

# 舆论学

## 基础与实务教程

邓海荣 邓凤仪◎编著



西南交通大学出版社

# 舆论学基础与实务教程

邓海荣 邓凤仪 © 编著

西南交通大学出版社  
· 成 都 ·

-----  
图书在版编目 ( C I P ) 数据

舆论学基础与实务教程 / 邓海荣, 邓凤仪编著. —  
成都: 西南交通大学出版社, 2020.12  
ISBN 978-7-5643-7807-3

I. ①舆… II. ①邓… ②邓… III. ①新闻工作 - 舆  
论 - 教材 IV. ①G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 ( 2020 ) 第 211645 号  
-----

Yulunxue Jichu yu Shiwu Jiaocheng

**舆论学基础与实务教程**

邓海荣 邓凤仪 编著

---

责任编辑 居碧娟  
助理编辑 罗俊亮  
封面设计 GT 工作室

---

出版发行 西南交通大学出版社  
( 四川省成都市金牛区二环路北一段 111 号  
西南交通大学创新大厦 21 楼 )

邮政编码 610031  
发行部电话 028-87600564 028-87600533  
网址 <http://www.xnjdcbs.com>  
印刷 四川森林印务有限责任公司

---

成品尺寸 185 mm × 260 mm  
印张 15.25  
字数 381 千  
版次 2020 年 12 月第 1 版  
印次 2020 年 12 月第 1 次  
定价 36.00 元  
书号 ISBN 978-7-5643-7807-3

课件咨询电话: 028-81435775  
图书如有印装质量问题 本社负责退换  
版权所有 盗版必究 举报电话: 028-87600562



## 前言 PREFACE

---

舆论学是以舆论为研究对象，研究其产生、发展及其应用规律的学科。随着媒介技术的社会化发展，社会公众获取信息、共享资源、沟通交往、表达意见的渠道更加多元，各种反映社情民意的舆论场极其活跃，舆论话题、舆论事件成为政府、民众、媒体都十分关注的重要问题，舆论学已成为社会科学研究领域的一门显学。

我国现代意义上的舆论学始于近代，随着西方资产阶级启蒙思想的引入，中国先进的知识分子，如梁启超、康有为等在推进社会革新时，十分重视舆论的力量以及对舆论规律的研究。然而，我国现代真正科学意义上的舆论研究始于20世纪70年代末80年代初，如今我国的舆论学研究取得了丰硕的成果，出版了多部舆论学专著，代表作如：1988年，刘建明的《基础舆论学》、杨张乔的《声张自我的艺术——舆论社会学》；1989年，孟小平的《揭示公共关系的奥秘——舆论学》；1990年，刘建明的《当代舆论学》；1991年，徐向红的《现代舆论学》；1999年，陈力丹的《舆论学——舆论导向研究》；2005年，韩运荣、喻国明的《舆论学原理、方法与应用》；2009年，刘建明、纪忠慧等的《舆论学概论》、许静的《舆论学概论》；2012年，李衍玲的《舆论学精要》；2015年，宋晖、吴麟等的《舆论学实务教程》；2018年，王灿发的《新闻舆论学基础教程》；等等。这些专著以及与之相呼应的为数众多的论文，对舆论的本质、功能、表现形态、运行规律以及舆论与国家、社会等的互动关系等进行了持续不懈的探索，初步形成了有中国特色的舆论学理论体系。

一般来说，舆论学研究包括理论研究、应用研究、历史研究三大板块。

本教材侧重舆论学的基础理论和应用知识介绍。在舆论学基础理论方面，主要阐释舆论的概念、要素、特征、形态、功能、形成，以及舆论的传播、调控等系统的基本知识，并结合案例介绍舆论学的基础理论；在舆论学应用方面，主要阐释新闻舆论引导、新闻舆论监督以及网络舆情的监测与分析、舆论的测量与调查等常用实务知识。据此，全书分为九章：第一章舆论的认知，主要介绍舆论的定义、特征、功能和构成要素；第二章舆论的形成，主要从环境、过程、标志、模式等方面阐释了舆论的形成；第三章舆论的形态，主要分析了舆论的存在形态、信息形态及畸变态；第四章舆论的传播，主要阐释了舆论的传播手段、传播规律以及舆论的大众传播；第五章舆论的调控，主要分析了舆论调控的目的、方法和原则；第六章新闻舆论引导，主要阐述了新闻舆论的内涵、特征以及引导原则、方法和艺术；第七章新闻舆论监督，主要介绍了新闻舆论监督的主体、客体、特征与作用，还分析了新闻舆论监督的原则与方式；第八章网络舆情监测与分析，主要介绍了网络舆情监测的方法、流程与系统，网络舆情分析技术、工具及方法，以及网络舆情报告的写作方法；第九章舆论的测量与调查，主要介绍舆论测量与调查的基本方法，以及舆论调查报告的写作方法。在写作分工上，第一、二、三、四、五、六章由邓海荣撰写，第七、八、九章由邓凤仪撰写。

本教材是重庆市特色专业——广播电视学的建设内容之一,其出版得到了特色专业建设资金的支持,在此表示感谢。本教材吸纳了众多学者的观点及论述,在此谨向陈力丹、刘建明、喻国明、秦志希、丁柏铨、侯东阳、王灿发、何梓华、李良荣、彭菊华等学者致以真诚的感谢!也要感谢重庆工商大学文学与新闻学院研究生蒋昊君、朱花平、任俊燕、陈佳玲等同学在收集材料或校对中付出的艰辛劳动!此外,还要感谢西南交通大学出版社对本书出版的大力支持!

由于时间仓促及编者相关理论知识水平所限,本书的不足和错误在所难免,欢迎读者批评指正。



# 目 录 CONTENTS

---

## 第一章 舆论的认知

第一节 舆论的定义	001
第二节 舆论的构成要素	009
第三节 舆论的特征	014
第四节 舆论的功能	017

## 第二章 舆论的形成

第一节 舆论产生的社会环境	023
第二节 舆论生成的过程	026
第三节 舆论形成的标志	032
第四节 舆论形成的模式	034

## 第三章 舆论的形态

第一节 舆论的存在形态	037
第二节 舆论的信息形态	042
第三节 舆论的畸变态	044

## 第四章 舆论的传播

第一节 舆论的传播手段	053
第二节 舆论的传播规律	060
第三节 舆论的大众传播	065

## 第五章 舆论的调控

第一节 舆论调控的目的	074
第二节 舆论调控的方法	076

第三节	舆论调控的原则 .....	084
第六章 新闻舆论引导		
第一节	新闻舆论的内涵及特点 .....	088
第二节	舆论引导与新闻舆论引导 .....	094
第三节	新闻舆论引导的原则 .....	107
第四节	新闻舆论引导的方法 .....	110
第五节	新闻舆论引导的艺术 .....	115
第七章 新闻舆论监督		
第一节	新闻舆论监督的特征与功能 .....	122
第二节	新闻舆论监督的主体与客体 .....	127
第三节	新闻舆论监督的原则与方法 .....	133
第八章 网络舆情监测与分析		
第一节	网络舆情的监测 .....	139
第二节	网络舆情的分析 .....	150
第三节	网络舆情报告的写作 .....	164
第九章 舆论的测量与调查		
第一节	舆论的测量 .....	172
第二节	舆论调查 .....	182
附 录		
附录 1	调查问卷表设计案例 .....	213
附录 2	舆论调查报告写作案例 .....	220
附录 3	舆情月度报告写作案例 .....	225
附录 4	舆情专题报告写作案例 .....	232
参考文献 .....		240

# 第一章

## 舆论的认知

### 第一节 舆论的定义

#### 一、舆论概念的产生

“舆论”一词在国内外出现都比较早。

据考证，我国历史上最早出现“舆论”这个词，可以追溯到1700年前的《三国志》等史籍。《三国志·王朗传》中有这样一段记载：“设其傲狠，殊无入志，惧彼舆论之未畅者，并怀伊邑。”表明“舆论”概念在当时已基本确立，而且以“百姓的议论”之意开始使用。

汉语里，“舆论”一词是偏正结构，可理解为“舆人之论”。而“舆人”又由“舆”字演化而来。舆，原指“车箱”，如《说文·车部》：“舆，车舆也。”段玉裁注：“车舆谓车之舆也”“舆为人所居。”舆，又代指车，如《玉篇·车部》：“舆，车乘也。”后由物转指人，包括造车的木工、轿夫等，如《周礼·考工记·舆人》：“舆人为车。”春秋末期将人划分为十等，舆人为第六等，地位比较低下，于是“舆人”便泛指下层劳动者、管理人及吏卒等普通老百姓。

早期记载中的“舆论”由于直接来源于“舆人之论”“舆人之诵”或“舆人之谋”，其含义主要指的是下层百姓的议论。这种舆论代表的是被统治阶层的意见，并没有将统治阶层包括进去。<sup>①</sup>

西方“舆论”概念的出现比我国要晚。

十七世纪的英国哲学家洛克（John Locke，1632—1704）曾提出“舆论法则”，与“神法”“民法”相提并论。他提出：“人们判断行为的邪正时所常依据的那些法律，可分为三种：一为神法，二为民法，三为舆论法（the law of opinion or reputation）。”<sup>②</sup>但原文只有“opinion”，而没有定语“public”这个很关键的词。但是洛克的论述中，已经开始把舆论视为一种人民主权表现的思想。

1762年，法国启蒙学者卢梭（J. Rousseau，1812—1867）在《社会契约论》中首次将拉丁文字体系中的“公众”与“意见”两个词汇联系起来，创造了一个新词“Opinino Publique”（法语），用来表达人们对于社会性的或者公共事务方面的意见，即“舆论”。英文“舆论”（public opinion）概念的出现还要晚几年。

卢梭在《社会契约论》中只是理论上提到了舆论，没有把它作为核心概念来论证。把舆

<sup>①</sup> 胡钰：《新闻与舆论》，中国广播电视出版社2001年版，第108页。

<sup>②</sup> 约翰·洛克：《人类理解论》（上），商务印书馆1959年版，第329页。

论作为一个核心概念来论证、比较的一部代表论著，是沃尔特·李普曼（W. Lippmann）1922年出版的《舆论》（*Public Opinion*）。李普曼作为一个新闻记者和一个实践派的学者，在这本书中对舆论现象做了深刻的分析，书里讲到的许多观念在现在看来都是很有意义的。

从中西舆论概念产生的过程来看，胡钰认为，它们存在三方面的差别<sup>①</sup>：

第一，中国的舆论概念形成是一种语言延伸、转化的过程，从最初的指代车子的“舆”到最后的“舆论”，中间经过了“舆人”“舆人之论”；西方的舆论概念形成是一种政治理念的深化过程，从早期的公民议政到最后的国家政治中公意至上、公意不可违。第二，中国的舆论概念在形成中突出舆论的表现形式，即舆论是一种群众共同议论的现象；西方的舆论概念在形成中则不断强化舆论的政治功能，公意即法律。第三，中国的舆论概念产生于史学家之手，为无意之记载；西方的舆论概念产生于思想家之口，为有意之鼓吹。

## 二、舆论的多种解释

舆论作为客观存在的社会现象，每个人都能感觉到它的存在，然而，要给它一个定义，却是众说纷纭，难有权威而稳定的界定。之所以出现这种情况，是因为舆论作为一种在社会生活中发挥重要作用的现象，研究者可以从多种不同角度进行评价与分析，进而得出关于舆论的定义。下面就是一些较为有影响的舆论定义。

### 1. 国外的定义

凡涉及别人的行为，而那种行为与我们的行为有一定关联的一些现实事件，是依赖于我们或者对我们感兴趣的，我们大致上把它称为公众事务。他们头脑中的想象，包括对于自己、别人、他们的需要、意图和关系等都属于他们的舆论。一些集团的人或者以集团为名义的个人按照这些想象来行动，就成了大写字母的“舆论”。

——李普曼《舆论》

舆论是群众就他们共同关心或感兴趣的问题公开表达出来的意见综合。

——《美利坚百科全书》

舆论是社会上值得注意的相当数量的人对一个特定问题表示的个人意见、态度和信念的汇集。

——《简明不列颠百科全书》

舆论是人们对社会生活中涉及共同利益并需要加以实际解决的问题的一致意见。

——乌列朵夫《苏联社会的舆论》

舆论通常是指人们对社会问题的信念和态度。

——《政治分析辞典》

### 2. 国内的定义

---

<sup>①</sup> 胡钰：《新闻与舆论》，中国广播电视出版社2001年版，第110页。

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一事态大体相近的看法。

——甘惜分《新闻理论基础》

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。

——刘建明《基础舆论学》

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。

——孟小平《揭示公共关系的奥秘——舆论》

舆论，就是社会集团或大多数公众对共同关心的社会事态所持相近意见。

——李元授《新闻传播学》

舆论是公众对社会事务所持有相近意见的显性传播。

——邵培仁《新闻传播学》

舆论是公众对所关心的任务、事件、问题所持大体一致的社会态度在公开言论中的表现。

——张学洪《舆论传播学》

社会舆论就是大众对某一事物某些人或问题的议论、评价。

——北京大学社会学系《社会学教程》

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。

——胡钰《新闻与舆论》

舆论指国家、集团或个人对某一事端或社会意识倾向所出现的议论漩涡，是意识思潮的一致性与分歧性的反映。它有着对政治、道德、经济、社会、意识的潜在权威性与评价性。

——《新知识词典》

舆论是多数人对于某一事件有效的公共意见。

——储玉坤《现代新闻学概论》

由此看来，对于“什么是舆论”，国内外没有一个统一的认识。但从学者们的定义来看，可归纳为三种观点。第一种观点认为，舆论单纯地只是一种意见（议论、看法、评价），包括意见综合、共同意见、一致意见等，如《美利坚百科全书》，以及我国大部分学者如甘惜分、刘建明、喻国明等都持此种观点。第二种观点认为，舆论不仅仅是一种意见，它还包含信念、态度、情绪，是意见、信念、态度和情绪的总和或汇集，如《大不列颠百科全书》，以及我国学者孟小平、陈力丹等就持此种观点。第三种观点认为，舆论是信念、态度，如美国《政治分析辞典》以及李普曼等就持该观点。

### 三、舆论的基本含义

虽然对于“舆论”这个概念，迄今还没有一个公认的定义，但我们从学者们的定义中还是能找到如下基本共识。<sup>①</sup>

第一，舆论是一种意见。我们所说的“意见”是“人们对事物表明若干观点，阐明其态度的语义手段”<sup>②</sup>，它是构成舆论的外在因素，是舆论的存在形式。也就是说，舆论通过“意见”的形式来表达，并以“意见”的形式而存在。至于有些学者在舆论定义中提到的“信念、态度、情绪”，我们必须清楚的是它们本身不是舆论，但他们可以影响并形成“意见”进而转化为舆论。即只有“用语言和行为等形式表达出来的信念、态度”才是“舆论”。事实上，“意见本身实际上是包含认知、情感和意志行为（判断）三种成分。它不是一种单一的复合体。作为舆论的意见，它既包含一个人的认知因素，也包含着他的情感和理性评价因素，同时，还包含着意志行为，即准备采取某种行动的一种意志、一种状态”<sup>③</sup>。因此，这种“意见”的表达方式多种多样，它可以是“言论”“主张”“观点”“议论”“评价”“民谣”，甚至可以是“肢体的群体宣示”<sup>④</sup>，如“掌声”“游行示威”“群体事件”等。

第二，舆论是多数人的意见。舆论是以单个人的意见或者议论为基础的，但“舆论所表达出来的意见，不是个别人的意见，也不是少部分人的意见，而是相当多的社会成员所表达出来的意见集合”<sup>⑤</sup>。这个“相当多的社会成员”在定义舆论时一般称之为“公众”。刘建明认为：“没有公众，就没有社会舆论，公众一旦形成，社会舆论就同时形成。”<sup>⑥</sup>

第三，舆论是多数人的一致性意见。既然舆论是一个多数人意见的集合，它肯定不是一个单一化的意见，而是一个多样化、多元化的声音。就某一社会问题来说，“众多的社会成员纷纷表达了各自的意见和立场，一开始的意见可能是比较散乱和稀落的，但随着意见的互动、整合，舆论也会逐渐趋于稳定、集中，在某方面更多的人会形成较一致的看法”<sup>⑦</sup>。如果公众意见完全没有重合、一致之处，“呈现几乎无限的多样性，那么便不存在关于这个客体的舆论”<sup>⑧</sup>。

第四，舆论是针对公共事务（问题）的意见。公众在发出意见时不是凭空而论，而是要针对特定的客观对象来表达各自的看法、主张。从学者们对舆论的定义我们可以看出，舆论针对的客观对象常常是公众“关心”“关切”“感兴趣”或有“共同利益”的事件或问题，李良荣认为，引发舆论的客体“是某个特定的涉及公共切身利益的社会公共事务”<sup>⑨</sup>。

以上共识中，实际上包含了舆论的基本构成要素：舆论主体——公众，舆论客体——公共事务，舆论本体——一致性意见。基于此，我们可给“舆论”下一个简单明了的定义：舆论是公众对公共事务的一致性意见。

① 刘建明、纪中慧、王莉丽：《舆论学概论》，中国传媒大学出版社 2009 年版，第 27-28 页。

② 刘建明、纪中慧、王莉丽：《舆论学概论》，中国传媒大学出版社 2009 年版，第 30 页。

③ 韩运荣、喻国明：《舆论学：原理、方法与应用》，中国传媒大学出版社 2005 年版，第 37 页。

④ 刘建明、纪中慧、王莉丽：《舆论学概论》，中国传媒大学出版社 2009 年版，第 81 页。

⑤ 韩运荣、喻国明：《舆论学：原理、方法与应用》，中国传媒大学出版社 2005 年版，第 37 页。

⑥ 刘建明：《当代舆论学》，陕西人民教育出版社 1990 年版，第 43 页。

⑦ 韩运荣、喻国明：《舆论学：原理、方法与应用》，中国传媒大学出版社 2005 年版，第 37 页。

⑧ 陈力丹：《舆论——感觉周围的精神世界》，上海交通大学出版社 2003 年版，第 13 页。

⑨ 李良荣：《新闻学导论》，高等教育出版社 1999 年版，第 64 页。

## 四、舆论相关概念辨析

当前，“舆论”“舆情”“民意”这三个词的使用频率非常高。由于这三个词的研究和辨析都会溯源到同一个英文词“Public Opinion”，因而这三个词的使用较为混淆。大陆学界常见的对于“Public Opinion”的翻译是“舆论”“公众舆论”，港台学者则用“民意”。对舆论、舆情、民意三个概念进行辨析，不是为了割裂三者的联系，而是为了厘清它们的内涵以及当今使用的语境。

### （一）舆论、舆情概念辨析

无论是新闻传播学界，还是政界和企业界，都存在着不能准确把握和使用舆情概念的情况，主要表现在：一是将舆情与舆论混为一谈；二是视舆情为“舆论情况”的简称。其实，舆情和舆论关系密切，有诸多共同和共通之处；但也存在着一些不容忽视的区别。

#### 1. 舆情概念讨论

至于舆情概念，多位学者已就此进行过专门的、颇有价值的探讨。对“舆情”的界定，国内比较有代表的观点有：

“社会政治态度”说。王来华认为，舆情是“在一定的社会空间内，围绕中介性社会事项的发生、发展和变化，作为主体的民众对作为客体的国家管理者产生和持有的社会政治态度”<sup>①</sup>。

“多种情绪、意愿、态度和意见交错的总和”说。刘毅认为，舆情是“由个人以及各种社会群体构成的公众，在一定的历史阶段和社会空间内，对自己关心或与自身利益紧密相关的各种公共事务所持有的多种情绪、意愿、态度和意见交错的总和”<sup>②</sup>。

“舆情即民意”说。丁柏铨认为，舆情“既可以是得到公开表达的民意，也可以是尚未得到公开表达的民意”<sup>③</sup>。孙立明认为，“舆情就是社情民意，至少包括了公众对公共问题的情绪、态度、意见三个方面的内容，而且它们经常一同出现在网民的表达实践之中”。<sup>④</sup>

“群体性情绪、意愿、态度、意见和要求的总和及其表现”说。张元龙认为“舆情是社会民众在一定的历史阶段和社会空间内，对关乎自己切身利益的公共事务或自己关心的特定事件所持有的群体性情绪、意愿、态度、意见和要求的总和及其表现”<sup>⑤</sup>。

研究者对上述学者关于舆情的见解多有援引，故此处不赘述。有关学者在给舆情下定义时，虽然在取用属概念和就种差进行表述的过程中，看法不尽一致，但在一点上认识是高度统一的，即：舆情具有特定含义，而非“舆论情况”的简称。

① 王来华：《舆情研究概论》，社会科学院出版社2003年版，第32页。

② 刘毅：《网络舆情研究概论》，天津人民出版社2007年版，第51页。

③ 丁柏铨：《略论舆情——兼及它与舆论、新闻的关系》，《新闻记者》，2007（6）。

④ 孙立明：《网络舆情的三个世界——社会情绪、民意表达与话语权博弈的三维分析》，《信息化研究》2006（20）。

⑤ 张元龙：《关于“舆情”及相关概念的界定与辨析》，《浙江学刊》，2009（5）。

在众多观点中，丁柏铨认为孙立明的观点最应受到重视。因为孙立明清楚地界定了舆情并阐明了其内涵；并指出除意见之外，舆情还包括公众的情绪和态度，且意见、态度和情绪的主体均是公众。孙立明对舆情概念进行界定时，体现出舆情概念与舆论概念的差异性和可区分度。孙立明的观点与张元龙的观点相似，但张元龙关于“舆情”概念的内涵更为丰富、具体一些，本教材采用张元龙给定的定义。

## 2. 舆论与舆情的区别

舆论与舆情并非等价概念，它们存在着诸多区别。

第一，二者在本体上有区别。舆论本体是公众之“论”、之“议”，是公开表达的“意见”，严格来说，公众的态度和情绪不是舆论的构成成分，虽然它们可以影响特定主体的意见表达并融入舆论之中。而舆情的构成成分则较舆论复杂，不仅包括公众公开表达的“论”和“议”，而且包括公众对社会热点事件和社会问题及现象所持有的态度、情绪。简单来说，舆情包含“论”，但重在“情”（情状、情绪）的表达，且是各种“情”的总和；而舆论则重在“论”（广义的议论），且是一致性的优势意见。

第二，二者在主体上有区别。舆论的主体是多元的，公众、新闻媒体乃至官方机构，都可以是舆论的主体，不同的舆论场域是以不同主体为主导的舆论形成的。舆情的主体只能是民众，是一元化的，官方不可能是舆情的主体，没有“官方舆情”之说。

第三，在主体的意见是否得到公开表达上也有区别。舆论是公开表达之“论”、之“议”，是“某种共同性的社会心理和社会思潮的公开表露”。而舆情则并不一定公开表露，由于种种原因，一部分人心里虽有意见、有情绪但并不明显表露出来，而是将意见和情绪深藏于心底。在这种情况下，很难说已经形成了舆论；但是面对同一社会问题腹诽者多了，腹诽构成了舆情。

第四，两者在存续时间方面有差别。一方面，舆情的存续时间多长于舆论，这是因为，作为由众议构成的舆论，一旦无人言说和提起，舆论自然而然也就消减甚至消失了；而舆情的构成成分中的态度和情绪，则往往可以在特定主体的心理世界和精神世界中自然留存很长一段时间。另一方面，舆情形成在先而舆论形成在后，舆论在相应舆情的基础上形成。即特定舆论是特定舆情的反映，现实中有未形成舆论的舆情，但是无未形成舆情的舆论。某种舆论总是与一定的舆情相对应，一定的舆情不一定表现为相应的舆论。

## 3. 舆论与舆情的联系

不可否认的是，舆情与舆论不仅相关而且相近、相通，两者之间存在着密切联系。

第一，二者客体相同。舆论、舆情的客体都是公共事务或公共问题，它们都围绕同一话题而生、而存、而起、而落。在同一话题范围内，往往是既有舆论，也有舆情。两者之间以同一话题为共同基础和连接纽带，因而往往能形成谐振和共鸣之势。

第二，舆情可转化为舆论。舆情向舆论转化，主要表现在两方面：一是将舆情层面的公众未公开表达之“论”，经由外化的过程而转为舆论。二是将舆情中的优势意见转化为舆论。舆情是“多种情绪、意愿、态度和意见交错的总和”，可以说是众声喧哗，是民众不同意见与情绪的集合，但这个集合体不是舆论，只有其中的主流意见或优势意见才可转化为公众的“共同意见”而成为舆论。从这个角度来看，舆情的范围比舆论要宽泛。

## （二）舆论、民意概念辨析

### 1. “民意”概念

“民意”一词在各类词典中出现频率极低，定义较为笼统。

较为典型的是1986年出版的《政治学辞典》。该词典对“民意”的解释如下：“指社会大多数人对于某一事件或某项政策表现出的带有共同倾向性的态度和愿望。它是一种自发的、不系统的、不定型的社会意识。”<sup>①</sup>1993年刘建明主编的《宣传舆论学大辞典》将民意定义为：“公意、公言、民心。人民整体意志的象征，全体人民的追求所凝成的力量。一种笼罩整个社会的表层意识。是人民意识、精神、愿望和意志的总括，是社会舆论这一意识现象的主导部分。”<sup>②</sup>另外，一些学者把民意、舆论与公共关系联系在一起，比如：1992年孔祥军《公共关系大辞典》中收录有“民意”词条，并从公共关系视角将“民意”定义为：“社会成员对其关心的政治、经济、社会问题所持有的态度和意见。是国家实行的大政方针和政策在一定社会成员中的悉知、理解、影响的反映，既是国家调整政策的基础，也是国家作出新的决策的前提和根据。”<sup>③</sup>

总之，从以往研究来看，将民意作为独立词条的极少。字典和已有的词条定义比较偏重用“大多数人的意见”“全体人民的意志”这样的概念。但是有学者认为民意应该按照“民”所代表的群体不同而分不同层次，未必是大多数人的意见，可以是少数民意、个别民意。

王来华等人认为界定“民意”概念，应抓住以下三个特点<sup>④</sup>：第一，民意指来自民间或非政府机构的个人、团体和公众的意见，含公开和非公开的；第二，阐发意见的对象通常是与提出意见者相关的社会事物、事件和问题等；第三，在意见的阐发方式上具有多种形式。

### 2. 舆论与民意的关系

舆论与民意的客体都是公共事务，从本体来看，都是一种“共同意见”或“一致性意见”，在这两方面它们二者相似、相近，因此在具体使用上也容易混淆。

事实上，舆论与民意的区别还是比较明显的，王来华等学者从以下三方面进行了区分<sup>⑤</sup>：

第一，民意包括了公开和不公开的部分，只要是民众所想的，不管他说与不说，都是民意。而舆论则从了解公开言论或意见的角度出发，对各种媒体中的思想或意见等方面的信息更加看重或倚重，而在研究方法方面，则更依靠或直接取自各种媒体的信息，也更强调大众传播媒介与舆论之间的关系。

第二，民意作为民众的意见有自身的社会心理构造，而舆论一般不强调它的社会心理特征及其心理构成特点。此外，民意还强调研究民众的意见等所包含的行为倾向和行为后果，而舆论研究则不强调这一方面。

① 丘晓：《政治学辞典》，四川人民出版社1986年版，第168页。

② 刘建明：《宣传舆论学大辞典》，经济日报出版社1993年版，第336页。

③ 孔祥军：《公共关系大辞典》，希望出版社1992年版，第74页。

④ 王来华：《对舆情、民意和舆论三概念异同的初步辨析》，《新视野》，2004（5）。

⑤ 王来华：《对舆情、民意和舆论三概念异同的初步辨析》，《新视野》，2004（5）。

第三，民意侧重于民众对社会各种具体事务的情绪、意见、价值判断和愿望等，是直接来自民众的“心声”。而舆论则可以被区分为国家和公众等不同的舆论，其中既有民众的声音，也有国家管理者（如执政党和政府等）的声音等。在这一点上，民意与舆论之间的区别就更加明显一些。

学者唐远清综合各方面关于“民意”的观点，提出对“民意”的几点认识<sup>①</sup>：第一，民意是舆论的一种类型，是人民意识、精神、愿望和意志的总和，也是一种一致性的意见；第二，民意是任何个人或小组凭借宣言无法自我标榜的，只能靠量化的数据结构来认定；第三，民意是公正和正确的，因为它反映了人们在社会发展过程中必然的历史要求；第四，民意是判断社会问题真理的尺度，是推动社会前进和历史发展的根本性和决定性力量，民意不可违；第五，民意的重要性就在于民意是执政者正确决策的依据。

### （三）舆论、舆情与民意概念的关系讨论

唐远清在考察了舆论、舆情、民意的概念关系后，进行了如下总结（图 1-1）：

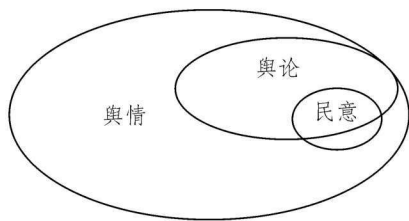


图 1-1

第一，舆情的范围最宽，而民意的范围最窄。舆情是多种情绪、意愿、态度和意见交错的总和，其中包含着多数人的一致意见，即舆论。而民意是舆论的一个类型，它仅仅是那部分正确和公正的、且能反映人们在社会发展过程中必然的历史要求的多数人的共同意见。

第二，民意是正确和公正的，代表着历史发展的必然趋势。而舆论有可能是人为制造的，错误的舆论误导群众的例子并不罕见。舆情也有对错之分，情绪化是舆情的重要特征之一，所以，舆情有时难免缺乏理性成分。因此，舆论和舆情都不能自称为民意。

第三，一般情况下，舆论是需要经过公开表达的，而舆情和民意可以是内隐的。舆情产生和变化是一个复杂的心理过程，人们可能受到来自个人和环境等因素的影响，不便表达情绪。而民意在被压制时，也可能暂时隐藏起来。

第四，舆情和民意可能是内隐的，故需要借助调查手段来了解真实的舆情。舆论或民意调查结果中显现，就是那部分绝大多数的一致意见。

第五，舆论强调“共同意见”，而舆情强调“不同意见的集合”，侧重调查各种意见的分布、倾向、强度和发展趋势，提供在某一问题上意见的总体态势。<sup>②</sup>

<sup>①</sup> 王灿发：《新闻舆论学基础教程》，中国广播电视出版社 2018 年版，第 56 页。

<sup>②</sup> 王灿发：《新闻舆论学基础教程》，中国广播电视出版社 2018 年版，第 57 页。

## 第二节 舆论的构成要素

关于舆论的构成要素，韩运荣、喻国明认为有三大要素：舆论的主体——公众；舆论的客体——问题；以及舆论的存在形式——意见。<sup>①</sup>刘建明在《舆论传播》中也认为舆论的构成分三个要素：（1）意见与见解：舆论本体；（2）舆论主体与集合意识；（3）舆论内核：社会知觉。<sup>②</sup>《大不列颠百科全书》对此阐释为：“几乎所有的学者和公众意见的操纵者，都同意舆论的含义至少包括四个要素：（1）必须有一个问题；（2）必须有多数个人对这个问题发表意见；（3）在这些意见中至少有某种一致性；（4）这种一致的意见会直接或间接地产生影响。”<sup>③</sup>

刘建明未提到舆论客体，事实是公众没有议论的对象，是不可能产生舆论的。《大不列颠百科全书》提到的四个要素中的第四项“这种一致的意见会直接或间接地产生影响”谈的是舆论的功能，我们认为，这是舆论形成后的事，不能归入构成要素。因此，本书采纳韩运荣、喻国明“三要素”的说法，并据此给舆论下一个最为简单的定义：舆论是公众对公共问题的一致性意见。

### 一、舆论的主体——公众

#### 1. 谁是公众

舆论主体指的是参与舆论活动的人，他们可以是社会中任何地方任何职业任何年龄的人，即任何人都可以参与到舆论活动中来。但需注意的是，作为舆论主体，它不是简单的少数人、个别人，而是一个数量相对较多的社会成员的集合体——公众。公众在英文中为“public”，和我们通常所说的大众“mass”有所区别。一般而言，“公众”是众多社会成员的集合体，他们分散在社会各个地方，没有统一的组织。把他们联系起来的，是针对某一具体公共事务而产生的共同或相近的情绪或意见。而“大众”则一般各自为政，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”。简单说来，公众是不经过组织而有一致意向的大众；而大众是未经组织化的社会群体，是个别的个人的集合体。法国社会学家加布里埃尔·塔尔德认为，公众则是“纯精神的集体，由身体分离且分散的个体组成”“他们之间的纽带在于同步的信念或热情，在于和许多人共享同样的思想和意愿”。<sup>④</sup>因此，现实生活中我们每个人对“公众”的感知既是实在的，又是模糊的。

① 韩运荣、喻国明：《舆论学：原理、方法与应用》，中国传媒大学出版社2005年版，第3页。

② 刘建明：《舆论传播》，清华大学出版社2001年版，第41-44页。

③ 美国不列颠百科全书公司编著、中国大百科全书出版社不列颠百科全书编辑部编译：《不列颠百科全书（国际中文版）》第14卷，第2页。

④ 加布里埃尔·塔尔德著，何道宽译：《传播与社会影响》，中国人民大学出版社2005年版，第37页。

没有公众便无法产生舆论，如果按照公众在舆论形成中的地位来区分的话，公众可分为两种类型。一种是在舆论形成过程中占据主导地位，对舆论的形成产生重大影响的意见领袖；另一种则是普通的公众，他们也发表自己的意见，更多的是附和他人意见，对舆论的形成好像影响不大，但一旦社会上多数人取得一致意见，就能对社会事务产生主导性的作用，而且意见领袖提出的意见必须符合他们的利益诉求，否则意见领袖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。

## 2. 成为舆论主体的条件

作为舆论主体的公众需要具备两方面的规定性。

第一，具有问题的相关性。所谓问题的相关性，是指这些社会成员就某一舆论问题有着目标取向的共同性，具体来说，共同的利益、兴趣和某种偏好将他们彼此集合在一起。<sup>①</sup>也就是说，跟某一舆论问题相关的这些社会成员才可以成为该舆论的表达主体——公众。在日常生活中，一旦社会成员对某个社会现象、某个社会问题产生了兴趣，并不约而同地发表意见、相互讨论，最终达成了大致相同的意见，就标志着社会成员集合体——公众的形成。这个过程中，联系他们的是他们共同关注的问题或社会事务，不管他们的身份、地位如何。而如果没有共同关心的问题，社会成员之间是不会彼此讨论、互通信息的，也就不会产生舆论。

第二，具有意见表达的主体性。不是每个社会中的人都是舆论主体，只有具有意见表达的主体性而且参加舆论活动的人才是其主体。社会成员的主体性，是指有自主意识，同时又有完全的行使社会行为能力、自我表达能力的人。<sup>②</sup>具体来讲，要成为舆论主体，一方面，对意见的表达必须具有自主意识，即要能独立自由地按照自己的想法进行表达，而不是被迫参与或发表意见，比如政府发言人不是按照自己意志发言，所以不是舆论主体，但是政府发言人发表个人意见就是独立的舆论主体；另一方面，还必须拥有自由发表意见的权利和能力。自由表达意见的权利，是一种客观条件，比如，一个被剥脱政治权利的在押犯，即使某个问题和他相关，他也不能表决、不能参与讨论，因为他丧失了这方面的客观条件，他就不能成为舆论主体中的一员。事实上，公民的意见表达都受社会环境的制约，越民主宽松的外部环境，公民意见的表达就越自由，其主体性也越能得到充分发挥。自由表达意见的能力，则是一种主观条件，如智障人士或文盲，某个问题和他相关，他也能产生自己的想法，但由于表达能力所限，其主体性也不能得到充分发挥，并进而丧失一些成为“公众”的机会。因此，意见表达的主体性要求公民要具有较好的民主素养和文化素质，并能够理解社会事务的相应方面，能够独立思考。

## 二、舆论的客体——社会公共事务

### 1. 什么是舆论客体

客体，相对于主体而言，是主体的认识对象和活动对象。舆论的客体指公众讨论和议论

---

① 韩运荣、喻国明：《舆论学：原理、方法与应用》，中国传媒大学出版社 2005 年版，第 32 页。

② 韩运荣、喻国明：《舆论学：原理、方法与应用》，中国传媒大学出版社 2005 年版，第 33 页。