导艺术论

YULUN YINDAO YISHU LUN

■ 郭光华

著

湖南人民出版社

舆论引导艺术论

责任编辑：龙士林

装帧设计：尹文君

舆论引导艺术论

郭光华 著

*

湖南人民出版社出版、发行

(长沙市银盆南路 78 号 邮编：410006)

湖南省新华书店经销 湖南省印研所实验工厂印刷

2000 年 4 月第 1 版第 1 次印刷

开本：850×1168 1/32 印张：9.375

字数：227,000

ISBN7-5438-2286-5

G·478 定价：15.50 元

创新是社会科学研究永恒的主题·

文 选 德

新世纪向我们悄悄走来。随着世界各种思想文化的相互激荡和科学技术的迅猛发展，建设有中国特色社会主义伟大实践的不断向前推进，哲学社会科学的地位和作用日益凸现。哲学社会科学是以人类及其社会发展规律为研究对象的，与自然科学一起构成人类知识的两大类别，是推进社会发展的重要杠杆。早在1977年邓小平同志就指出：“我们国家要赶上世界先进水平，从何着手呢？要从科学和教育着手。科学当然包括社会科学。”出于对社会科学重要作用的深刻领悟，江泽民总书记在十五大报告中强调：“积极发展哲学社会科学，这对于坚持马克思主义在我国意识形态领域的指导地位，对于探索有中国特色社会主义的发展规律，增强我们认识世界和改造世界的能力，有着重要意义。”伟大时代必然产生伟大的科学、伟大的作品，这科学这作品都将成为推动社会进步的物质力量。

毋庸置疑，社会科学的繁荣需要充分发挥每一位社会科学工

* 这是中共湖南省委常委，省委宣传部文选德部长为获得湖南省第三届优秀社会科学出版资助著作所作的总序。

作者的聪明才智，但是，社会科学研究不完全是一种单纯的个人行为，也不是一种自发倾向，需要正确的理性引导，需要社会的组织协调，需要必要的物质投入，还需要精品的示范效应。改革开放以来尤其是近些年来，我省广大社会科学工作者为了多出成果，出好成果，耐得住“寂寞”，甘于“清贫”，呕心沥血，无怨无悔，表现出了社会科学工作者的高尚情操和精神风范。为了充分尊重社会科学工作者的辛勤劳动，资助优秀学术成果出版面世，省委宣传部于1996年出台了《湖南省优秀学术著作出版资助暂行办法》，先后共资助出版了29部优秀学术著作。这次通过评审确定资助出版的17部学术著作品位比较高，门类比较全，从一定程度上反映了我省社会科学研究的整体水平。在此，我向所有获得出版资助的作者表示祝贺！今后，我们要按照宁精勿滥、择优资助的原则，把制定课题规划、立项评审与资助出版结合起来，把研究活动与成果的宣传推介结合起来，着力解决社会科学“研究难、出成果难、出版难、实现价值更难”的问题，使优秀的社会科学成果充分发挥社会效益和经济效益。

人类是一条川流不息、亘古常新的长河。应该看到，高举邓小平理论伟大旗帜、把建设有中国特色社会主义事业全面推向21世纪的新形势和新任务，呼唤哲学社会科学的发展，向社科研究工作提出了新的更高要求。

要强化时代意识。社会科学作为一个历史范畴，虽然有其超越时代的共同性，但从整体而言，是一定社会条件的产物，具有鲜明的时代特征。邓小平理论是当代中国的马克思主义，是马克思主义在中国发展的新阶段。要突出对邓小平理论的研究和宣传，加大对邓小平理论的研究力度，努力探索建设有中国特色社

会主义经济、政治、文化的发展规律，深入研究和正确回答当前经济社会发展中带战略性、全局性的重大现实问题，把加强对改革和建设重大现实问题的研究作为哲学社会科学研究的主攻方向，以推动改革的深化和经济社会的全面发展。同时，还要加强对世界新趋势、新问题、新知识的研究。

要强化服务意识。要坚持社会科学紧扣党委和政府的中心工作，为党委和政府决策的民主化和科学化提供智力支持，起到智囊团和思想库的作用。要把地方党委、政府工作中的难题作为研究的课题，把人民群众的热点、疑点作为研究的重点，从而使党委、政府对社科研究人员“信得过，用得上，离不开”，使社科研究人员起到做好助手当好参谋的作用。

要强化创新意识。创新是社科工作者的灵魂，是社科研究的永恒主题。社科研究重在创新、难在创新、贵在创新，切忌人云亦云，低水平的重复。理论创新是宽领域、多途径的，或在社会实践中获取源泉，或在学术争鸣中得到启发，或在学科分化、整合中另辟新径等。无论是马克思主义基本理论的研究，还是各学科基础理论研究乃至应用对策研究，都要力求有新的视角，勇于创新，善于创新。

要强化精品意识。精品是一个国家文化水平的标志。一部精品的影响力，往往胜过几十部甚至几百部一般的作品。对于精品力作，按马克思的话说，它们是“不可企及的高峰”，即都具有不可复制性和不可替代性而永恒和不朽。歌德在读到佳作时说：“精神有一个特征，就是对精神起到推动作用。”好书不厌百回读。真正的精品是活在时间的维度里的，历史总是把最有分量的东西保留下来。

惟楚有材，于斯为盛。我们期待湖南在社科研究中精品力作层出不穷，期待“理论湘军”早日崛起饮誉于世。

1999年6月

目 录

绪论 舆论引导是一门艺术·····	(1)
一 从新闻报道的社会职能谈起·····	(1)
二 传播效果研究是传播学中的重要课题·····	(3)
三 舆论引导是一门艺术·····	(6)
四 以多视角来研究这门艺术 ·····	(17)
第一章 舆论 ·····	(23)
一 什么是舆论 ·····	(23)
二 显性舆论与潜性舆论 ·····	(25)
三 新闻媒体营构的舆论世界 ·····	(38)
四 舆论的力量 ·····	(43)
第二章 舆论引导功能 ·····	(49)
一 用新闻媒体引导社会舆论 ·····	(49)
二 沟通舆论渠道 ·····	(52)
三 疏导社会舆论 ·····	(56)
四 营构舆论氛围 ·····	(60)
第三章 舆论引导原则 ·····	(63)
一 以正面宣传为主 ·····	(63)
二 用事实说话 ·····	(83)
三 以适度为准 ·····	(95)

第四章 舆论引导“三大件”	(110)
一 典型报道	(110)
二 热点引导	(124)
三 舆论监督	(139)
第五章 舆论引导组织策划	(155)
一 新闻舆论合力	(155)
二 报道策划	(167)
三 议程设置	(182)
第六章 舆论引导辩证思考	(192)
一 有闻与无闻	(192)
二 主旋律与多样化	(200)
三 指导性与接近性	(205)
第七章 舆论引导语境营构	(212)
一 语境在传播中的意义	(212)
二 舆论引导中的语境	(214)
三 营构真实性语境	(216)
四 营构“说话”的语境	(223)
第八章 舆论引导个案研究	(233)
一 论体验式报道	(233)
二 好新闻无软硬之分	(238)
三 写点人情味新闻	(242)
四 客观报道与新闻真实	(245)
五 阅评一组	(250)

附录 社会语境的反作用	(269)
一 传播模式的觉悟	(269)
二 对传者的反作用	(272)
三 对受者的反作用	(278)
四 给舆论引导的启示	(281)
后记	(285)

舆论引导是一门艺术

一 从新闻报道的社会职能谈起

新闻报道的社会职能，概而言之，不外乎三：传播信息、引导舆论、娱乐群众。传递信息、娱乐群众的职能不在这里讨论，单说“引导舆论”这一社会职能。

也许是对过去新闻报道的生硬说教的逆反，一些人对新闻报道引导舆论这一职能深存偏见。然而，事实的存在是不依赖于人们的喜好厌恶情绪的。先看一个触目惊心的反面例证：

1989年的罗马尼亚事件中，西方国家就曾通过电视卫星转播，将所谓“罗马尼亚国家安全部队大肆屠杀群众”和“死难者尸体难以计数”的电视画面向罗境内播放。这些报道，大大激化了罗马尼亚政府与国民的矛盾，对推翻齐奥塞斯库政权发挥了不容忽视的作用。事后人们才知道，这些画面都是用计算机合成技术伪造的。^①

这正应了毛泽东说过的一句话：凡要推翻一个政权，总要先造成舆论。不过，这种以虚假信息来影响舆论的做法，是我们所不

^① 见1998年2月27日《中国国防报》，吴志忠文。

齿的。但这一“反面教员”所传达的信息,却值得我们咀嚼。

引导舆论的途径不止一种,但是,在今天这一媒体化生存的社会,新闻报道在这方面的功能是十分巨大的。

一位法国学者说:“广义地说,新闻就是表现社会,因此根据它所置身其中社会环境的总和,它不仅采用多种多样的形式,而且具有多种多样的职能。一切新闻手段都只起媒介的作用:它们传递人们交给它们的信息,当然也会或多或少地、毫不犹豫地搀进它们自己的成见。”他将新闻的社会职能分为三种:报道职能、辩论职能、娱乐职能。关于辩论职能,我们再来摘录他一段话:

“各个新闻机构不仅反映社会上的争论,而且相当积极地参与其中,力图表明自己的观点,甚至力图强加于人……在社会生活中,由于各人的爱好、信仰、隶属及利害等都不相同,所以在各种问题上,一直存在着截然不同的看法。在民主国家,至少在原则上是通过自由辩论来判断各种不同意见的是非:辩论后,那些传播得最广泛、拥护者最多的意见占上风。在辩论中,一开始新闻界就占有重要地位。”^①

这段关于“辩论职能”的论述,很有些与我们所说的引导舆论的职能相似。可见,在西方新闻界,新闻报道所具有的引导舆论的功能也是十分被看重的。

我国学界关于新闻报道的舆论引导功能,以中国社会科学院新闻研究所所长喻权域先生的观点颇具代表性和权威性。喻先生认为新闻报道的舆论引导功能主要分两个方面来理解:宣传功能和舆论功能。关于“宣传功能”,喻权域说:“宣传先进的正确的思想、理论、主张,宣传国家的法律、法规,宣传值得大家学习仿效的好人好事,宣传科技进步和工作中的成功经验。现代社

① 贝尔纳·瓦耶纳《当代新闻学》第22页、27页,新华出版社,1986年版。

会，各阶级、各阶层、各种社会集团都要利用大众传播媒介宣传自己的政治主张，这是正常的。”

关于“舆论功能”：“大众传媒反映公民的意见，是发挥‘舆论功能’；大众传媒自己发表意见，也是‘舆论’，由于这种意见的影响很大，所以是重要的社会舆论。”“大众传媒有责任‘以正确的舆论引导人’。”^①

综上所述，新闻报道对于舆论的影响是显而易见的，通过新闻报道来引导舆论，无论中外，都成了新闻媒体的自觉行为。正如蔡元培先生早就指出的：“盖新闻事业之天职，上以督促政府，下以指导社会。”^②

正是因为引导舆论是新闻报道的社会职能，所以，我们提出“以正确的舆论引导人”，是符合新闻规律的，不仅是可行的，而且是必须的。

二 传播效果研究是传播学中一个重要课题

传播学研究，自哈罗德·拉斯韦尔创立五个 W 传播模式后，这一领域即形成了相应的五项专门研究，即“传者研究”、“信息或传播内容研究”、“媒介研究”、“受者研究”和“效果研究”。

其实，这五项研究中，前四项研究的全部旨归在于“效果研究”。传播是一个过程，信息从信源到信宿，是有着功利性的。传播过程是否成功，关键在于终端研究显示的结果。正是因为这

① 喻权域《与香港同行谈我们对新闻工作的基本看法》，载《新闻与传播研究》1997年第2期。

② 转引自胡正强《蔡元培新闻思想论略》，载《新闻与传播研究》1996年第2期。

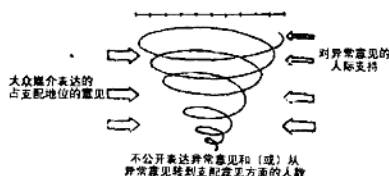
样，在上述五项研究中，传播效果的研究始终是传播学研究中一个重要的课题。

西方关于传播效果的研究经历了一个肯定——否定——肯定的过程。按美国学者卡茨的概括，以往关于传播效果的研究可分为三个阶段：第一阶段，认为传播媒介是“枪弹”、“注射针”，一击就中，具有巨大威力，是万能的；第二阶段，认为大众传播媒介极难改变一般人的意见、态度和行为，其效果是很有限的；第三阶段，既承认大众传播有相当强的效果，也强调它并非万能。由于卡茨在概括中将各阶段以较为具体的时间标出其起始，故显得有些削足适履般的生硬。比较而言，美国学者赛弗林等人的描述更接近实际。

沃纳丁·赛弗林和小詹姆斯·W·坦尔卡特在吸收卡茨分期理论的合理成分的基础上，将研究视野进一步扩大，从而对传播效果的轨迹作了四个方面的概示。这四个方面是：“枪弹论”、“有限效果论”、“适度效果论”和“强大效果论”，其演变轨迹如下图所示：^①

50年来有关大众传播效果的各种理论的变迁

资料来源：赛弗林和垣克特（1981）



^① 沃纳丁·赛弗林等《传播学的起源研究与应用》，福建人民出版社，1985年版。

赛弗林等指出,根据传播效果的轨迹,可以清楚地看到这些理论显示的循环特点。但是,这种循环绝不是那种简单的机械式的往复循环,把对传播效果认识退回到原来的“枪弹论”的起点上去,而是呈螺旋状向前渐进的。

回顾西方有关传播效果研究的演变轨迹,其中有些内容是颇耐人寻味的:

“枪弹论”将受传者想象为射击场上一个固定不动的靶子,传者只须将枪口对准靶子扳动枪扣对方即可应声倒地。实践证明,这只是臆造出来的神话,是对受者情况的无知。

“有限效果论”又被称为“最低效果法则”。拉扎斯菲尔德等人的一次实验,彻底动摇了他们对传播所能产生的效果的信念。他们对一次总统选举的情况分析表明,大多数人在投谁的票这一点上早有陈见,并没有受到媒体急时抱佛脚式的临时宣传影响;只有5%的人中途改变了态度,而这一态度的改变,其影响也不是来自媒体,而是亲朋好友及周边人的劝服。“有限效果论”对“枪弹论”的反拨显然矫枉过正,从一个极端走向了另一个极端。因为他们忽略了媒体长期对受众潜移默化的影响。

“适度效果论”同“有限效果论”的研究都注意到了在大众传播媒介与受传者的互动中去研究传播效果,但它得到的结论是比较乐观的。研究者们注意到了大众传播的长期效果。他们认为,传媒所做的那些急功近利的短期传播行为的确不易陡然改变受众行为,但从更大的范围更深远的意义来看,媒体又的确在培养着受众的观念,无形中左右着他们的行为方式。

“强大效果论”是沃纳丁·赛弗林等人对传播的实际效果及其发展趋势所提出的理论假设。德国学者伊丽莎白·内尔—纽曼教授在其著作《重归大众传播的强力观》中阐发了这一假设。她认为,大众传播具有累积性、普遍性与和谐性的特征。这三个因素的有机结合就能对舆论产生强有力的效果,只要根据传播原则审

慎地筹划传播内容，真正掌握好大众传播的上述三个特性，使不同特质的媒介手段以不同的方式就某个问题或事件形成一致的观点，受众在无法选择其他的讯息时，大众传播媒介就有可能对其形成日积月累、潜移默化的渗透力，让大多数人按照大众传媒引导的方向行动。^①

“强大效果论”的假设虽然大胆，却是可以小心求证的。从传播效果研究的轨迹看，我们可以发现通过否定之否定，研究成果越来越接近事物的本质。应该说，它们对于传播活动对受者所能产生何种影响，在知己知彼的过程中终于能有个较清晰的把握了。面对今天这种越来越媒体化生存的社会，人们对于传媒的依赖，传媒对于人们言行的影响，无处不在印证这些观点。

西方传播学关于大众传播效果的研究所揭示的，对于我们理解新闻媒体对于舆论的引导功能无疑有着重要参考价值。在我国，对舆论引导的效果，也始终处于探索研究的过程。既有过过分夸大其作用的时候，也有部分人过低估计其作用的情况。因此，准确地理解新闻报道对社会舆论的引导作用，不仅有助于我们对新闻本质、新闻规律等方面的认识，更重要的是，有助于我们正确地去控制社会，能动地去改造社会。

三 舆论引导是一门艺术

以正确的舆论引导人，这是新闻工作者的神圣职责。从事新闻实践的人深有体会：舆论引导，重在“正确”，难在“引导”。引导何难？我认为，难就难在它是一门博大精深的艺术，需要花

^① 引自甘惜分主编《新闻学大辞典》“强大效果论”条，河南人民出版社，1993年版。

大力气去研究去把握。

舆论引导之难，首先是它的对象之艰巨。舆论引导的目的，说到底是对社会的控制。我们知道，从社会学的观点看，社会需要控制同时也是可以控制的。对社会的控制可以从多个方面多种途径去实施，就常规的情况而言，从意识形态这一角度去控制应当是最为科学最为安全的。而从意识形态这一角度来控制社会，最为可取的也就莫过于舆论引导了。让舆论引导来部分地承担对社会的控制，任务自然是颇为艰巨的。

舆论引导之难，还在于它的对象之复杂。舆论引导要产生社会效应，还得通过对人的引导来实现。从西方传播学的眼光来看，舆论引导无疑包含了劝服的意义；用我们的话来说，就是要做人的思想工作。人的思想最为活跃最为复杂，因而最难以把握更难以“做好工作”。简单的办法是没有的。方法不得当，不仅不能行之有效地去引导，反而可能导致意想不到的负面效应。

用正确的舆论引导人，是社会对新闻媒体的要求，也是新闻界的历史使命。这是目标，是任务。要完成任务达到目标，“如何引导”是我们时时、处处必须认真加以研究的。

比方说舆论引导中的负面效应问题。有时我们的确是在正面宣传，我们的动机是好的，但是事违人愿，不料产生了负面效应。

且看近期的新闻媒体上报道的两个事例：

其一：《中国妇女报》1998年10月9日载文《女性，该用什么捍卫尊严》。文章说，从1996年4月20日到1998年9月2日，短短两年多时间，我们看到的新闻媒体报道的女性跳楼事件就有10起，跳楼15人，亡2人，伤残11人。就全国范围来讲，决不是全部，实际数字肯定要比这个数字大。这些女性之所以跳楼，都是为了捍卫自己人格尊严不受玷污。文章指出，新闻媒介大张旗鼓且带有褒扬的报道，恐怕起了推波助澜的作用。