

Dur luận xã hội: Lý thuyết truyền thông và cơ chế hình thành

Lê Ngọc Hùng^(*)

Tóm tắt: Các lý thuyết truyền thông nhấn mạnh vai trò của truyền thông đối với sự hình thành dư luận xã hội (DLXH). Cơ chế truyền thông cho biết DLXH hình thành trong quá trình thông tin từ người này đến người người khác. Thuyết chức năng và cơ chế giải quyết vấn đề cho biết DLXH xuất hiện và biến đổi trong quá trình giải quyết vấn đề. Do vậy, để định hướng DLXH, truyền thông cần cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác, kịp thời để DLXH có thể tập trung vào bàn luận và đề xuất cách giải quyết cần thiết cho những vấn đề đặt ra.

Từ khóa: Dư luận xã hội, Lý thuyết truyền thông, Thuyết chức năng, Cơ chế hình thành

Abstract: Communication theories emphasize the role of media in the formation of public opinion. Communication mechanism shows that public opinion is formed in the process of information from one to another. Functional theory and problem-solving mechanism indicate that public opinion appears and changes in the process of problem solving. Therefore, in order to orient public opinion, media needs to provide sufficient, accurate and timely information so that public opinion can focus on discussing and proposing necessary solutions to arising problems.

Keywords: Public opinion, Communication theories, Functional theory, Formation Mechanism

Mở đầu

Dư luận xã hội không giản đơn là tập hợp các ý kiến của xã hội, của mỗi người, mà DLXH là hiện tượng xã hội đặc biệt phản ánh sự hiểu biết, thái độ và xu hướng hành động của nhóm xã hội đối với những vấn đề nảy sinh trong cuộc sống của họ. Theo định nghĩa này, sự im lặng (không bày tỏ ý kiến gì) của một nhóm người cũng

là một hình thức của DLXH phản ánh thái độ và xu hướng hành động nhất định nào đó của nhóm người đó.

Để nắm bắt được DLXH, cần nhìn nhận một cách tổng tích hợp để không quá đề cao một cách tiếp cận này mà phủ nhận cách tiếp cận khác. Việc tìm hiểu hệ thống các lý thuyết truyền thông về DLXH là rất quan trọng và cần thiết để có thể lãnh đạo, quản lý truyền thông nhằm kiến tạo DLXH vì mục tiêu phát triển bền vững.

^(*) GS.TS., Trường Đại học Giáo dục, Đại học Quốc gia Hà Nội; Email: hungxhh@gmail.com

1. Các lý thuyết truyền thông về đur luận xã hội

Đur luận xã hội là công cụ, phương tiện để nhận biết, lý giải và dự báo về sự vật, hiện tượng trong môi trường sống luôn biến đổi của con người. Các nhà nghiên cứu về truyền thông đại chúng rất quan tâm tìm hiểu DLXH với tính cách là một hình thức của giao tiếp xã hội (mass/public communication). Các nghiên cứu truyền thông thường nhấn mạnh vai trò của công cụ, phương tiện truyền thông hiện đại phát triển mạnh vào cuối thế kỷ XIX - đầu thế kỷ XX. Từ đó đến nay các nghiên cứu về DLXH trên thế giới luôn gắn liền “như hình với bóng” với các nghiên cứu về truyền thông đại chúng và đã góp phần xây dựng một số lý thuyết truyền thông về DLXH^(*).

* Lý thuyết “viên đạn thần kỳ”

Truyền thông nói chung, các phương tiện truyền thông như báo, đài và sau này là truyền hình nói riêng có vai trò quan trọng trong việc hình thành các xung đột xã hội ở mỗi quốc gia và cả phạm vi quốc tế. Từ quan điểm này của các nghiên cứu, đã xuất hiện những lý thuyết truyền thông về DLXH như lý thuyết “viên đạn thần kỳ” (magic bullet) hay mô hình “mũi tiêm dưới da” (hypodermic needle). Lý thuyết này nhấn mạnh vai trò quyết định của truyền thông đối với nhận thức, thái độ và hành vi của cá nhân, từ đó người ta cho rằng có thể sử dụng truyền thông để làm cho khán thính giả miễn dịch với các chiến dịch tuyên

truyền của đối phương. Theo lý thuyết này, các nhà lãnh đạo, quản lý truyền thông cần hướng vào việc cung cấp thông tin chân thực, chính xác, đầy đủ, liên tục, thường xuyên để đảm bảo người dân miễn dịch với những tin đồn và những luồng thông tin sai trái. Tuy nhiên, việc truyền thông kiểu “nhai đi nhai lại” có thể dẫn đến sự nhàm chán, phản tác dụng.

* Lý thuyết truyền thông hai bước

Vào giữa thế kỷ XX, Paul Lazarsfeld và các đồng sự đã phát hiện thấy truyền thông hầu như không có tác động trực tiếp như lý thuyết “viên đạn thần kỳ” hay “mũi tiêm dưới da”, mà chỉ gián tiếp ảnh hưởng đến DLXH. Từ các nghiên cứu thực nghiệm về chủ đề này đã hình thành lý thuyết về truyền thông hai bước (two step): *bước một* là thông điệp được truyền đến thủ lĩnh ý kiến, đó là người thạo tin, có kiến thức chuyên môn và có uy tín, quyền lực ảnh hưởng đến ý kiến của người khác, *bước hai* là thông điệp được truyền từ thủ lĩnh ý kiến đến công chúng để từ đó hình thành nên DLXH.

Lý thuyết truyền thông hai bước còn được gọi là lý thuyết thủ lĩnh ý kiến hay lý thuyết xã hội học về DLXH, bởi nó nhấn mạnh vai trò của cấu trúc xã hội đối với ý kiến của các thành viên và DLXH của cộng đồng xã hội.

Các nghiên cứu thực nghiệm theo lý thuyết này cho thấy, thủ lĩnh ý kiến là người thạo tin và có vị thế xã hội trong một cộng đồng nhất định mà các thành viên khác không thạo tin và thường nghe theo thủ lĩnh ý kiến. Lý thuyết này còn phát hiện thấy, thủ lĩnh ý kiến có ảnh hưởng mạnh hơn các phương tiện truyền thông bởi các ý kiến của họ được truyền đi trong quá trình giao tiếp cá nhân, chuyện trò cá

(*) Phần viết các lý thuyết truyền thông về DLXH dựa theo: Moy, P., Bosch, B. (2013), “Theories of public opinion”, *Sociology Department, Faculty Publications*, pp.209-308, <http://digitalcommons.unl.edu/sociologyfacpub/244>.

nhân một cách đáng tin cậy, linh hoạt và không mục đích.

Theo lý thuyết này, để tạo ra và định hướng được DLXH thì truyền thông chính thức và giao tiếp của thủ lĩnh ý kiến không được cạnh tranh, mâu thuẫn hay đối đầu nhau mà nên tung hứng, bổ sung cho nhau. Các nhà lãnh đạo, quản lý truyền thông không nên bó hẹp trong phạm vi hệ thống truyền thông như đài phát thanh, truyền hình, báo chí, nhà xuất bản, mà cần đặc biệt quan tâm tạo dựng và thu hút sự tham gia truyền thông định hướng DLXH từ các “thủ lĩnh” DLXH trong các cộng đồng xã hội (từ thôn, bản, tổ dân phố đến các cơ quan, đơn vị; từ các tổ chức chính phủ đến các tổ chức phi chính phủ). Sự xuất hiện và phổ biến của các phương tiện truyền thông hiện đại “trực tuyến, ngay và luôn” cũng không làm giảm bớt tác dụng của truyền thông hai bước mà có thể còn biến “hai bước” thành nhiều bước, thành mô hình truyền thông xã hội “đa cấp” với nhiều trung tâm, đầu mối tiếp nhận, xử lý và trung chuyển thông tin trong khắp mạng lưới xã hội.

** Lý thuyết định hình chương trình nghị sự*

Truyền thông đại chúng có thể không trực tiếp tạo ra DLXH, nhưng lại có khả năng xác định chương trình nghị sự (agenda setting) cho DLXH. Báo chí có thể không phải lúc nào cũng thành công trong việc nói cho mọi người biết phải nghĩ gì, nhưng báo chí lại cực kỳ thành công trong việc nói cho mọi người biết phải nghĩ về điều gì.

Trong vài thập niên cuối thế kỷ XX, đã có rất nhiều nghiên cứu về vai trò xác định chương trình nghị sự của truyền thông đối với DLXH trong tất cả các lĩnh vực. Tuy nhiên, các nghiên cứu này cũng phát hiện thấy vai trò xác định chương trình nghị

sự cho DLXH của các phương tiện truyền thông hiện đại còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác như nhu cầu, thái độ và kiến thức của công chúng; chất lượng thông tin được truyền thông và lợi ích gắn với các chương trình nghị sự.

Theo lý thuyết này, các nhà lãnh đạo và quản lý truyền thông cần đặc biệt quan tâm tới sự tham gia của các chuyên gia trong các lĩnh vực khác nhau, bởi chính các chuyên gia này mới có đủ năng lực xác định chương trình nghị sự phù hợp cho việc định hướng và điều chỉnh DLXH. Lý thuyết định hình chương trình nghị sự được vận dụng phổ biến và có hiệu quả trong các chiến dịch truyền thông thay đổi nhận thức, thái độ, hành vi đối với những đối tượng xác định. Lý thuyết này cho thấy vấn đề nào được truyền thông định hình và làm nổi bật thì vấn đề đó được quan tâm, chú ý trong DLXH. Tuy nhiên, lý thuyết này có thể chưa giúp truyền thông định hình được cách thức mà công chúng xem xét, xử lý các nội dung của chương trình nghị sự, mà chỉ mới định hình về mặt phạm vi.

** Lý thuyết “mồi” DLXH*

Truyền thông có thể nêu ra vấn đề để định hình khuôn khổ, phạm vi vấn đề cho công chúng bàn luận, nhưng lại chưa gợi ý hay định hướng được cách thức bàn luận, cách thức xử lý từng nội dung của chương trình nghị sự. Do vậy, truyền thông không những có khả năng định hình chương trình nghị sự bằng cách làm cho nó nổi bật để thu hút sự quan tâm, chú ý của công chúng, mà còn có khả năng “mồi” (priming) DLXH bằng cách đưa ra những nhận xét, bình luận, đánh giá để dựa vào đó công chúng xem xét và có ý kiến về những vấn đề cụ thể trong chương trình nghị sự.

Các nghiên cứu theo lý thuyết môi trường xã hội cho biết việc xác lập chương trình nghị sự luôn kèm theo việc làm môi, kiểu “mớm lời” và cách thức hiệu quả nhất là cung cấp những thông điệp được kích hoạt liên tục, thường xuyên và mới lạ. Lý thuyết này cho thấy vai trò quyết định của các nhà lãnh đạo, quản lý trong việc định hướng DLXH bằng cách khuyến khích cung cấp các thông điệp có tính bình luận, nhận xét sắc sảo, ngắn gọn và tinh tế, hấp dẫn về những nội dung, chủ đề nhất định.

** Lý thuyết dựng khung DLXH*

Các nghiên cứu theo hướng xác lập chương trình nghị sự và “môi” đã phát hiện thấy truyền thông có tác động đặc biệt quan trọng đối với DLXH, đó là khả năng dựng khung (framing) để theo đó định hướng và điều chỉnh DLXH. Dựng khung nghĩa là tạo dựng các nguyên lý được cộng đồng xã hội chia sẻ, áp dụng để xác định vấn đề, đưa ra định nghĩa, giải thích nguyên nhân, đánh giá kết quả và gợi ý cách giải quyết vấn đề. Việc xây dựng và thống nhất áp dụng các bộ quy tắc ứng xử, các tiêu chuẩn, các quy định trước khi thảo luận ra quyết định về vấn đề nhất định nào đó là biểu hiện rõ ràng của việc áp dụng lý thuyết dựng khung DLXH trong phạm vi tổ chức và trong cộng đồng từ vi mô đến vĩ mô. Các nhà tổ chức những cuộc thương thuyết, đàm phán, mặc cả là những người rất giỏi trong việc đề ra các quy tắc ứng xử có vẻ công bằng và “cùng có lợi” trước khi thảo luận, quyết định những vấn đề đặt ra.

Tóm lại, DLXH vừa là sản phẩm xã hội, vừa là quá trình xã hội chịu tác động trực tiếp của truyền thông đại chúng. Đến lượt nó, truyền thông đại chúng cũng trở thành đối tượng xem xét, soi mói, bình luận, khen chê của DLXH. Trước kia truyền thông đại

chúng được ví như “cỗ máy khổng lồ” sản sinh DLXH hàng ngày. Ngày nay, nhờ các thành tựu khoa học và công nghệ thời đại Cách mạng công nghiệp 4.0, bất kỳ ai sở hữu một phương tiện có kết nối mạng đều có thể trở thành “nhà truyền thông” của mạng xã hội chính thức hoặc phi chính thức (các onliner). Truyền thông đại chúng đã trở thành một phần tất yếu của cuộc sống thực và ảo của con người. Nhưng chính vì thế mà truyền thông hiện đại càng thể hiện rõ là sản phẩm và quá trình xã hội liên tục được kiến tạo xã hội “ngay và luôn” bởi chính DLXH mà các lý thuyết truyền thông vừa nêu chưa chú trọng làm rõ. Các lý thuyết như “viên đạn thần kỳ”, “mũi tiêm dưới da”, truyền thông “hai bước”, lý thuyết xác lập chương trình nghị sự, lý thuyết “môi” DLXH, lý thuyết dựng khung DLXH đều nhấn mạnh các khía cạnh khác nhau của tác động từ các cá nhân và tổ chức chuyên nghiệp truyền thông đại chúng đến DLXH. Tuy nhiên, các lý thuyết này chưa chú trọng đến tác động trở lại của DLXH đến truyền thông đại chúng và nhất là tác động của “đại chúng” các nhà truyền thông nghiệp dư - các “onliner”. Các lý thuyết này chưa làm rõ được vị trí, vai trò và sự biến đổi của DLXH như là công cụ, phương tiện đặc biệt hiệu quả để thay đổi nhận thức, thái độ và hành vi của các cộng đồng xã hội nói chung và để thúc đẩy quá trình dân chủ hóa nói riêng.

2. Cơ chế hình thành dư luận xã hội

** Cơ chế truyền thông*

Dư luận xã hội hình thành trong quá trình truyền tin, thông tin từ người này đến người khác. Cá nhân luôn thiếu thông tin và có nhu cầu tìm kiếm thông tin và trao đổi thông tin. Trong quá trình đó, DLXH được hình thành, vận động và biến đổi. Theo cơ

chế truyền tin, DLXH được hình thành qua bốn giai đoạn của quá trình truyền tin: phát hiện thông tin, tiếp cận thông tin, truyền đạt thông tin và biến đổi thông tin.

Cơ chế truyền tin cho thấy vai trò đặc biệt quan trọng của các phương tiện truyền thông và thông tin đối với sự hình thành DLXH. Theo cơ chế này, nếu không muốn người dân có ý kiến về một nội dung hay một vấn đề nhất định nào đó thì cách tốt nhất là không cho ai biết thông tin về nó. Trên thực tế có không ít cán bộ cố tình bưng bít thông tin để không có các ý kiến bàn luận hay DLXH về những vấn đề nhất định. Nhưng cách ứng xử này tỏ ra không hiệu quả trong bối cảnh kinh tế thị trường và dân chủ hóa. Do vậy, cách ứng xử tốt nhất là công khai, minh bạch cung cấp thông tin chính xác, đầy đủ, kịp thời để người dân hiểu rõ, từ đó có thể có thái độ ủng hộ để thực hiện có hiệu quả và chất lượng những việc cần làm. Cơ chế truyền tin nhấn mạnh vị trí, vai trò của thông tin đối với sự hình thành DLXH. Do vậy, các nhà lãnh đạo, quản lý có thể và cần phải sử dụng các phương tiện truyền thông nói chung và thông tin, thông điệp nói riêng để hình thành, định hình, điều chỉnh DLXH.

** Cơ chế giải quyết vấn đề*

Các lý thuyết truyền thông nhấn mạnh mặt thông tin, mặt giao tiếp của DLXH để trả lời câu hỏi DLXH xuất hiện như thế nào mà chưa tập trung làm rõ những câu hỏi khác, ví dụ: Tại sao lại có DLXH? Con người, xã hội cần DLXH để làm gì? DLXH có vai trò, chức năng, tác dụng gì đối với đời sống của con người, đối với sự phát triển xã hội? Cơ chế truyền thông chưa giúp trả lời được những câu hỏi vừa nêu, chưa cho biết vị trí, vai trò, chức năng và nhất là “sứ mệnh” của DLXH.

Để trả lời những câu hỏi này, cần phải vận dụng cách tiếp cận lý thuyết chức năng (Xem: Yankelovich, 1992; Foote, Hart, 1953). Theo lý thuyết chức năng, DLXH có chức năng, “sứ mệnh” giải quyết những vấn đề nảy sinh trong cuộc sống của con người, như kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội, giải trí, thể thao, môi trường và nhiều vấn đề khác. Với cách tiếp cận này, có thể thấy các nhóm xã hội sinh sống trong cùng môi trường, điều kiện truyền thông như nhau nhưng mỗi nhóm xã hội lại có những vấn đề cấp thiết với mỗi quan tâm khác nhau, do đó DLXH của mỗi nhóm cũng khác nhau. Theo lý thuyết chức năng, DLXH có chức năng giải quyết vấn đề nảy sinh trong cuộc sống của các nhóm xã hội.

Cách tiếp cận chức năng cho thấy DLXH được hình thành qua các giai đoạn của quá trình giải quyết vấn đề, lần lượt như sau: phát hiện vấn đề, gây chú ý đối với vấn đề, thảo luận vấn đề, đề xuất và lựa chọn cách giải quyết vấn đề, thực hiện cách giải quyết vấn đề.

Xã hội luôn có rất nhiều vấn đề nảy sinh, nhưng chỉ những vấn đề được phát hiện và gây được chú ý mới có thể tạo ra DLXH về vấn đề đó. Do vậy, trong xã hội luôn có những người thạo tin để phát hiện ra vấn đề và gây chú ý đối với người khác. Đó thường là các phóng viên báo chí, phát thanh, truyền hình và hiện nay còn có thêm các phóng viên nghiệp dư - những onliner, đây là các nhà truyền thông đại chúng tiềm năng, vì họ vừa phát hiện vấn đề, vừa đưa vấn đề lên mạng và đồng thời bày tỏ ý kiến nhận xét, đánh giá hay thảo luận, đề xuất các cách giải quyết.

Khi vấn đề được phát hiện và gây được chú ý, những người quan tâm thường bày

tỏ ý kiến và thảo luận về vấn đề đó. Việc thảo luận như vậy không đơn giản là “ý vào lời ra” với nhiều ý kiến khác nhau, mà còn để đề xuất những cách giải quyết. Do vậy, giai đoạn tiếp theo là lựa chọn cách giải quyết vấn đề được cho là tối ưu nhất. Việc lựa chọn cách giải quyết có thể diễn ra một cách tự phát, tự giác dưới hình thức “kết tinh”, lắng đọng hoặc phân hóa thành ít nhất ba luồng dư luận theo ba xu hướng là “ủng hộ”, “phản đối” và “không rõ” hoặc “thích”, “không thích” và “không trả lời”. DLXH về vấn đề chỉ kết thúc khi một cách giải quyết được lựa chọn và được thực thi.

Điều này cho thấy vai trò đặc biệt quan trọng của các nhà lãnh đạo, quản lý nói chung và cán bộ truyền thông nói riêng trong việc lắng nghe DLXH để lựa chọn cách giải quyết tối ưu đối với vấn đề mà DLXH quan tâm, chú ý, bàn luận. Lưu ý là trong một số trường hợp DLXH về một vấn đề nào đó phải tạm thời lắng xuống, dịu đi hoặc rơi vào cái gọi là “vòng xoáy im lặng” không phải do vấn đề đã được giải quyết mà vì vấn đề quá khó, quá “nhạy cảm” để có thể có biện pháp giải quyết ngay. DLXH như vậy không tự nhiên biến mất mà tạm thời lắng xuống, chờ thời cơ, chờ điều kiện thuận lợi để có thể bùng phát trở lại nhằm giải quyết vấn đề đặt ra.

Lý thuyết vòng xoáy im lặng góp phần giải thích tình huống này ở cả cấp độ cá nhân, nhóm nhỏ và cấp độ nhóm lớn trong các khung không gian và thời gian khác nhau. Ví dụ, có những vấn đề xuất hiện nhưng không phải tất cả mọi người đều tham gia ý kiến và bày tỏ ý kiến, mà luôn có những cá nhân lắng nghe, chờ đợi nhưng không bày tỏ ý kiến gì rõ rệt, họ chọn cách thức và thời điểm phù hợp hơn để bày tỏ ý

kiến một cách an toàn nhất. Nhiều người không bày tỏ ý kiến nếu lường trước là việc nói ra ý kiến đó sẽ bị trừng phạt. Điều này giải thích tại sao trong môi trường độc đoán, chuyên quyền, gia trưởng, DLXH thường phải biến hình thành những dạng thức mà không ai có thể bị trừng phạt, như thành các câu chuyện tiêu lâm, thơ, ca, hò, vè, đồng dao, hoặc đơn giản nhất là thông tin khuyết danh.

Điều này giải thích cho những vấn đề đã được DLXH nêu lên liên tục đến hàng năm, thậm chí vài chục năm liền cho đến khi vấn đề được giải quyết thỏa đáng, đúng pháp luật thì dư luận mới kết thúc.

Cơ chế giải quyết vấn đề cho thấy rõ DLXH vừa có chức năng giải tỏa tâm lý bức xúc do vấn đề gây ra, vừa có chức năng định hướng, điều chỉnh, đề xuất và ủng hộ cách giải quyết vấn đề. Cơ chế giải quyết vấn đề cho thấy DLXH góp phần tạo động lực để giải quyết vấn đề mà các nhà lãnh đạo, quản lý cần phải “tai nghe, mắt thấy” để nắm bắt các ý kiến, các luồng DLXH. Với nghĩa này, các nhà lãnh đạo, quản lý phải vừa truyền thông, vừa nắm chắc vấn đề và lựa chọn cách giải quyết tối ưu đối với vấn đề dựa vào bằng chứng bao gồm cả DLXH và các ý kiến đóng góp của người dân mà không được theo đuôi quần chúng (Lê Ngọc Hùng, 2006).

Việc áp dụng cơ chế giải quyết vấn đề dựa vào DLXH một cách khôn khéo là cách thức phù hợp của đường lối lãnh đạo, quản lý theo tinh thần dân chủ hóa. Trong bối cảnh hiện nay, cần kết hợp cả hai cách tiếp cận lý thuyết truyền thông và lý thuyết chức năng để có thể ứng xử với DLXH vừa với tính cách là đối tượng, vừa là công cụ, phương tiện để giải quyết vấn đề nảy sinh trong cuộc sống hiện đại.

Kết luận

Các lý thuyết truyền thông và cơ chế truyền tin cho thấy vị trí, vai trò quan trọng của truyền thông, thông tin đối với sự hình thành DLXH. Cơ chế truyền thông trả lời được câu hỏi DLXH hình thành như thế nào. Tuy nhiên cơ chế này khó có thể trả lời được câu hỏi tại sao DLXH xuất hiện và biến mất. Thuyết chức năng và cơ chế giải quyết vấn đề đưa ra câu trả lời rằng, DLXH tất yếu xuất hiện khi nảy sinh những vấn đề cần phải giải quyết và DLXH về vấn đề đó tất yếu biến mất khi đã được giải quyết. Việc kết hợp cả hai cách tiếp cận lý thuyết và hai cơ chế này gợi ra những phương hướng và giải pháp nâng cao chất lượng và hiệu quả lãnh đạo, quản lý, đó là: Cần sử dụng các phương tiện truyền thông hiện đại để cung cấp thông tin định tính và thông tin chính xác, đầy đủ, kịp thời về những vấn đề cấp thiết đặt ra để hình thành DLXH; Thông qua việc hình thành và nắm bắt DLXH, có

thể lựa chọn và thực hiện những giải pháp tối ưu mà DLXH cung cấp □

Tài liệu tham khảo

1. Foote, N., Hart, C.W. (1953), "Public opinion and collective behavior", in: M. Sherif and M.O. Wilson (Eds, 1953), *Group relations at the crossroads*, Harper & Bros, New York. pp. 308-331.
2. Lê Ngọc Hùng (2016), "Học tập tư tưởng Hồ Chí Minh về bản chất và phương pháp tiếp cận DLXH", *Tạp chí Cộng sản*, số 11(6): 27-31.
3. Moy, P., Bosch, B. (2013), "Theories of public opinion", *Sociology Department, Faculty Publications*, 244. <http://digitalcommons.unl.edu/sociologyfacpub/244>.
4. Yankelovich, D. (1992), "How public opinion really works", *Fortune* October 5: 102-108.