

文化传播实验
教学系列教材

主编 / 李 双 吕明涛

*Yulunxue
Shiwu Jiaocheng*

舆论学实务教程

宋 晖 吴 麟 苏林森◇编著



中国传媒大学 出版社



舆论学实务教程

宋 晖 吴 麟 苏林森◇编著

图书在版编目(CIP)数据

舆论学实务教程/宋晖,吴麟,苏林森编著. —北京:中国传媒大学出版社,2013. 11

ISBN 978-7-5657-0867-1

I. ①舆… II. ①宋… ②吴… ③苏… III. ①舆论—理论—高等学校—教材 IV. ①C912. 63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 292394 号

舆论学实务教程

编 著 宋 晖 吴 麟 苏林森

责任编辑 李唯梁

责任印制 曹 辉

封面制作 泰博瑞国际文化传媒

出 版 人 蔡 翔

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编:100024

电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405

网 址 <http://www.cucp.com.cn>

经 销 全国新华书店

印 刷 北京泽宇印刷有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 15

字 数 244 千

版 次 2015 年 1 月第 1 版 2015 年 1 月第 1 次印刷

书 号 978-7-5657-0867-1/C·0867 定 价 38.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

序一

还清楚地记得,52年前,我第一次用笨重的德国莱卡摄像机,记录下活动黑白影像时大家的兴奋。现在,人们可以随时随地用电脑、手机,把文字、声音、图像传给世界每一个角落。与此相伴,我们也从服装到思想都单调的“灰蚂蚁”,融入文化交融、文明竞长的“地球村”。这些变化让我深切地感受到,文化的发生,文明的进步,受惠于传播与交流。同样,传播的丰富,交流的深入,也有赖于文化与文明的繁盛。

文化与传播的关系是如此紧密,所以,当李双教授嘱我为“文化传播实验教学系列教材”作序时,我对他们以此为研究主体,以提高学生实践能力为目的,不求大、多、全,唯求精炼、创新、可操作性的编著思路颇为欣赏。文化与传播的理论固然重要,但正如文化批评家罗斯金所言,“美好的艺术是人类的手、脑和心灵的完美结合”,艺术创造如此,传播美好的文化何尝不是如此?

很久以来,重演绎思辨、轻验证操作的传统教育观念,涵盖了我国高等文科教育的几乎所有学科。这种不分学科特性的教学理念,给我国新闻与传播教育事业留下了遗憾。“我国学生动手能力差”的评价,上世纪60年代就屡有耳闻。现在,随着我国高等教育由精英教育向大众教育的转变,大学生动手能力不足的缺陷被“就业难”等现实问题日益放大。而信息时代的到来,又对文化传播的实践性提出了前所未有的要求,媒介的融合要求从业者“想”和“做”的能力也要融合。很难想象,一个不熟悉网络知识、不懂得音视频制作、不具备项目策划能力的年轻人,能够在将来胜任高素质职业传播者的工



作角色。

在高校的教学体系中,理论教学和实验教学应当是同等重要、互为支撑的两大部分。理论教学是基础,实验教学是培养学生切入现实、解决问题的有效手段,是提高大学生动手能力的重要路径,实验室更是培养大学生创新能力的重要场所。近几年来,中国劳动关系学院文化传播实验教学中心的建设突飞猛进,获得了“北京市高校实验教学示范中心”的荣誉,影视制作方面更是达到了专业水准,给我留下了深刻印象。依托厚实的硬件资源,总结新鲜的教学经验,“文化传播实验教学系列教材”的推出,可谓恰逢其时,恰当其分。

对教育而言,师资和教材是两大要件。师资只能造福一处,教材却可以惠及四方。一套好的实验教学教材,对应的是无限广阔的实践活动,应该做到“竖画三寸,当千仞之高;横墨数尺,体百里之迥”。翻阅丛书,各位作者虽教学繁忙,但依然勤勉著述,撷各家之长深入浅出,关键处不乏独特新见,是一套系统完整、于当下文化与传播教育大有裨益的实验教材。

2009年暮春,我受邀主持中国劳动关系学院文化传播学院的学位评估。我发现,文化传播学院拥有一支事业心强、励精图治、朝气蓬勃的教师队伍。面对这样一个热爱高等教育、对学生有责任、对教育有使命的年轻团体,我相信,我们一定能够以此作为新起点,创作出更多令学生受益终身的优秀教学成果。

是为序。

中国传媒大学 朱羽君

2010年8月20日

序二

这套丛书即将付梓之际，一些话不禁涌上心头。

在中国内地的高校，文化与传播似乎总不能恰处一体。上个世纪80年代，内地高等教育还没有独立的传播学科。于是，面对“80后”雨后春笋般蔚为大观的传播学抢尽风头，新闻学科使劲捍卫自己的主流与独立地位。新闻学虽然历史悠久，但本质上仍然应归属于传播学。不过，仿佛是在赌气，新闻与传播，似乎在不怎么兼容地各自发展。这样的“赌气”，从早前绝大多数新闻学从属于语言文学学科，而后在新时期迅速独立，有异曲同工之妙。

学科的细分，尤其是改革开放以后，内地高校与世界高等教育接轨，完善、丰富各类学科，自然是无可非议的。不过，细分学科的缺陷可以通过学科的互相融汇与支撑来弥补，关于这一点，一些高校同仁，不知道是意识不到，还是因其他原因意识到了却不愿改进。总之，目前的状况是，细分有余而统合不足。在高校本科教育当下已基本步入大众教育的趋势下，学科细分的弊端越来越明显；学生知识与技能的促狭，也越来越不适应社会的需求。基于此，我们尝试在学科的互补上开展一些探索。具体而言，就是根据我们学院的实情，试验将文化与传播学科整合在一起，以期培养出复合型的创新人才。

一所高等学校的文化素养、背景，尤其是人文学科承担的普世价值、传统文化和思想底蕴，是其他学科难以全面承担的。现在国外的名牌大学，在本科教育阶段都施行通识教育，包括世界著名的哈佛大学也是一样。它的人文科学、社会科学与自然科学的课程群，在大一、大二基本上都是任选的。哈佛的本科生全部集中在一个学院，名



称就叫做“人文艺术与科学学院”。这是一种趋势。如果我们在本科阶段都把专业限定得很仄,那是不利于学生成长的。有的中国大学校长已经意识到这个问题,比如北师大的钟校长就指出,现在一些本科专业,根本就不该开设,那些专业是研究生阶段才能开设的,他列举的例子有管理学专业。当然,钟校长的话是否对,可以商榷,但本科专业太细化这个内地高校的弊端,是普遍存在的,根子就在1952年全盘学苏联高校体制的院系调整。今天,这样的办学思路还没有得到很好的修正。

我们所处的文化传播学院,现有汉语言文学、新闻学、文化艺术事业管理和戏剧影视文学四个本科专业。让这四个本科专业更好地融合与沟通,形成一个四位一体的专业架构,增加专业间的勾连,有利于学生的培养和成长。而四位一体的专业结构,从提高学生的基础素养、职业技能以及适应社会需求来讲,都是相当好的。本科教育这个阶段的人文素质培养,某种程度上决定了学生的后继发展。一个人确立了精神本体,他去学比较实务的东西是比较容易的。他有信心,有意志,有信仰,有自己的追求,这才是一个人成才最重要的东西。实务教育很重要,但是,不能忽视在实务教育中要贯串和体现关于人的本体建构的教育。比如,十年前,高校课程里还开设“汉字输入”,现在再开设这样的课程就闹笑话了。而文学、哲学、美学、艺术等课程,从古至今,没有哪所高校会认为“过时”。少数人,由于学科不同,认识上有些误区。比如,一提起中文系,就认为那都是一群小青年,成天沉迷风花雪月,“为赋新词强说愁”。其实,汉语言文学专业是非常精深博大的学科,也是高校中稀缺的极具“中国特色”的学科,古人讲文、史、哲不分家,正是中文系主要的教学研究内容。举凡中国高校,自然科学基本上是全盘西化,社会科学也基本上全盘西化,唯有人文科学,西方无法取代,汉语言文学专业正是这样的专业。哈佛、牛津开设的学科,几乎没有一样是以中国的学术成果为学科支撑的,但中国的语言、文学、思想、历史等学科除外。如果在我们中国的高校,还轻忽自己特有的文化和学术,说轻点是无知,说重点是数典忘祖。再比如新闻学,一般人认为不过是培养记者、编辑的,其实,新闻与传播学科面对今天信息传播从技术到精神内涵的焕然一新,早就不仅仅是原来意义的培养记者、编辑了。人类社会信息传播的速度和方式,直接决定了人类文明的形态和发展的速度。文化与传播,由以前的内容与手段的关系,早就嬗变成互相依赖、互相生成的共生关系。一种文化不仅需要传播,更需要在传播中丰富、变形,生成崭新的文化形态。几乎可以说,离开了传播,文化就

无法生成；传播本身也早就不是传播这个字眼的意义，而是文化生产与交流不可或缺的环节与过程。戏剧影视文学专业也是如此，依据这个专业的传统，当然是培养戏剧影视的编剧人才。但是，在今天，网络视频以及层出不穷的各类影像产品深受受众喜爱，我们的高等教育如果还局限在单纯编剧人才的培育上，就会明显与社会的发展脱节。目前的社会，需要采、编、导三者合一的复合型人才，那么，这个专业的教学，如果能在文学的基础上，兼及广播电视新闻学和影视编导学科就必定会对学生的多向发展产生良好的作用。

基于上述教育理念，才诞生了这样一套名为“文化传播实验教学系列教材”的丛书。本丛书共 11 种，涵盖了文学、新闻学、传播学、影视学等诸门学科。除了试图使诸学科互相渗透、互为支撑，使学生能更多掌握社会需求的技能外，更重要的是，我们还尝试紧紧抓住实验教学这个关节，使本科生阶段的教育，不只局限在坐而论道，而更要直接培养其动手实操的技能。这套丛书的诞生，还直接得益于文化传播学院“文化传播实验教学中心”的建设。2007 年，中心经过几轮严格的评选，荣获“北京市高校实验教学示范中心”称号，中华全国总工会王兆国主席闻讯特别批示全总相关部门大力支持中心的建设，北京市教委也慷慨解囊，奖励中心 50 万元建设资金，中国劳动关系学院主要领导为中心的建设更是不遗余力。

从 2007 年至今，三年多时间过去了。文化传播学院各位教师为中心的软、硬件建设呕心沥血，特别是丛书的各位第一作者，在时间紧、任务重的困难条件下，高质量地完成了丛书的编撰，令人感佩。现在，如同呱呱坠地的赤子，这套丛书终于开始陆续面世。如果她还有值得欣赏和肯定的地方，全赖我们的同事辛勤劳作；而她所有的不足与错漏，都应该由我们来概括承受。

最后，我们要诚挚地感谢朱羽君先生，她奖掖后学，不吝褒扬，既令我们惭愧，也给了我们莫大的激励；我们要真诚地向文化传播学院及实验教学中心的老师们致谢，没有这些可敬可爱的同事戮力同心、团结协作，我们将一事无成。

李双 吕明涛

2010 年 10 月 16 日

第一章	认识舆论	/1
第一节	什么是舆论	/1
第二节	舆论的三要素	/5
第二章	舆论的形态与功能	/16
第一节	舆论的形态	/16
第二节	舆论的形态特征	/24
第三节	舆论的功能与作用	/32
第三章	舆论的特殊形态——网络舆论	/40
第一节	网络舆论的概念及特征	/40
第二节	网络舆论的形态及生成	/49
第三节	网络舆论的效能及管理	/57
第四章	舆论的形成与调控	/68
第一节	影响舆论形成的因素	/68
第二节	舆论形成的过程和模式	/78
第三节	舆论调控的原则和方法	/87



第五章	舆论的测量(上)	/98
第一节	舆论测量基础	/98
第二节	内容分析法	/102
第三节	焦点小组讨论法	/108
第四节	控制实验法	/113
第六章	舆论的测量(下)	/119
第一节	民意调查方法概述	/119
第二节	调查问卷设计	/124
第三节	抽样方案的设计	/142
第四节	调查的实施和误差控制	/150
第七章	SPSS 与调查数据分析	/157
第一节	统计学基础知识和主要统计软件简介	/157
第二节	SPSS 数据管理	/163
第三节	SPSS 与数据描述	/176
第八章	舆情调查报告的撰写和应用	/207
第一节	舆情调查报告的撰写	/207
第二节	舆论调查的应用	/223
后 记		/229

第一章 认识舆论

第一节 什么是舆论

舆论,即輿人之论。“輿”的本义为车厢或轿,又可解释为众、众人。“舆论”指公众的言论,或公众的意见。在英文中,舆论对应的词组是 public opinion(公众的意见,即舆论)。在现代国家或国际社会,舆论成为一个常用词。究竟什么是舆论?下面我们就先从舆论现象来考察和认识舆论。

一、从舆论现象认识舆论

“舆论导向”、“舆论监督”、“国际舆论”、“舆论调查”……我们时常会听到这些词,在日常生活中,我们也经常可以观察到种种舆论现象。在现实生活中,几乎人人都对舆论有所认知,有所感受,可谓耳熟能详。对于舆论的力量,大家也多有认识。《韩非子》曾经记述了“三人成虎”的故事:故事讲述的是战国时期,魏国的太子被送到赵国的都城邯郸做人质,随从有大臣庞葱。临行前,庞葱对魏王劝诫说如果三个人谎报集市里有老虎,听者就会信以为真。现在赵国国都邯郸离魏国国都远了许多,对自己的议论会很多,希望大王不受影响。然而庞葱走后,毁谤他的言论就多了,庞葱就此不再受到重用。

舆论不仅能够影响个人观感,还能够影响社会,必要的时候还能够发挥社会动员和政治动员的作用,乃至推动建立一个国家。1776年1月,英属北美殖民地革



命前夕,潘恩出版了富有鼓动性的小册子《常识》,鼓动殖民地居民反抗英国的暴政,宣称:大自然在任何情况下都不会使卫星大于其主要的行星;由于英国和美洲就彼此间的关系而言,颠倒了大自然的通常秩序,所以它们属于不同的体系,这是很明显的。英国属于欧洲,美洲属于它本身。潘恩号召北美移民反对暴政和暴君,建立独立国家。《常识》直接激发了北美移民的独立意识,为美国独立发挥了重要作用。观照我国,在近代维新时期,康有为、梁启超等人在推动维新变法之时,也是把鼓吹改革、办报办学、在民间建立有利于改革的舆论作为首要任务。当时维新派首要的任务就是办报,创办了《万国公报》、《时务报》等一系列报刊,鼓吹变法,使变法成为公众热议的话题,鼓动君主立宪,在士大夫中争取了一批变法的同情者和支持者,力求实行西方式的制度改革。

在我们的日常生活中,舆论的作用更是无所不在。中央电视台每年的“3·15晚会”,都会曝光一批不合格产品和一些侵犯消费者权益的案例,受到公众关注。企业在晚会上被点名后,往往销售额大降,有的产品品牌就此一蹶不振。再如,贪官污吏最怕的就是媒体曝光,一旦媒体公开报道,相关部门随后展开调查,往往贪赃枉法行为无所遁形。另外,舆论还可以推进法制建设,其中最著名的例子是“孙志刚案”。2003年3月,湖北武汉一名大学毕业生孙志刚因刚到广州工作没有暂住证被广州芳村派出所收容,并在收容所死亡,经法医鉴定,孙志刚系因背部遭受钝性器具反复打击致创伤性休克死亡。4月,事件被媒体披露后引发社会抗议,媒体的声音、公众的声音得到广泛传播,舆论日趋统一,形成合力,促使国家废止了早已过时的《城市流浪乞讨人员遣送办法》,代之以更为人性化的城市救助管理新办法。

此外,我们还可以观察到,有些名不见经传的小人物,既没有做出大事业,也没有大成绩,却因为舆论的关注一朝成名,比如著名的“芙蓉姐姐”。“芙蓉姐姐”最早不过是一个普通的打工者,工作之余,在清华大学 BBS 上发帖,把自己塑造为一个内秀外美、才华横溢的女性。由于自身条件 and 自我评价反差很大,引起网民关注和议论,无论如何,“芙蓉姐姐”已经成功地吸引了大众的眼球,成为了一个话题明星。同样的情形还有近年在网络走红的“犀利哥”。“犀利哥”实为宁波街头一名乞丐,其走红源自 2010 年 2 月 23 日天涯论坛帖《秒杀宇内究极华丽第一极品路人帅哥!帅到刺瞎你的狗眼!求亲们人肉详细资料》,帖中发布数张“犀利哥”的照片,因其放荡不羁、不伦不类的造型让人眼前一亮,被网友誉为“极品乞丐”、“究极华丽第一

极品路人帅哥”、“乞丐王子”等。在这两个案例中我们可以看到,个体有意识的行为促使“犀利哥”和“芙蓉姐姐”从民间进入网络,而网络群体的集体无意识行为又导致他(她)们吸引网民关注和议论,大众越来越多的关注带动电视、报纸、杂志等传统媒体也被卷入了舆论的潮流,造就他(她)们成为红人和代表性的社会符号。

从上面的种种舆论现象我们可以看到,舆论非常复杂,从最不起眼的“犀利哥”,到国家大政方针,都可以成为公众热议的话题。到底是什么影响舆论的发展和大众的关注呢?舆论到底是什么东西呢?古今中外的学者都对舆论进行了研究,试图做出自己的解答。早在19世纪末,德国开始出现专门研究舆论的著作。进入20世纪,舆论问题更成为一些学者长期关注和研究的对象,并得到一系列的发现,如议题设置规律、沉默的螺旋现象等。

下面我们来看看各家学者对于舆论的定义。

二、舆论的定义

舆论现象无所不在,我们的日常判断和个人情绪都常常受到舆论影响,舆论不仅影响着具体的个人,还影响着社会的走向。在现实生活中,人们都意识到舆论的重要性,但是对于什么是舆论却从来没有达成一致的意见。究竟什么是舆论?目前还没有一种权威性的定义,下面仅是几种代表性的看法:

李良荣:舆论是在特定的时间和空间里,公众对于特定的社会公共事务公开发表基本一致的意见或态度。

喻国明:舆论是社会或社会群体中对近期发生的、为人们普遍关心的某一争议的社会问题的共同意见。

孟小平:舆论是公众对其关心的人物、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,并对有关事态的发展产生影响。

陈力丹:舆论是一定范围内的不确定多数对舆论客体的态度、意见和情绪的总和。

刘建明: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。



甘惜分:舆论是社会生活中经济政治地位基本接近的人或社会集团对某种事态发展大体相近的看法。

托马斯·霍布斯:舆论是人们在讨论中“强压给他人的建议”。

沙莲香: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。

这些定义各有侧重,然而无论如何定义舆论,它们都有以下几个共同点,即:

①舆论是一种公众的意见,意见始终是舆论研究的核心。这里的“意见”指对某种态度、信念或者价值的言语或行为表现。②这些意见涉及多数人普遍关心的重要问题。③表达这些意见的人们具有共同的利益,也就是说,舆论本质上是一种利益表达。

综合以上定义,我们可以试着给舆论下一个定义,即:舆论是社会公众对近期社会公共事务大致相同的意见。

三、对舆论的进一步认识

在社会现实中,人们常常犯的错误是把媒介言论等同于公众舆论,把民意等同于公众舆论。下面我们就舆论和媒介言论、民意、大众传媒的关系进一步辨析,以期能够对舆论有更加明晰的认识。

1. 舆论不等于媒介言论

媒介上的言论可能只代表了某个派系的舆论,或者只代表了某方面的舆论。比如在辛亥革命时期,改革派的报刊反映的是改革派的舆论,革命派的报刊反映的是革命派的舆论,而保皇派的报刊反映的则是保皇派的舆论。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。

同时,即便是同一家媒体,言论也是有差别的,很多言论是舆论领袖或个别人发出的,不是公众舆论的体现。为了争取社会支持,媒体往往在发表意见的时候将其当作社会公众的意见加以传播。

2. 民意不等于舆论

第一,民意是公众意志和意识的表达,而舆论包括代表民意的舆论和不代表民意的舆论。如果代表民意的舆论被压制,没有表达机会,就会保持沉默。当代表民

意的舆论被人为操纵,就有可能异化为违背民意的舆论。

第二,舆论一般能被直接感知到,而民意有时未必能被人直接感知到。当民意有合适的机会表达时才会转化为公开的舆论。民意要表现为可感的意见、态度等,才能成为舆论。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能被凸显出来,才能被人感知。

第三,两者规模不同。舆论规模可大可小,而民意一般是指较大范围内的民心倾向。

3. 舆论和大众传媒关系密切

第一,大众传媒作为当今传播新闻信息的主要渠道,所报道的新闻往往会引发公众关注和讨论。当全社会都对某一新闻事件展开讨论和发表意见的时候,就形成了公众对该事件的舆论。可以说,新闻报道是社会舆论形成的基础。

第二,大众传媒不仅可以报道新闻事实,还可以对公众意见进行客观报道和反映,客观上起到传播和放大社会舆论的作用。从根本上说,媒体只不过是舆论表达和传播的途径、手段和工具。新闻媒体是社会舆论的表现者、组织者、引导者,它既是国家利益的捍卫者,也是传递民声民意的使者,其“上情下达,下情上传”的特质,赋予它舆论引导和监督的双重功能,有利于促进我国的民主化进程,营造和谐稳定的社会环境。

总之,民意未必就变现为舆论。舆论大多数时候反映民意,然而有时候受大众传媒以及社会统治阶级影响,可能歪曲舆论。媒介言论在当代社会是反映舆论动向的重要指标,并常常能够引导舆论。

第二节 舆论的三要素

前面我们对舆论的定义作了探讨,综合各家代表性的定义可以看出,要形成舆论,必须具备三个要素,即:第一,要有发表意见、表明态度的公众,这是舆论的主体;第二,要有能够引发公众发表意见的社会公共事务,比如近期发生的事件,出现



的人物、现象等,这是舆论的客体;第三,要有舆论的具体存在形式,也就是意见,也就是说,公众的意见要得到表达才能够形成舆论。下面我们就分别讨论一下这三个要素的特征。

一、舆论的主体:公众

1. 公众和大众

公众在英文中为“public”,和我们通常所说的大众(mass)有着区别。一般而言,公众是社会成员集合体,人数众多,且分散在社会各个地方,没有统一的组织,彼此之间没有联系,但在特定的时刻,由于他们对社会事务产生共同兴趣、发表意见,所以就成为了舆论的主体,形成一股不可忽视的影响力量。而大众一般则各自为政,对社会公共事务缺乏共同的兴趣,也没有共同利益维系,缺少自己的意见和主张,更容易随大流和盲从,更类似于“乌合之众”。大众一旦对社会公共事务产生兴趣、表达意见,这个时候,它就会成为影响舆论的力量——公众。

现代大众社会理论认为,在现代社会,大众构成了社会舆论的主体,因此社会舆论越来越容易被外界势力,尤其是被媒体操纵。

2. 成为舆论主体的两大条件

从什么时候开始,大众不再是乌合之众,而是我们所说的公众呢?作为社会成员的公民,要成为舆论的主体,需要满足两个条件:第一个条件是,需要有激发他们关注的社会公共事务;第二个条件是,他们要有发表意见的权利和能力。只有具备了这两个条件,大众才能够成为舆论的主体。

在日常生活中,作为舆论主体的公众更多时候是大众。但是一旦他们对社会事务,比如说某个社会现象、某个社会问题产生了兴趣,不约而同地发表意见,他们之间会互相讨论,达成大致相同的意见。这个时候,联系他们的是他们共同关注的问题或者社会事务,不管他们的身份、地位为何,他们的基本立场和利益诉求让他们彼此联系和团结起来,并试图用他们的意见影响社会生活。在这个过程中,一般来说,持有大致相同意见的公众有着大致相同的利益、兴趣和爱好。

舆论主体除了要有感兴趣的社会事务,还要有自由发表意见的权利和能力。表达意见的自由,要求的是有一个民主宽松的外部环境,公民有发表自己观点的权

利。举例来说,在“文革”期间,中国的舆论千人一面,没有人敢对社会事务公开发表意见,在这种情况下,舆论只能是虚假的舆论,并不能够真实反映社会公众的意愿。此外,公民需要具有表达意见的能力。这就要求公民有较好的民主素养和文化素质,能够理解社会事务的相应方面,能够独立思考。只有这样,舆论才不容易被操纵和利用,舆论才能够真实地反映他们的利益与意愿。比如,20世纪50年代,我们宣称要“和‘右派’斗争”,认为“右派”数目众多,为此,每个单位硬性下达“右派”指标,不管有没有“右派”,都必须完成指标,导致的结果就是有些单位投票选举“右派”。像这种情况,公民的选票并不能够代表自己的真实意愿,亦不代表舆论。

3. 舆论主体的类型

在现实生活中,舆论主体也就是公众大致可以分为两种类型,一种是广泛地对社会事务发表意见、关注时事,例如,在媒体工作的评论员,他们的工作决定他们必须对社会事务保持长期关注,并及时发表意见。另外一种是对感兴趣或者利益相关的社会事务发表意见。以足球打黑事件为例,很多球迷平时对社会事务未必特别关心,但对有关中国足球改革的事情却非常关注。一般来说,很少有人属于绝对的两类,往往是以一种类型为主,同时也具有另外一种类型的部分特征。多数社会成员倾向于只对感兴趣或者利益相关的社会事务发表意见。

舆论主体还可以按照公众在舆论形成中的地位来区分。在舆论形成过程中占据主导地位,对舆论产生重大影响的,就是意见领袖;对舆论形成没有什么影响,更多是附和他人意见的,就是普通的舆论公众。尽管单个人对舆论来说没有什么影响,但一旦社会上多数人取得一致意见,则能够对社会事务产生主导性的作用。意见领袖提出的意见必须符合他们的利益诉求,不然他们的意见就不能发挥作用,最终也会失去自己意见领袖的地位。

此外,还可以将舆论主体从个人价值取向上进行区分,大致可以分为传统取向型、内部取向型和他人取向型三种类型。其中,传统取向型表现为恪守传统、循规蹈矩,对于外界发生的变化,评价标准趋于保守。内部取向型一般以自我的内心诉求作为自己的行动立场,不在乎他人的眼光,较能适应外部世界的变化,勇于创新,自我意识强。他人取向型则不停地观察别人,随大流,容易丧失自我。比如,20世