

日本对华舆情变动的深层分析

林晓光

【内容提要】 近十余年来，日本民众对华感情日趋恶化。这种状况的出现固然是多重复合因素使然，而其中重要的一个因素无疑是受到日本对华舆情变动的深刻影响。若将分析的触角深入到日本的社会传播领域，并以受众的社会心理、媒体造势和“意见领袖”的议题导向三大基本要素作为建立舆情分析的逻辑框架，通过对相关变量的深入分析后不难发现：导致上述状况的深层原因是由于中日实力对比的长消造成了两国国家行为体互动模式的变化。日本对华舆情的变动，其实质乃是国际体系结构的变动在日本国内社会传播领域的一种折射反映。

【关键词】 中日关系；舆情分析；东亚地缘政治；社会心理

【作者简介】 林晓光，1955 年生，深圳大学传播学院教授，传媒与文化发展研究中心研究员。（深圳邮编 518060）

【中图分类号】 D815 **【文献标识码】** A **【文章编号】** 1006 - 9550 (2006) 10 - 0051 - 08

进入 21 世纪后，中日政治关系愈趋紧张，特别是近二三年来，两国进入了令人扼腕唏嘘的“多事之秋”：以往两国的间歇性摩擦和矛盾愈来愈走向结构性的冲撞和对抗，中日民众间的对立情绪也在不断升高。需要特别指出的是，日方高层领导人挟持所谓“坚固的舆论基础”和“强大的民意支持”，以“战后日中政治关系一揽子总清算”的姿态，近乎全方位、不设底线地向中日关系发起了正面冲撞。这是中日恢复邦交以来所罕见的，也是值得我们深思的一个异常现象。

测定“民意”走向的有效方式是舆情动态分析。在中日关系上，日本一些政治家所倚重的“民意”，其本质特征和社会基础究竟是什么？日本对华主流社会“舆论”又是在怎样的一种社会背景下形成的？要厘清这些问题，笔者认为有必要将分析的触角深入到日本的社会传播领域，通过对社会传播过程中的相关变量进行交互分析，以期找到问题的核心所在。

一 日本民众对华感情认知的变动轨迹

一个国家的舆情变动反映了这个国家民众社会心理“的某种变动，而所谓民众“社会心理”的变动，是在一种共通类似的社会生存背景下以及相互作用的生活过程中，社会成员受到某种社会变动的刺激后所产生的带有集合性质的、心理认知层面的社会现象，它与社会意识、社会思潮共同构成了舆情变动的社会基础。无论是社会心理，还是社会意识和社会思潮，它们既可体现一种理性的、合理的价值诉求，又可能反映一种情绪性的、非合理的盲目憧憬。因此，了解作为受众的日本民众社会心理的变动，对于我们把握近十多年来日本舆情的走向极为重要。

日本内阁总理府每年都要进行一次全国性的“有关外交政策的民众舆论调查”，从根据公布的调查数据绘制的“日本民众对华感情认知度的变化”图中，我们可以准确地把握日本民众对华感情认知的变动轨迹，并发现很有规律的走向。中日两国自恢复外交关系以来的 30 余年中，日本民众对于中国的感情认知经历了一个前期不断上升、后期持续下滑的过程。20 世纪的 70、80 年代，伴随着民间的“熊猫热”、“茅台热”、“京剧热”、“杂技热”等一系列标志性事件，中日两国的“睦邻友好”关系不断升温，“日中永世友好”、“日中不再战”成为支配日本对华舆情的主旋律。在舆论界，自 1971 年夏起，由《朝日新闻》首开先声，刊发了资深记者本多胜一轰动全国的长篇连载《中国之旅》后，“重新认识中国”、“积极介绍中国”一时成为除《产经新闻》外其他各大报纸的努力方向。在此期间，除记者的专题新闻外，平面和电子媒体还多以“来自中国的见闻”的形式，报道了民间经济企业界、文化界等方面的人士访华后礼赞中国的正面观感。媒体的新动向实际上反映的正是这一时期日本民众的心理变化。1979-1988 年，绝大多数日本民众对中国普遍抱有一种亲近感，数值大体维持在 70% 左右，与美国几乎不分伯仲。特别是 1980 年，对华持亲近感的人数甚至达到 78.6% 的最高峰值；与之相比，对华持有厌恶感的人数仅占 14.7%。进入两国复交十周年的 1982 年，对华持有亲近感的人数为 72.7%（见图 1），首次超越美国的 71.4%，中国成为日本民众感情上最易接受的国家。

这一状况实质上亦可视为当时两国相互信赖的国家政治关系在民众心理层面的投射。在

社会心理”的概念与“个人心理”不同，它以“个人心理”为基础，但又并非个人心理的简单叠加，而是具有一定社会意义的集合心理现象，与“个人心理”相比，它具有不可还原为个体的特性。

“社会思潮”是在社会心理基础上形成的，带有一定倾向性，但又是未定形的心理、精神活动，它多处于混沌、流动的状态，可以促成社会舆论的成立，亦可能自然消失。社会心理、社会意识和社会思潮被喻为“社会舆论”形成的“蓄水池”。“社会舆论”又被视为社会心理、社会意识和社会思潮的结晶体，而这一过程通常是通过中间介质的大众媒体，并借助“语言”这一材料完成的。由于社会心理（也包括社会意识、社会思潮）本身具有不可直接观测的属性，“舆情”观察则是把握其变化的有效途径之一。此外，还有文学、艺术、宗教、习俗、流行、时尚、群集行动和社会运动等等。

有关日本民众对华感情认知度的调查数据，如无特别注明，均出自以下来源：日本内閣府大臣官房政府広報室：『外交に関する世論調査』，<http://www8.cao.go.jp/survey/index-gai.html>。

此时期，中日领导人不仅确立了“和平友好、平等互惠、长期安定、相互信赖”的两国交往的指导原则，而且由于两国首脑频繁互访，日中阁僚会议（1980 年创设）、日中外交当局协议（1980 年创设）、日中友好 21 世纪委员会（1984 年创设）和日中民间人会议（1982 年创设）等一系列政府以及半官半民或民间交流机制的创立和不断完善，从而实现了中日关系全面迅速的发展。在此时期，虽然两国也曾多次出现过临时性的摩擦和冲突，但这些因素并未导致日本民众对华感情发生大幅度的负面变化。

但是从 20 世纪 80 年代末起，日本民众对华感情认知的状况发生了很大的变化，从图 1 中的曲线我们可以发现，对华持厌恶感的人数开始大幅度上扬，特别是进入 90 年代以后，对华持亲近感与厌恶感的人数对比，大体上呈现了前者不断下滑、后者逐渐攀升的基本趋势：中日复交 20 周年的 1992 年，对华持有“亲近感”的人数则滑落为 55.5%；反之，对华持有“厌恶感”的人数则上升到 40%。1996 年，对华持厌恶感的人数比例（51.3%）第一次超过对华亲近感的人数比例（45.0%），此后，两者在 50% 数值的区间，经过互有消长的起伏变动，进入 21 世纪后，两者的差距不断拉开，至 2005 年，对华持有厌恶感的人数比例扩大为 63.4%，而对华持亲近感的人数比例则进一步降至 32.4%。

日本民众对华感情认知的变动有着十分复杂的国际和国内因素。从舆情动态的分析来看，我们也不难发现其逻辑上的因果联系，与这种负面心理变动相关联的舆情指标则是“中国崩溃论”和“中国威胁论”的交替蔓延滋长。导致“中国崩溃论”成形的相关因子，既有柏林墙倒塌、苏联解体、社会主义运动的退潮，也有日本政坛“保革对立体制”的瓦解、国内革新和左翼政治势力的衰退等。“中国威胁论”日益抬头的相关变量因子既包括中日两国总体实力的此长彼消、东亚地缘政治板块的剧烈变动、日美轴心体制的再强化，也包括日本国内“泡沫经济”的崩溃、产业空洞化、失业率攀升、民族自信心和优越感受到重创、对

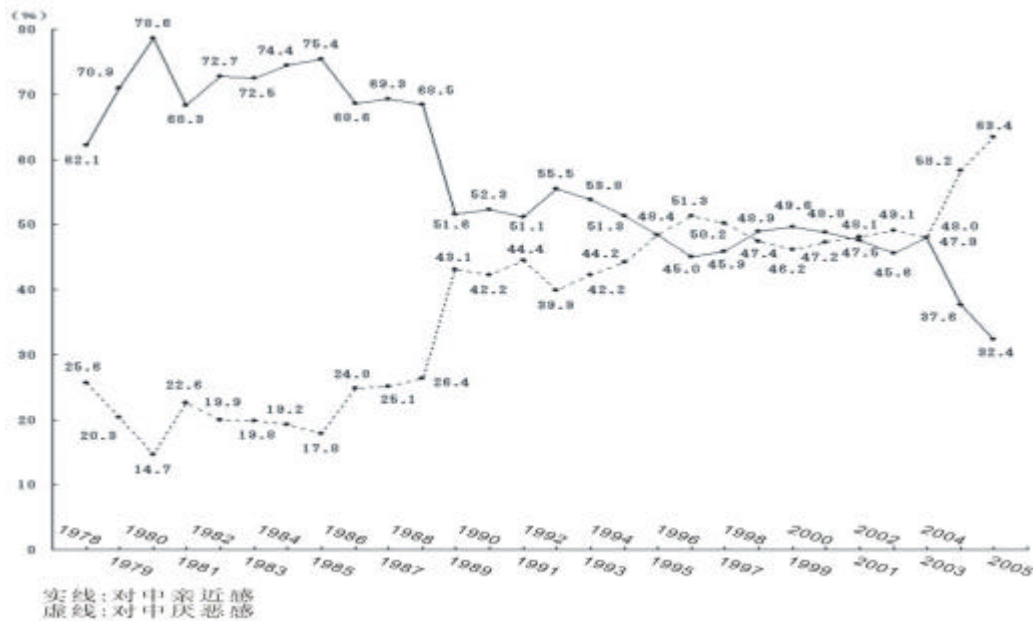
1982 年，赵紫阳访日时，向日本提出了发展中日两国关系的“和平友好、平等互惠、长期安定”的指导性原则，得到了日本时任首相铃木善幸的赞同。1983 年，胡耀邦访日时，当时的中曾根康弘首相在三原则的基础上，提议追加“相互信赖”一项，亦得到胡耀邦的积极响应。此后，这一“四原则”为 20 世纪整个 80 年代中日共同谋求建立“友好、互惠、安定、信赖”的新型国家关系奠定了坚实的基础。

金熙德：『二一世紀の日中関係——戦争・友好から地域統合のパートナーへ』，東京：日本僑報社，2004 年，第 152 頁。金熙德在该书中还提到：实际上，在 20 世纪的 70、80 年代，围绕钓鱼岛领土、宝山钢铁公司投资项目、教科书审定、靖国神社参拜、阁僚“失言”、光华寮诉讼等一系列问题，中日之间也出现了政治摩擦，但日本民众的对立情绪并未扩大，这是由于日本朝野“总体而言，以日中友好关系的大局为重，顺势而为，保持了一种尽量避免事态扩大的低姿态”。此外，田中角荣对于理性务实地处理对华关系，也曾有过极为透彻的见解，他认为：对于日本而言，日中两国的问题与其说是外交问题，不若说是国内问题。从明治以来百余年的历史看，任何一届内阁都将如何处理日中关系视为最大的难题。之所以认为日中关系犹如国内问题，那是因为一旦这种关系发生了恶性的癌变，它绝非日本之福。处理起来势必非常棘手，并会导致国内的极大混乱。

由于苏联解体、东欧剧变的冲击，中国成为世界上仅存的几个社会主义国家之一，日本民众对中国的认知也处于前所未有的混乱状态。而日本思想舆论界对中国的关注度也大为提高，有关社会主义体制的中国之前景预测分析逐渐增多，其中较具代表性的有“三年崩溃论”和“五年崩溃论”之说。

社会现状愤懑不满情绪的蔓延、“新民族主义”的崛起、排外意识的抬头和内在心境宽容度的降低等。

图1:日本国民对华感情认知度的变化



根据日本内阁总理府广报室历年的《有关外交政策的民众舆论调查》绘制，

<http://www8.cao.go.jp/survey/index-gai.html>。

诚然，导致日本民众对华感情认知发生大幅度负面变动是多重复合因素使然。但是，促成这种感情对立的最为本质的要素，则是中日两国向新型国家关系的双边框架过渡期间，因国力竞争造成了利益结合部出现激烈的对抗和冲撞，而依据“实力相近的国家相距愈远愈安全，反之，相距愈近愈危险”的地缘政治理论，由于中国的持续崛起，日本民众的恐惧心理与日俱增。素来抱有优越感和自卑感双重历史记忆的日本民众，在 20 世纪的 70、80 年代，由于中日之间综合国力对比差距悬殊，对华姿态总体而言是比较大度从容的，但近十多年来，他们更多的是一种不自信的焦虑，已很难心平气和地接受一个日益强大的邻国存在，对华感情认知也就发生了不同于以往的显著变化。

二 影响对华舆情形成的四种社会意识

日本早稻田大学亚太研究所的天儿慧教授在谈及中日关系的发展变动时提出了一个较

为引人注目的观点。他认为，日中恢复邦交后日本民众抱持的四种意识对日中关系的发展有相当大的影响：第一种是对中国文化的崇敬意识；第二种是战争负罪意识，即对华侵略战争的负罪感；第三种是“东西意识”，也就是冷战意识；第四种则是“南北意识”，也就是经济发达的日本和经济落后的中国的意识。笔者认为这“四种意识”的见解，尽管并未涉及与日本对华舆情走向的相互关联，但在此，我们借助“四种意识”的概括，进一步分析这四种意识对中日关系发展以及对华舆情形成方面的影响。

笔者认为，在这四种意识中有两种意识对中日关系的发展是起正向推力作用的，这就是第一种“中国文化崇敬意识”和第二种“战争负罪意识”。但是，第三种“东西意识”，也就是冷战意识对发展中日关系则完全是负面的阻力。而第四种的“南北意识”却比较复杂，其中既有正向的推力，亦有负面的阻力。部分日本民众认为中日经济实力差距悬殊，出自同情或是将来日本在华商业利益的立场，认为有必要帮助中国尽快实现现代化。第四种意识中的这一立场是促成对华关系上的正向推力。但在“南北意识”中，同时存在着另外一种立场，即抱持一种对华优越感，无视或鄙视中国的存在，甚至希望中国永远是一个积贫积弱的国家，这一观念无疑构成了一种负面的阻力。综上所述，在四种不同意识下最终形成的合力，显然对中日关系的发展是正相关大于负相关的。诚然，无论是“对中国文化的崇敬意识”还是“战争负罪意识”，在 20 世纪的 70、80 年代，均对日本思想舆论界谋求“日中永世友好”舆论的形成产生过积极、正面的影响。这两种意识与第四种“南北意识”（其中对华理性、健康的思考部分）相契合的结果，最终形成了有相当影响力的主流社会舆论，这就是“加强日中友好，积极协助、支援中国的现代化，不仅是日本民众对过去那场战争的灵魂救赎，同时对于资源缺乏、高度依赖海外市场的岛国而言，也是为日本的将来开拓无限的商机”。之所以称其为“主流舆论”，正是因为在此基础上形成的对华舆情涵盖了日本政治领域和经济领域占支配地位的价值判断，同时，它也是当时日本的文化思潮、社会思潮和政治思潮合力作用下的产物。对当时这一趋势，甚至包括对中国充满敌意的人也难以否认，认为：“由大众传媒所煽动的‘中国热’，已超出当事者预想的速度迅猛发展”，成为左右对华政策形成的一股难以阻挡的社会潮流。

如今，情况已发生很大变化。“对中国文化的崇敬意识”和“战争负罪意识”，毕竟是一

[日]天儿慧：《对 21 世纪日中关系的建议》，载《构筑面向未来的中日关系》，上海：上海社会科学院出版社，2003 年版，第 27-28 页。

日本某些激烈反对中日友好的人至今仍然耿耿于怀，不忘展开对那一段历史的“清算”。他们经常抨击以往日本思想舆论界，因为当时但凡主张对中友好、支持和礼赞中国的人均被视为“进步和革新”的势力；反之，像他们一样的“厌华派”则被舆论“诋毁”为“保守主义者”，这在当时成为一种人们普遍接受的社会风潮和政治时尚。最具代表性的见解可参照：中嶋嶺雄：『「日中友好」という幻想』，東京：PHP 新書，2002 年，第 172-173 頁。

种较为传统的思考,它在年长者群体中反应强烈,这两种意识,即对华舆论形成过程中的正相关因子随着老一代人过世或淡出社会的政治、文化生活,其影响力已逐渐式微。二战后成长起来的年轻一代,没有经历过战争,认为即使父辈对中国、对亚洲有所亏欠,但他们并没有承继这一“原罪”的义务。同时,现在的日本青年也缺乏对东方传统文化的执著,价值取向更接近西方,难以在文化层面为对华舆情的健康发展提供一种“营养基”。“南北意识”由于中日两国实力的急速接近,促使其中的正面推力逐渐消失,负面的反弹力日趋强烈。原来四种不同方向,是正向远远强于负向的动能,现在变成了负向的阻力远远大于正向的推力,而对华认识上的“东西冷战意识”,成为日本一些政治家和社会精英进行社会舆论动员的基本姿态,随着“围剿”中国活动的升级,它势必更进一步强化日本民众与中国的对立意识,并为对华舆情的转型提供了心理层面的社会支持。

日本《读卖新闻》中国总局局长滨本良一在接受《外滩画报》的访谈时,就曾直言不讳地承认:日本媒体关于中国的正面报道越来越少,这在日本已是无法避免的趋势。之所以如此,这是因为中国的经济越来越强大,日本人现在关心的是,中国到底向哪里去?同时,很多人对中日两国之间的文化友好交流却不感兴趣。在日本不仅《读卖新闻》如此,几乎所有的日本媒体都有类似的情况,它们对中国的负面新闻都很敏感。《人民日报》驻日本特派记者孙东民认为,“20世纪90年代以后,中国出现经济起飞,而日本泡沫经济破裂,低迷至今;西方国家大肆炒作‘中国威胁论’,中日关系中出现了很多新情况。在这个大背景下,日本媒体大量增加涉华负面报道,企图用情绪化、煽动式的报道损害中国的形象。”

三 媒体通过舆论“造势”强化民众的“厌中情绪”

在国际政治学的新现实主义理论中,有关国家行为体间“均势问题”的论述占了相当比重。而所谓“均势”的本质,就是大国间的实力平衡分配。当以往的某种“平衡”开始呈现“失衡”状态时,就必然造成国家行为体在体系中的位置变更,由此带来国际体系结构的变化,并导致国家行为体的互动模式随之改变。日本对华舆情的变动固然是多重复合因素使然,但其中最重要的一个因素无疑源自中日实力对比的长消以及两国国家关系性格的变动,它实质上也正是国家行为体互动模式的变更在社会传播领域内的一种折射反映。就日本的媒体环境而言,为了适应国际体系结构的变化,媒体和受众之间有必要在新的认知基础上确立一种

孙东民:《解析日本媒体涉华报道》, <http://www.mediaresearch.cn/user/erjiview.php?list=2&&TxtID=862#>。

彼此照应、荣辱与共的生态关系。

传播学的应用理论提出了媒体“造势 (claim-making)”的概念,其所要表明的含义为:某些所谓的“社会问题”并非都是客观真实的存在,它往往经过媒体的挖掘、整理、传播后始为人知,这一活动可视为造势的过程。造势本身也是一种伴随着冲突、争议的互动形式,造势者为实现其诉求,需要借助媒体资源对某些社会问题或事件赋予特殊的意义,并说服他人默认或接受,以便最终获得广泛的社会支持。对于媒体而言,某些问题是否真实并不重要,重要的是如何赋予它们特定的社会意义,并将其引入公共领域,引起社会的广泛注意和讨论,经过“共同定义的过程 (a process of collective definitions)”,从而达成一种全社会的“共识动员 (consensus mobilization)”。如果说 20 世纪的 70、80 年代,日本大众媒介所倡导的“重新认识中国”是以“正面积极介绍中国”为主调的话,那么在过去的十余年中,日本的媒体则主要以强化本国民众的“厌中情绪”,即负面造势为报道的主轴。“对华政府开发援助 (ODA) 问题”、“在日中国人犯罪问题”、“中国崩溃论”和“中国威胁论”等均成为大众媒介持续造势的主要内容。

“对华 ODA”问题是日本媒体长期热心造势的话题。由于历史感情的纠葛及对 ODA 性质认识上的差异,中国的舆论界过去并未像日本所期待的那样对此进行大规模的宣传。对此,每当中日间出现外交摩擦时,日本媒体总是要把对华 ODA 问题端出来炒作一番。对于日本媒体而言,借助 ODA 造势可以在影响对华舆情的发展上收到多重功效:一是告知本国民众,中国的发展是得益于日本的经济援助;二是批判中国缺乏一种道德风范,至今对日本的贡献没有“感恩的回报”;三是诉诸悲情,强调向中国提供的援助多来自民众的税金,并且是一种变相的战争赔款,而承担这一税金的主体是日本的年轻一代,让这些与战争无缘的青年变相地负担战争赔偿本身就是不公平;四是宣传援助一个“日益强大且不友善的邻居”,将有损日本的国家利益。日本《每日新闻》报公开宣称:“在实施 ODA 时,对有可能将其挪用于军事用途和从事大规模杀伤武器开发的受援国家应该进行严格的监督。但是,给予中国的援助恰恰增添了我们的疑虑,这种援助有可能被运用于扩充其军备预算。既然 ODA 的适用对象是那些普通国家,那么,仅此一点也必须给民众一个能够接受的说法。”由于日本媒体在对华 ODA 问题上持续不断的造势,直接导致了日本民众敌视中国情绪的蔓延滋长。

孙秀蕙:《公共关系:理论、策略与研究实例》,台北:正中出版社,1997 年版,第 93 页。

日本媒体期待对华 ODA 能够发挥牵制中国的作用。代表性见解认为,中国的弱点“就在于经济上还处在发展阶段,没有雄厚的资本,而日本是一个经济大国,经济援助方面的资金应该作为一张对华政治交涉的牌,有效地使用。而现在如同散财童子般的对华 ODA,我们又怎能期待它成为对华战略上的最佳的有效武器?”有关此议可参照:石原慎太郎、田原総一郎:《石原慎太郎、田原総一郎対談》,《文芸春秋》,2002 年 11 月号,第 151 页。

[日]『毎日新聞』,2002 年 12 月 25 日。

在相当长的一段时间内，“在日中国人的犯罪”、“在日中国人犯罪实况追踪”、“在日中国人犯罪对策与全民扑灭运动”等内容的新闻报道充斥了日本的报纸和电视，媒体反复散布警方公布的一个数据，即在日中国人犯罪案件已高达全部在日外国人犯罪的 40% 以上。对此，日本《产经新闻》在刊载的《有必要建立内心的防卫》一文中认为，日本历来引以为傲的美德和良好的社会秩序正日渐受到侵蚀，其主要原因是由于中国人的犯罪造成的。“为了不要给未来的日本社会留下祸根，我们必须从今日起，依据自己的力量将这些威胁因素剪除。”这种针对特定民族的恶意煽情报道，既加深了日本民众的厌中感情，也加速了对华舆情的恶性发展。对此，一些有良知的日本学者提出了严肃的质疑，认为将治安恶化归结为外国人犯罪是完全没有根据的，无论是国家机器还是媒体，都有意掩盖了一个基本事实：即在全日本犯罪案件中，外国人犯罪率仅为 3%，而日本人犯罪率却占了 97%，媒体的这种舆论操作是在刻意煽动民众的仇外排外，特别是厌中情绪。但是，尽管现实状况明显不同，但媒体仍不知节制，并未停止这一负面的造势活动。

“中国威胁论”和“中国崩溃论”则是日本大众媒介交替推出、配套“促销”的另一“造势工程”。前者是为了激发民族主义激情，凝聚民众的向心力；后者则是为心理失衡的受众制造“愉悦的消息”，提供强有力的“社会支持”。“中国威胁论”之所以能成为媒体进行社会动员的“重要资源”，实际上是两方面的原因使然：一是由于日本的舆论界并未因冷战的结束而放弃冷战的思维，它们仍试图借助冷战时代残存的“余温”，以中国为“假想敌”，为加速走向军事大国做“热身活动”；二是由于中国在经济上的迅速崛起，使日本已感受到自身在亚洲的“盟主”地位受到了前所未有的挑战。因此，与政治或商业利益集团紧密维系的媒介组织，有必要不失时机地进行这种凝聚全民共识的造势动员活动。

如果说渲染“中国威胁论”是日本媒体为了强化民众“同仇敌忾”的忧患意识，那么“中国崩溃论”的造势活动则是试图为心理失衡的民众提供一种“心理补偿”。在社会传播学应用领域，“认知不和谐理论”是重要的理论模式之一。该理论认为，“当受众处在某个剧烈变动的环境中，当事人又无力控制这种变动时，就会产生一种心理苦痛的不和谐反应。为了减轻内心的这种苦痛，当事者自然会寻求那些能带来精神上‘愉悦’的消息，当做‘社会支持

[日]『産経新聞』，2001 年 5 月 8 日。

例如，一些严肃的日本学者提出了“在日外国人犯罪”与“在日外国人犯罪报道”的严重不对称问题，他们指出：以 1989-2002 年为例，外国人犯罪仅增加了 1.6 倍，但同期关于外国人（主要是中国人）犯罪报道却增加了 22.2 倍。尽管日本人犯罪与外国人犯罪之比为 97.3，但在此期间，关于外国人犯罪的报道却是日本人犯罪报道的 3.4 倍。可参照以下资料：仲晃生：『治安悪化と「不法滞在外国人」に関連性はない』；中島真一郎：『外国人犯罪刑法犯検挙人員と新聞社などの外国人犯罪報道件数の比較』，<http://www.geocities.jp/kumstak/hodohikaku.html>。

(social support) '以减轻或消除自己内心的不和谐'。基于传播学中的“认知不和谐理论”，我们不难发现，对于中日两国国力的我长彼消，多数日本民众都产生了一种“不和谐”的排斥反应。固然也有个别有识之士认为“越来越富裕的中国将与越来越美好的世界秩序相连”，但具有这种理性思考的日本人，今天已越来越少见。反之，诚如日本颇负盛名的经济学家大前研一所言：“现在的日本人甚至仅仅听到一句‘中国很快就会崩溃’的话都会欢欣鼓舞。何以至此，这是因为在日本人潜意识中，实在是太想听到这句话了。”大“中国崩溃论”能够在舆论市场上获取“无限的商机”，其原因是在确认无法阻止中国崛起的情况下，日本的受众至少希望媒介能源源不断地向其提供足以令人“欢欣鼓舞”的“消息”。

在传媒市场的利益驱动下，媒介的经营法人也“与时俱进”地不断调整自己的编辑方针，其中当然包括它的政治倾向和立场，即传播市场上的那只“看不见的手”所反映的市场受众需求，是各大报业或媒介集团调整自身立场的重要参考依据。追求最大商业利益的大众传媒出自市场收益的考虑，自然会迎合受众的这种心理转型，并依据与“认知不和谐理论”相关联的“平衡模式”，加大对华负面新闻的报道。中国加入世界贸易组织（WTO）后，有关中国无视知识产权、盗版活动愈益猖獗的报道便开始成为焦点新闻；北京申办奥运会成功后，日本传媒关注的热点迅速转移到“中国政府根治无力导致沙尘暴侵袭北京”的时事讨论上；中国的宇宙载人飞船发射回收成功后，有关中国大量的下岗工人、农村失学儿童的报道也随之增多，有时甚至在同日的版面、同日的节目频道里加以突出报道。最近的十多年，面对中日实力对比的长消，基于共同的价值判断，日本传媒对于本国民众的心理挫折感显示了高度的认同，并深感有义务帮助他们摆脱这种不和谐的苦痛，主动为他们提供“欢欣鼓舞”的“新信息”，从而不断为心理失衡的日本受众提供强有力的“社会支持”。

四 “意见领袖”在舆情走向上的导航作用

在社会传播过程中，“意见领袖（opinion leaders）”的作用是不容低估的，他们可以对舆情的发展走向产生巨大的影响。20 世纪 90 年代以来，日本包括政治人物在内的一些公众

杨孝荣：《传播社会学》，台北：商务印书馆，1983 年版，第 33 页。

宫本雄二：「対中経済援助をどうするか」，外務省：『外交フォーラム』，2000 年 8 月号。

前研一：『チャイナ?インパクト』，東京：講談社，2002 年，第 220 頁。

传播层级（communication step）的研究一直受到传播学界的关注。层级理论的成果是对“意见领袖（opinion leaders）”与追随者（followers）的描述，强调“意见领袖”对大众意见及舆情形成的巨大影响力。研究结论认为，“意见领袖”与受众间存在着一条“影响链（chains of influence）”。来自媒介的信息首先抵达“意见领袖”，再由“意见领袖”将其对信息的解读传达给追随者。这一过程被称做两级传播（two-step communication），此外，“意见领袖”通过议题设置对媒介也有一种制导能力，在“意见领袖”影响下形成的大众意见常常会对媒介的运营产生作用，成为左右媒介动向和立场的“价值链（chains of influence）”。

“意见领袖”提出了一个令人瞩目的诉求：即彻底改变二战后的国际政治旧秩序，结束近 50 年的“不正常状态”，在 21 世纪引领日本真正完成“普通国家”的创建。实际上，所谓的“普通国家”乃是一个与“战败国家”或者说“不正常国家”相对的概念，而创建“普通国家”乃是日本国家发展战略的重要构成部分。

需要指出的是，十余年来，日本思想舆论界进行的这场以创建“普通国家”为诉求的“共识动员”，对日本民众价值取向的影响是深远的，特别是在社会“共识动员”过程中，“中国因素”不仅是刺激议题深入展开的焦点，也是牵动日本对华舆情走向的一个极为重要的相关变量。在此，笔者试图探索日本的一些政治家和公众“意见领袖”所建构的“社会议题”是如何借助媒体的舆论动员，迅速成为民众普遍关心的“公众议题”，并如何在讨论过程中逐渐凝聚为体现了社会总体价值取向、影响民族行为的“主流社会舆论”的。

20 世纪 90 年代，亚太地区随着美、中、日、俄以及东盟几大区域政治板块力量的此消彼长，多极化引发的利益冲突问题愈发突出，其中，又以东亚地缘政治板块的变动令人瞩目。面对国际体系的结构变化，日本究竟应该如何追求本国利益，对此，1993 年小泽一郎的《日本改造计划》（以下略称《计划》）和 2000 年中曾根康弘的《21 世纪日本的国家战略》（以下略称《战略》）的出版发行，先后为上述问题的探讨建构了权威性的原则框架。

小泽是日本“普通国家”论的意义建构者。他的《计划》充满了浓厚的“国家主义”色彩，特别是此书为所要拟建的“普通国家”——日本赋予了极不“普通”的使命和义务。综观全书，突破“和平宪法”第九条的束缚，放弃死守“一国和平主义”和“专守防卫”的“陈腐”政策，确保亚洲盟主的地位，并借助美国的实力进而取得对国际事务的主导权等内容，这些论点是作者政治主张的“精髓”所在，也是其对“普通国家”核心价值的诠释。该书涉及日本在亚洲的地位时用了“头雁”、“牵引车”等用语，实际上表达的也是一些日本人至今不愿放弃的所谓“亚洲盟主”的利益，其大力倡导的与美国联手建立所谓的亚太安全保障体系，目的就是防范中国的崛起，确保日本在亚洲没有一个平起平坐的竞争者。《战略》是继《计划》出版七年之后的又一部进行社会舆论动员的力作。由于《战略》原本就是与《计划》前后呼应的唱和之作，因此在涉及日本国家战略定位上，该书与《计划》的主张有相当多的重合部分。但在中日关系问题上，小泽偏重从政治或者说冷战的意识形态着眼，认为来自中国的“威胁”主要是共产主义制度使然，因两国价值取向的冲突必然引发日中关系的持续紧张状态。与此相比，中曾根则多从历史的、民族的、地缘的角度展开对此问题的论述。即《战略》更多地体现了后冷战时代所谓“文明冲突”必将引发中日关系对立冲突的学理见

小沢一郎：『日本改造計画』，東京：講談社，1993 年。

解。

以传播学的“社会议题管理 (social issues in management)”理论而言,《计划》和《战略》的先后出版,产生了启下承上、促使议题获致最大效果的典范意义。根据议题流程的描述,完成某个议题的周期大致要经过下述几个阶段:首先是潜伏期,即社会问题原本或许存在但尚未引起社会的关注,亦无人意识到其重要性;其次是进入准备期,即议题率先由另类辅助媒体推出,并迅速引起主流建制媒体的注意,由于主流建制媒体的介入,诱发了一般大众的高度兴趣,开始产生“议题溢散 (spill-over)”效应;这时便进入上升期,促使主流建制媒体更为密集频繁地进行传播报道,从而促使政治机构回应议题;最终进入高潮期,此时原本弥漫在社会中的社会思潮开始凝聚成一种有明确价值诉求的主流社会舆论,并构成一种强大的压力,迫使政府或政党组织调整政治决策,将其付诸政治行动。如果将过去的 12 年视为创建“普通国家”议题的一个完整周期流程的话,仅仅从社会传播学的意义而言,这堪称为一次“共识动员”的“成功”典范。两书问世后立即成为炙手可热的畅销书,在最初均以每月再版的势头抛向市场,不仅产生了短期轰动效应,同时还维持了旷日持久的溢散效果。

在 21 世纪完成日本“普通国家”的构筑,是《计划》和《战略》两书共有的价值理念和追求。应该特别强调的是,在“共识动员”的整个过程中,“中国”都未曾成为一个“缺席者”。这是因为所谓“普通国家”的构筑,其核心价值涉及突破“和平宪法”,重建国际政治秩序,走向政治、军事大国,确保亚洲“盟主”的地位等一系列政治诉求。对此,日本的媒体在辩论中理所当然地认为,这些战略目标的实施无一不会受到来自中国的挑战,中国将是日本建立“普通国家”的最大障碍,要实现大和民族这一宿愿就必须首先突破中国的重围。这一结论在日本已成为一种广为认同的共识性表述。

除《计划》与《战略》的作者外,其他“意见领袖”亦不甘寂寞,他们同样首先利用另类辅助媒体,配合“普通国家”议题的深入展开,相继推出了一大批诱导舆论的畅销书,如中西辉政的《中国帝国:霸权的理论和现实》、长谷川庆太郎和中嶋岭雄的《中国的危机与日本》、平松茂雄的《中国吞并日本》和《军事大国中国的威胁》、中嶋岭雄的《日中

中曾根康弘:『21 世紀日本の国家戦略』,東京:PHP 研究所,2000 年。

“另类辅助媒体”,一般指专业杂志和书籍出版物等;“主流建制媒体”,通常包括报纸、广播、电视和一般杂志等。

中西輝政:『帝国としての中国: 覇権の論理と現実』,東京:東洋経済新報社,2004 年。

長谷川慶太郎、中嶋嶺雄:『中国危機と日本 香港返還後を読む』,東京:光文社,1996 年。

平松茂雄:『中国は日本を併合する』,東京:講談社,2006 年 3 月;平松茂雄:『軍事大国化する中国の脅威』,東京:時事通信社,1995 年。

友好纯属幻觉》、黄文雄的《鼓动反日教育的中国之罪状——日本应要求中国谢罪》、伊藤贯的《中国的核军备威胁世界》、鸟居民的《靠反日维持统治的中国》、安倍晋三和冈崎久彦的对谈集《捍卫日本之决心》等。这些书籍内容侧重点尽管有所不同，但其政治诉求却鲜明强烈：多数充满着狭隘的民族主义激情，强调推进大国战略，重振日本雄风的必要性和迫切性。这些书均以中国为假想敌，渲染由于“中华大帝国”的崛起，致使日本已濒临图存救亡的危急时刻，劝告民众摆脱“日中友好”的迷思，建立同仇敌忾的“民族命运共同体”。不可否认，在这一社会“共识动员”过程中，一般民众尽管期待日本能够“重整雄风，再创辉煌”，但他们多数仅仅是希望回到 20 世纪的 80 年代和 70 年代，那是大和民族创造了为世人瞩目的经济奇迹的年代。而右翼“意见领袖”就远不是如此，他们希望回到二战前由日本主导的大东亚“共存共荣”的政治秩序中，更有甚者希望回到日俄战争乃至中日甲午战争的“辉煌岁月”中。这些“意见领袖”正是利用了民众的挫折和焦躁感，他们不仅迎合了民众心理的变化，更希望将社会舆论向着他们所希望的方向持续推进。

这些“意见领袖”的政治主张对輿情动向的影响尽管程度有别，但在操作手法上都具有一个共同特点，这就是不断导入“中国元素”制造新的“争点”，并迅速完成由另类辅助媒体向主流建制媒体的溢散。他们精确把握着推动议题深入展开的设定趋势（trend-setting），提供新的诠释，借此激发全社会一连串的反应行动。在此期间，平面媒体围绕“中国的崛起与日本的对应”问题发表了大量的新闻时评和相关新闻报道；电子媒体更是不遑多让，展现了惊人的舆论动员能量，政界显赫人物及明星级的“意见领袖”在各家电视台频频亮相，有的专题讨论甚至通宵达旦，得以使社会议题很快成为感染力极强、扩散性极广的媒介议题。正如一位日本学者所言：“如何面对一个真正走向现代化且日益强盛的中国，这乃是日本百余年来第一次遭遇的重大历史课题。”十余年来，凡是涉及中国最新动向的报道，都能成为刺激议题深入展开的新“争点”，同时，这些报道又构成了日本必须加速推进“普通国家”

中島嶺雄：『「日中友好」という幻想』，東京：PHP 研究所，2002 年。

黄文雄：『反日教育を煽る中国の大罪 日本よ、これだけは中国に謝罪させよ！』，東京：日本文芸社，2005 年。

伊藤貫：『中国の「核」が世界を制す』，東京：PHP 研究所，2006 年。

鳥居民：『「反日」で生きのびる中国：江沢民の戦争』，東京：草思社，2004 年。

安倍晋三、岡崎久彦：『この国を守る決意』，東京：扶桑社，2004 年。

例如，在有关《中国吞并日本》的书评中，日本一位资深媒体人就极具煽动性地表明，这本书必然给日本人带来巨大的冲击，“中华大帝国”的强盛是以吞并“日本”为最终目标的，仅此而言该书就应当成为全体日本民众的必读书。出版社在其推荐文中，亦危言耸听地提出：“作为一名中国研究专家，该书凝聚了作者半个世纪的研究心血。本书从国家战略的宏观视点出发，揭示了今日中国的本质。中国这个国家历来抱有清晰的战略意图，并且在实现其意图的过程中，从来都是不动声色地一步步逼近最终目标。读者将从本书简明易懂的解说过程中，对中国深藏不露的执著以及由此带来的巨大威胁产生一种强烈的震撼。”相关资料参照：<http://www.e-hon.ne.jp>。

梅垣理郎編：《総合政策学の最先端 多様化・紛争・統合》，東京：慶応芸塾大学出版会，2003 年，第 24 頁。

进程的新“论据”。应该说日本思想舆论界的“意见领袖”完全达到了预期的动员效果，在创建“普通国家”的“共识动员”中，借助“中国元素”为媒介提供持续激活该议题生命周期的“争点”，得以确保舆情能够沿着其预设的轨道一步步深入发展。

五 结 语

在日本的社会传播领域，民众的社会心理、大众媒介及“意见领袖”在舆情发育形成的过程中，实质上构成了一个互为因果关系的共生构造：就其功能而言，大众媒介不仅是信息流通的载体，同时作为“民意”的载体，它又是社会心理和社会舆论相互转化的过程中不可缺少的“物质媒介”。舆情的变化反映了民众社会心理和社会意识的变化，而变化了的社会舆论又会更进一步强化那种业已成形的社会心理或社会意识。同时，在整个社会传播过程中，公众、“意见领袖”的议题导航亦可在短时间内急速凝聚全民的高度共识，并在更大范围内促成具有主流价值的社会舆论。

在此，我们必须指出的是，日本思想舆论界在过去十多年中，已极富成效地借助“中国因素”完成了对全社会的“共识动员”。因此，小泉纯一郎主政的五年来才得以在对华政策上采取毫不妥协、全面对决的姿态。对华舆论的所谓“右倾化”，其实正是日本社会业已转型的一种如实反映。今日，我们看到日本大众传媒，其传统的政治定位正在进入重组阶段，今后，日本大众媒体对华的舆论“围剿”和批判将出现常态化，这是一个亟待我们认识和研究的新课题。

[收稿日期：2005 - 11 - 30]

[修回日期：2006 - 07 - 31]

[责任编辑：谭秀英]