

社会舆论概念的舛误与正解

作者：陕西科技大学 阮云志

[摘要] 在社会现实中，人们往往把大众传媒或媒介的言论等同于社会舆论；把民意等同于社会舆论；把众意或公意等同于社会舆论。然而，所谓社会舆论，就是针对特定的现实客体，一定范围内的“多数人”基于一定的需要和利益，通过言语、非言语形式公开表达的态度、意见、要求、情绪，通过一定的传播途径，进行交流、碰撞、感染，整合而成的、具有强烈实践意向的表层集合意识，是“多数人”整体知觉和共同意志的外化。

[关键词] 社会舆论； 概念； 舛误； 辨析

一、社会舆论概念的舛误与谬用

为了阐明社会舆论的概念，首先要对目前社会上关于社会舆论概念的舛误与谬用情况进行简单的说明。

1、舛误与谬用之一：把大众传媒或媒介的言论等同于社会舆论

尽管大众传媒有“舆论界”的别称，尽管大众传媒上的部分言论可能代表了一定范围内的舆论，或者这些言论本身就是舆论领袖或一般舆论人作出的，但一方面不是媒介上的所有言论都是舆论或舆论的体现，另一方面大众传媒上的某些言论尽管以社会舆论的姿态出现或自诩代表社会舆论，但实际上并不反映现实公众的意向。

我们经常看到的“新闻舆论”这一提法是否说得通呢？从理论上说，除了虚假新闻外，新闻是事实的客观报道，所报道的事实有可能成为激起社会舆论的舆论客体，也有可能就是已经存在的舆论意见或舆论状况，前者成了社会舆论形成的基础，后者虽然也是客观报道，但客观上起到了传播和放大社会舆论的作用，但是两者本身都不是社会舆论。

从另一个视角看，如果说媒介言论是就是舆论，那么谁是这些舆论的主体呢？是媒介？不是，因为舆论主体首先得是人，而且是参与舆论发起、表达或传播的人，媒介只不过是舆论表达和传播的途径、手段和工具罢了。当然，媒介作为一种人群的自为组合，具有舆论公众的某些特征，即看上去媒体自己在发表意见、传播舆论，它可以被当作“拟态公众”，但绝不是舆论真正的主体。

2、舛误与谬用之二：把民意等同于社会舆论

(1) 民意与社会舆论的区别。二者区别表现在：其一，外延不同。社会舆论大于民意，社会舆论包括代表民意的舆论和不代表社会舆论的舆论。其二，规模不同。社会舆论的规模可大可小，而民意一般是指较大范围内的民心倾向。其三，存在形态不同。社会舆论一般是能被直接感知的，而民意有时却未必能被人直接感知到。民意有显性形态和隐性形态，尚未表达出来的隐性形态的民意需要通过民意测验或出现了违背民意的事件后才被凸显，才被人感知。

(2) 二者的联系主要表现在：在一定的条件下相互转化。当沉默的民意被测出或激出，又有适当的环境条件便于民意表达，民意就会转化为一种公开的舆



论表达；同样，当代表民意的舆论被压制、转移，就会转化为无声的民意；当代表民意的舆论被人为操纵，这种舆论就有可能异化为违背民意的舆论，即民意被强奸。

3、舛误与谬用之三：把众意或公意等同于社会舆论

卢梭指出，人民的意见有众意和公意两种，众意是人们的相同意见和不同意见的

总和，而公意以公共利益为依归，是众意的最大公约数。显然众意不等于社会舆论，社会舆论是一种倾向一致的集合意识。公意，如果不带褒贬色彩，含义与社会舆论相当，但公意又不完全等同于社会舆论。社会舆论是众人议论、意见表达、交流、碰撞和整合的结果，而公意却不一定如此，如事先未经讨论，忽然就某一公共事务要求全民表决，由此形成的公意就不是社会舆论，尽管此后它可以转化为社会舆论。

二、国内外社会舆论定义梳理与辨析

李普曼在《舆论学》中对舆论作了粗糙的描述，“他们头脑中的想象，包括对于他们自己、别人、他们的需要、意图和关系等等，都属于他们的舆论。”如果这些想象为集体或集体代言人所使用，就是“大写的舆论”。[1]

张友渔认为，“舆论是把少数人排除外的社会多数人的意见。”[2] 林秉贤认为，舆论是“用富于情绪色彩的语言发表的态度、意见及其相伴随的意象与思想所构成的，显示出一种在心理上有制约作用的共同意见。”[3]

刘建明在《基础舆论学》中指出，“舆论，是显示社会整体知觉和集合意识，具有权威性的多数人的共同意见。”[4]

杨张乔在《声张自我的艺术——舆论社会学》中指出，“舆论是公众的自我声明，是具有统一和非统一的双重性的和一定时空形态的公意。”[5]

孟小平在《揭示公共关系的奥秘——舆论学》中指出，“舆论是公众对其关切的人物、事件、现象、问题和观念的信念、态度和意见的总和，具有一定的一致性、强烈程度和持续性，并对有关事态发展产生影响。”[6]

李广智在《舆论学通论》中指出，“舆论是社会公众对涉及个人利益事件的意见的自由表达和传播而形成的共同趋向。”[7]

时蓉华在《现代社会心理学》中指出，“社会舆论是公众的意见与看法，是社会全体成员或大多数人的共同信念，也可以说是信息沟通后的一种共鸣。”[8]

马乾乐、陈渭在《舆论概论》中指出，“舆论，是再现社会集合意识并对社会某一事态有影响力的多数人的倾向性意见。”[9]

甘惜分认为，“舆论是社会生活中经济政治地位基本接近的人们或社会集团对某种事态发展大体相近的看法。”[10]

项德生在《舆论与信息》中指出，“舆论，就是社会公众或集团对人们普遍关心的事态所做的公开评价。”[11]

胡钰在《新闻与舆论》中指出，“舆论就是社会中特定群体对特定事件表现出来的特定意见。”[12]

沙莲香在《社会心理学》中指出，“舆论是指大家共同关心的有争议的问题上多数人意见的总和，是社会上的众人对某些社会事件的一致反应和判断，是具有代表性的综合性的意见。”[13]

以上定义的争论点在于：其一，引起舆论的对象即舆论客体是什么？其二，舆论主体是多数人还是公众？其三，舆论是公共意见，这似乎没错，但用公共意见来定义舆论，对吗？

疑点在于：其一，“多数人”这一模糊概念数量上如何界定？其二，李普曼说的“头脑中



的想象”、孟小平说的“信念”和时蓉华说的“共同信念”等没有公开表达出来的个体意识或群体意识是否也属于舆论的一部分？

三、社会舆论概念的重新界定

事实上，现实社会的任何人物、事件、问题、现象（包括自然现象、社会现象、意识现象）等都可以成为人们议论的对象，从而引起舆论，我们可以统称之为客体。

舆论主体是多数人，但多数人是一个相对概念，在不同的群体范围内，它所指的绝对数量是不同的。同时，“多数”又不是超过半数以上的简单数学概念，而是一个社会心理概念，是人基于生活经验的一种直觉反应、模糊感觉。如果要精确化，确定达到整体的多少时才能使人产生这种模糊感觉，那就是应用数学根据系统工程得出的“黄金分割点”。一般来说，当在整体“1”中达到 0.618（61.8%），就能够产生对整体的决定性的、全面的影响；达到临界点的另一半 0.382 时，就可以使整体感觉到一种重要的影响存在。就是说，在一定范围内持某种意见的人数达到总数的约三分之一，就可以成为社会舆论；达到约三分之二，就成为主导性社会舆论。如果这个整体是社会或整个世界，那么“多数人”就是公众，主导性舆论就是显性形态的“民意”或“公意”。当然在实际生活中没有必要精确到如此程度，可以把这个临界点的上下各 5% 当作社会舆论的边际量。

社会舆论是能被直接感知的存在，具有公开性，故人“头脑中的想象”或“信念”等内在心理不能算作社会舆论。

至此，我们似乎就可以给社会舆论重新下一个比较完整的定义了。但是能否用“共同意见”给社会舆论下定义呢？

概念是在头脑里所形成的反映对象的本质属性的思维形式。定义是对概念的内涵所做的简要而准确的描述。概念和定义的形成和表述都要借助于一定的语言和语言符号。概念一般用词或词组来表述，而定义一般用句子或句群来表述。同一个概念，在不同的语言环境下形成，表述出来自然就会采用不同的语言符号。英语中的“public opinion”（译成中文就是“公众意见”、“公共意见”或“舆论”）和中文的“舆论”是同一个概念，是“舆论”这一概念在英语里的表述方式，就是说“public opinion”只是概念而不是定义。但是，我国很多舆论定义却把英文的舆论概念“public opinion”译成中文“公众意见”当作舆论定义中的“定义概念”即“种概念”来使用，这实际上是用同一概念的不同表述方式来解释该概念本身，是同义反复或“循环定义”。

那么怎样给社会舆论下定义呢？所谓社会舆论，就是针对特定的现实客体，一定范围内的“多数人”基于一定的需要和利益，通过言语、非言语形式公开表达的态度、意见、要求、情绪，通过一定的传播途径，进行交流、碰撞、感染，整合而成的、具有强烈实践意向的表层集合意识，是“多数人”整体知觉和共同意志的外化。这一定义在外延上囊括了各种类型的社会舆论；在内涵上反映了社会舆论的共同本质——表层集合意识、“多数人”整体知觉和共同意志的外化；并体现了社会舆论具有的公众性、公开性、指向性、评价性、集合性和表层性等静态特征和自发性、灵敏性、流动性、惯性和实践意向性等动态特征。

[参考文献]

- [1] [美]沃尔特·李普曼著,林珊译.舆论学[M].北京:华夏出版社,1989:22
- [2] [7] 李广智.舆论学通论[M].哈尔滨:黑龙江教育出版社,1989,(12):22,26
- [3] 林秉贤.社会心理学[M].北京:群众出版社,1985:330
- [4] 刘建明.基础舆论学[M].北京:中国人民大学出版社,1988:11
- [5] 杨张乔.伸张自我的艺术——舆论社会学[M].北京:中国国际广播出版社,1988:5
- [6] 孟小平.舆论学:揭开公共关系的奥秘[M].北京:中国新闻出版社,1989:36
- [8] 时蓉华.现代社会心理学[M].上海:华东师范大学出版社,1989,(5):443



- [9] 马乾乐,陈谓.舆论概论[M].山西人民出版社 1991,(8):10
- [10] [11] 项德生.舆论与信息[M].郑州:河南人民出版社,1992:5,9
- [12] 胡钰.新闻与舆论[M].北京:中国广播电视出版社,2001,(9) :118
- [13] 沙莲香.社会心理学[M].北京:中国人民大学出版社,2002,(8):44

[作者简介]阮云志（1975—），男，汉族，安徽无为，人，硕士，陕西科技大学人文社科系讲师，西安交通大学人文社会科学学院博士生

