

国家—社会关系与舆论引导的相关性探析

□ 肖尧中

[中图分类号]G206[文献标识码]A[文章编号]1009—5322(2013)01—0036-3

【内容提要】国家—社会关系总是历史而具体的。在国家—社会关系格局中,国家通过意识形态和信息之手勾勒舆论场域边界,框定舆论运行方向和型构舆论引导支点。在优势互补、良性互动的国家—社会关系格局中,理想的舆论引导,其实是国家立足恰当的国家—社会关系,通过政治(法律)、文化、媒体等多种要素的结构性调适而实现舆论在质与量及运行方向上的有限多元。

【关键词】国家—社会,意识形态,舆论引导,信息,相关性

现代以降,个人权利之于制度设计的重要性日益凸显,于是公域和私域的边界在人们生产、生活的多个层面日渐清晰。在此背景下,以连接个人私人自主空间与国家政治活动空间为己任的社会逐渐壮大,并以独立于国家和市场的姿态崛起。由此,以权力在政府与社会之间应该如何分配为核心的国家—社会关系问题就成为政治学、社会学、法学乃至整个社会科学理论界绕不过去的重要议题。诚然,国社之间由于角色、功能、规则等多重差异而有明显的区隔乃至冲突,但在更大范围内,国与社也都是在颇具整体性的人类生产生活领域展开,所以二者在分殊和对立的同时,还有明显的互补和互动。而且,由于国与社的大小、强弱无一不是历史延续和现实实践的综合结果,所以国家—社会关系的对立或互补都有具体性、动态性甚至是建构性。社会发展阶段不同,国家—社会关系也会不同——国家—社会关系,只有在具体国家之具体的发展阶段才具有一定稳定性。这种相对稳定的国家—社会关系一经确立,就会对各自范畴内的结构性要素产生复杂而多样的影响。

作为公共舆论,本身就是国与社在大众传媒这一历史性的公意形成平台上相冲突、互补乃至耦合的产物。所以,其生成、运行和功能实现,总会受到国家—社会关系的影响。当前中国,为日益深入的市场经济所唤起的公民权利意识正在日益蓬勃。置身其中的公共舆论,其场域边界的勾勒、运行方向的框定乃至引导支点的型构,也都受制于现实的国家—社会关系并对其进行调整和建构产生重要影响。

一、国家—社会关系勾勒舆论场域边界

我们的立足点是国家—社会关系,所以我们也就侧重于从舆论生成和运行的场域或空间来理解舆论。沿着这个路径,舆论与个人言论的区别和联系也就可以表述为:舆论是个人以“公众”身份在公共领域对公共事务或公共议题公

开发表的言论。也就是说,舆论其实是个体从个人自主空间进入社会公共空间的言论标志。

舆论一旦形成,就会自主化为公民社会理论视域中的公共领域(公共舆论场)并在社会空间中担当相应的结构功能——代表社会与国家和市场进行对话(如图1所示)。也正是基于这样的功能,使舆论在运行上“溢出”社会,充当感知彼此、协调各方的中介和缓冲带。

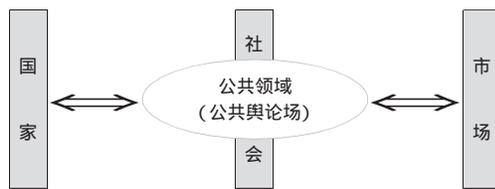


图1

不过,必须强调的是,舆论之于国家—社会关系的意义远不是图中所示作为一种空间样态那么简单。从形态的维度看,作为一种趋向性的公共意见,舆论首先是一种信息。只不过,它不是一般的“客观、中立”地以传递事物间的差异性为表征的信息,而是内具某种趋同性且内蕴着某种“公共”价值观和情绪的信息。如果“解构”舆论,我们也就不难发现,信息是其“用”,价值观是其“体”。这也启示我们,欲进一步探析国家—社会关系之维中舆论,就必须沿信息和价值观之维再深入思考。

首先,信息论告诉我们,信息的本质之一乃是事物之可传递的差异性。在影响传递效率的结构性要素能得到适时解放的前提下,世界的差异化越丰富,信息也就越多元,信息越多元,世界的差异化呈现得越充分。此种信息运行样态一旦架构到与其有着互生互构之体用关系的价值观之维,则价值观的多元化也就成为信息开放系统中的必然趋势。从舆论生成和运行的角度看,这也就意味着,只要信息多元,舆论多元就不可避免。

【作者简介】肖尧中,四川省委党校副教授。

【基金项目】本文系国家社科基金重大项目“新形势下提升舆论引导力对策研究”阶段性成果,编号:08&ZD060。

其次,由于舆论之“体”是价值观,而价值观背后是作为其生成土壤的国家政治意识形态。所以,对舆论生成起决定作用的其实是国家政治意识形态。这也意味着,作为舆论之身的信息存在和活跃于社会,但作为舆论之魂的价值观却握在国家之手。这也正是国家—社会关系之于舆论之生成、运行乃至引导的实质所在。如果我们把这一实质叠加到媒体在国家—社会关系中的结构性位秩并将其对应于当前中国的媒体现状,我们就可以大致勾勒出如图2所示的舆论场域的分布。

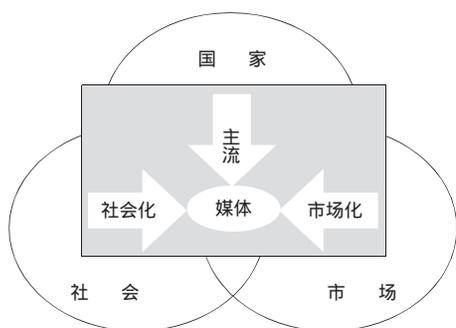


图2

如图所示,以媒体为展开平台的公共舆论场被当做一个整体架构于国家、社会和市场三者之间。而构成这一整体的,则是运行于社会的社会化媒体、社会与国家之间的主流媒体以及社会和市场之间的市场化媒体。必须强调的是,当前中国,由于国家—社会关系的总体特征依然是国强社弱和国主社从,所以社会与市场的关系也主要取决于社会与国家的关系。换言之,当前中国的国家—社会关系,既勾勒甚至界定了舆论在社会和国家之间的边界,也勾勒乃至界定了其在社会和市场的边界。

当前中国媒介产业化的深入发展使传统意义上的大众传媒分化为国家(政治化)媒体和市场化媒体。虽然,由于党管媒体的强大根基不可动摇而市场化媒体存在的合法性又紧握着国家之手,但市场化媒体在信息和观念选择上毕竟有不同于国家(政治化)媒体的逻辑和偏好。在这种逻辑和偏好的支撑下,市场化媒体得以形成自己的舆论场。另一方面,拜以网络为核心的新媒体技术之所赐,Web2.0支撑下的社会化媒体日新月异,个体得以拥有属于自己的私人化媒体。这些“以所有人对所有人进行传播”为特征的媒体,构建起一个层次不一、规模不一但在整体上却日渐强大的公共舆论场。如此一来,国家—社会关系主导下的三大舆论场以其不同的生成方式、不同的话语表征、不同的运行逻辑在各自的媒介载体上尽情地演绎着万种风情,并不懈地改造和改变着自己和对方。

二、国家—社会关系框定舆论运行方向

舆论不仅是信息和观念在社会层面上的化合,在其运行的动态意义上,它还是一种无形的力量。不过,相对于集体行动、社会运动和革命这种外显性社会力量,舆论所具有的力量,在很大程度上还只是一种潜在的抑或预备式的,随时可能转化为现实社会行动的、以社会为存在空间的势能。

这种势能,在表现形态上是流动不羁的“意见”,在转化趋势上是试图强化、修正、篡改抑或颠覆某些现有价值观的内蕴性压力。其“力”的大小,主要取决于舆论所秉持的价值观与国家、社会、市场相关领域之已有价值观之间的结构性张力。这也就是说,作为社会势能的舆论,其势能的大小在很大程度上取决于其内蕴之价值观的异质性。而其异质性的强弱又主要取决于国家—社会关系。

我们称舆论为“社会势能”,要因在于舆论内蕴着表征为价值观的“力”。在相应条件的催化下,这个力既可转化为集体行动、社会运动甚至是革命,也可以通过量变到质变的累积导致社会主流意识形态发生结构性变迁。这也就意味着,如何使舆论这一社会势能在社会运行中完成国家—社会关系的良性调适从而实现国家和社会的进步和发展,就成为框定舆论运行方向的核心。而通过媒体把控意识形态的信息化转化和信息结构性输入,就能实现对舆论运行的框定。如果我们在此基础上加入舆论作为社会势能而可能引起的集体行动、社会运动和革命,那处于国家—社会关系中的舆论之“体”与“用”的构成、转化和运行就可以表示为图3。

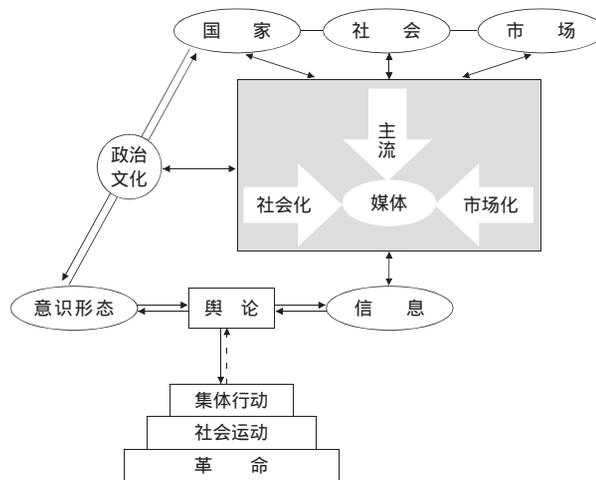


图3

如图所示,国家—社会关系对舆论运行方向的框定大致包括三类情形:其一,国家在意识形态和信息输入两方面的掌控力都足够强大,则舆论运行的方向甚至结果也都完全可控。如此,舆论转化为类似集体行动、社会运动等社会动能的可能性也很小。

其二,国家在牢牢掌控意识形态的同时,以直接、间接等多种方式和社会、市场一起掌握通过媒体的信息输入,于是舆论运行之于国家乃是局部可控。在此情形下,舆论运行方向有两种可能:在国家—社会关系格局中,如果社会的组织程度低,社会个体大多处于原子化状态,则舆论就可能向集体行动的方向运行。因为舆论对人的社会行动的触发与人的组织程度紧密相关。当社会组织力量很弱时,个人情感往往会主宰舆论触发下的行动抉择。社会心理学对乌合之众的研究,是这种可能性的理论注脚;而中国频频发生的群体性事件,则是对这种可能性的现实印证。

另一种可能是,如果社会发育较好,组织程度较高,则

舆论向社会运动方向运行的可能性也相对较大。受制于特定的组织理性,舆论也就自然超越了个人情感而被纳入了理性的轨道,而且,由于这种理性往往在社会组织层面上运行,所以其方向也就只能是组织化的谈判、示威、抗议等社会运动。至此,舆论之于国家—社会关系的建构性也就远远大于其破坏性。

其三,国家对意识形态失控,则舆论的运行方向取决于社会的现实状况。因为意识形态失控必然导致国家对社会、对媒体、对信息输入三重失控,在此状况下,如果社会比较强大,则舆论运行至少在社会组织层面上局部可控;反之,则有可能成为社会崩溃的催化剂,甚至引发乌合之众的社会革命。

综合这三种情形,我们不难发现,在对舆论运行方向的框定上,我们既需重视国家对社会、对媒体、对信息输入的掌控力,更需重视社会的组织化及其与国家之间的互动和互补。简言之,当国家意识形态在国家—社会关系中有一个合适的结构性地位,而媒体在总体上又处于优势互补、良性互动的国家—社会关系之中,则舆论运行方向的框定既不会出现国家失灵,也不会出现社会失灵。而从舆论运行规律的角度上看舆论引导,实质上就是从舆论生成、运行、演变、演化等多维度、多层次地实现信息与价值观在公共领域内向增益社会进步的方向动态而有序地互生互构。而这正是我们所强调的“舆论引导必须合规律”之“规律”的关键。

三、国家—社会关系型舆论引导支点

马克思主义基本原理告诉我们,合规律合目的是人类社会实践活动的基本规则,舆论引导自然也不例外。在合规律和合目的之双重视域下,舆论引导的可欲与不可欲可包括以下几种情形:

其一,在国家—社会关系格局中,国家处于绝对优势地位。在此情形下,国家型塑主流意识形态的能力和通过媒体掌控信息输入的能力都强。如此,则舆论的质、量及运行方向在很大程度上受控于国家之手。从国家—社会关系的角度看,此情形中的舆论完全服务于和服从于统治阶级的统治意旨。这样的舆论,是最不需要“引导”的舆论,这样的舆论“引导”,是最理想的引导(掌控)。因为这样的舆论,作为一个整体是高度同质的,在同质条件下,其社会势能几近归零,进而其能向集体行动、社会运动和革命转化的力量也就几乎为零。不过,高度同质其实也意味着活力的丧失。所以,在开放社会,舆论不仅自身做不到一律,而且其内蕴价值观相对于国家意识形态也不达到一律——虽然,舆论的同质化程度至少在主流价值的社会认同上直接关乎社会团结与和谐,但若同质化程度过高,则舆论在观念转化中也就很容

易带来社会各阶层价值观的整齐划一,而社会则会因此而逐渐丧失活力甚至走向崩溃,若同质化程度过低,则容易引发社会冲突甚至将社会引向断裂。

其二,在国家—社会关系格局中,国家虽然强大,但社会也有一定力量,所以国家型塑意识形态的能力强而通过媒体掌控(尤其是直接掌控)信息输入的能力相对较弱。在此情形下,强有力的国家意识形态往往会内化为一种自觉意识融入社会信息的生成和输入过程,从而保证舆论在异质之维上的有限性。这些在生成之初意义与范畴就被限定了的异质舆论,在其社会运行过程中,如遭遇的引导之力最终根源于强有力的制度,则其内蕴的社会势能要么被强有力的国家意识形态消解,要么就是进入社会领域,进而被另一个社会制度所消化,如并无制度根基或制度相对薄弱,则其内蕴的社会势能即使被强大的国家意识形态消解,在其消解过程中也会对国家意识形态产生侵蚀。如果是转化为集体行动和社会运动,其转化的速度和强度也会因制度乏力而显得难以预测。

其三,在国家—社会关系格局中,国家型塑意识形态的能力弱而掌控信息输入的能力强。此种情形,决定了国家能在一定程度上掌控信息量在最大程度上彰显其意识形态。但是,由于自身型塑意识形态的能力不足以驾驭意识形态的信息化转化,所以其主张的意识形态信息流难免被淡化、异化、淹没甚至是篡改。这种异质舆论会因国家意识形态缺乏强有力的抵御和修正而更具侵蚀力。

其四,在国家—社会关系格局中,国家型塑主流意识形态的能力和掌控信息输入的能力都弱。此种情形,如果在制度有力的社会,国家对舆论的引导因异质舆论在社会运行中的局部可控而部分可欲;如果在制度乏力、组织化程度不高的社会,则国家对舆论的引导会因异质舆论的不可控而不可欲或完全不可欲。

以上几种情形启示我们,如果我们以国家为本位,以国家—社会关系为参照来审视舆论引导,那国家如何从国家—社会关系中找到恰当的支点就成为问题的关键。对此,基于“舆论乃信息和观念的社会化合”的观点,我们认为,国家从国家—社会关系的角度“撬动”舆论的宏观支点主要是国家意识形态、法治旨归的制度基础和富于活力的组织化社会。有识于此,从国家—社会关系的理想之境来看,理想的舆论引导,其实是国家立足恰当的国家—社会关系,通过政治(法律)、文化、媒体等多种要素的结构性调适而实现舆论在质、量及运行方向上的有限多元。因为只有舆论的有限多元,才能使国家—社会关系总是处于动态的建构环境之中;只有如此,才能使社会既有适度的团结,也有适度的活力。而能为这团结和活力注入不竭之动力的,则是强有力的社会制度基础和适度的社会组织化和自治化。■

(上接第18页)

①丁柏铨、陈月飞:《对新闻伦理问题的几点探究》《新闻传播》2008年第10期。

②杨保军:《新闻道德论》,中国人民大学出版社2010年版,第336-338页。

③郑根成:《媒介载道——传媒伦理研究》,中央编译出版社2009年版,第232-237页。

④汪武:《伦理道德冲突下的媒体选择——波特图式对非典型性肺炎报道的伦理分析》,顶端网 <http://www.cddc.net/cnnews/yjszl/ww/200910/11727.html>;李拜石:《论新闻记者的人本意识——由女记者救人事件引发的新闻伦理学思考》《新闻界》2006年第6期;陈俊妮:《论波特图式在分析新闻伦理选择动因的作用》《东南传播》2009年第6期。

⑤任志峰:《新闻伦理困境中的价值选择——以罗尔斯的“原初状态”假设为依据》《当代传播》2010年第6期。