

网络舆情理论与案例

蒋小花 张瑞静 著



中国时代经济出版社
China Modern Economic Publishing House

本著作是浙江省高等学校访问学者项目《网络谣言传播及治理研究》，项目编号FX2014022的研究成果

本著作出版受到“浙江省哲学社会科学重点研究基地—浙江省信息化与经济社会发展研究中心”资助

网络舆情理论与案例

蒋小花 张瑞静 著



中国时代经济出版社
China Modern Economic Publishing House

图书在版编目 (CIP) 数据

网络舆情理论与案例 / 蒋小花, 张瑞静著. -- 北京:
中国时代经济出版社, 2017.4

ISBN 978-7-5119-2664-7

I. ①网… II. ①蒋… ②张… III. ①互联网络—舆
论—案例—世界 IV. ①G206.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 025900 号

书 名: 网络舆情理论与案例

作 者: 蒋小花 张瑞静

出版发行: 中国时代经济出版社

社 址: 北京市丰台区玉林里 25 号楼

邮政编码: 100069

发行热线: (010) 63508271 63508273

传 真: (010) 63508274 63508284

网 址: www.icnao.cn

电子邮箱: sdjj1116@163.com

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京市金星印务有限公司

开 本: 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

字 数: 307 千字

印 张: 16.25

版 次: 2017 年 4 月第 1 版

印 次: 2017 年 4 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5119-2664-7

定 价: 48.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社发行部联系更换
版权所有 侵权必究

序 言

一、互联网对整个社会的影响达到新阶段，民间移动舆论场日益活跃与壮大

1. 移动互联成为国民社会生活的新常态

互联网作为信息化社会的基础设施，已经对中国政治、经济、文化、社会等领域发展产生深刻影响。2016年4月，习近平总书记在网络安全和信息化工作座谈会上提出“推动我国网信事业发展，让互联网更好造福国家和人民”。2016年7月，中国互联网络信息中心发布的第38次《中国互联网络发展状况统计报告》报告显示，截至2016年6月，我国网民规模达到7.10亿，网民的人均周上网时长为26.5小时，其中使用手机上网的比例达到92.5%。可见移动互联已经成为国民社会生活的新常态。中国网民保持移动互联的首要互联网应用就是以微信、QQ、微博等新媒体平台为代表的社交应用。截至2016年6月，微信朋友圈、QQ空间使用率分别为78.7%、67.4%。与此同时，微博用户规模达到2.42亿，使用率为34%，比2015年有所回升。

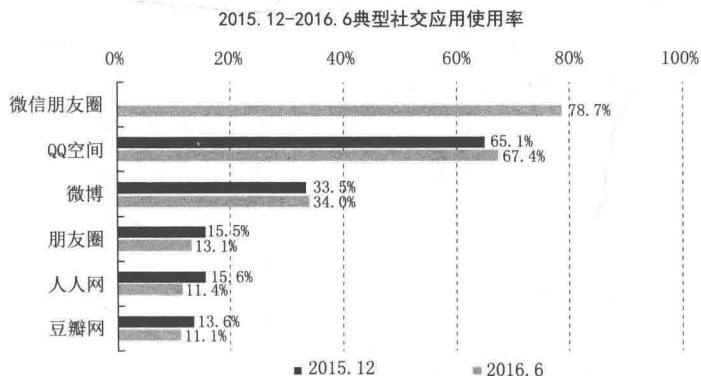


图1 典型社交应用使用率

随着互联网及移动互联网基础设施建设和用户数量的持续攀升，移动互联网的社会生活状态，将对我国的经济、政治、文化、社会等领域的发展产生越来越深入的影响。

2. 民间移动舆论场日益活跃与壮大

移动互联网的迅速普及，带来了“人人都是麦克风、个个都有话语权”的“自媒体”时代。近几年来，以微博、微信、论坛、客户端、个人空间、社交网站、视频网站为代表的新媒体平台迅速发展，社会化媒体呈现出日新月异的态势，现代舆论传播的体系与格局发生剧变。基于传统主流媒体的大众传播，构建了官方独享的舆论场；但基于自媒体的移动互联传播体系，则构建了非官方的民间移动舆论场。这两个传播系统形成了两套不同的话语体系。自2010年开始，移动互联网就以颠覆一切的态势席卷中国大地。以移动社会媒体应用为载体的民间舆论场，跃升为我国社会舆论场的主流阵地。官方舆论场与民间舆论场的分化与冲突，迫切需要新型主流媒体担负起价值沟通与共识达成的桥梁职能。^①为此，自2016年上半年开始，中央和各级地方传统主流媒体，纷纷积极利用“两微一端”^②向新媒体转型，其中人民日报、央视新闻等传统媒体已经形成了强大的网络传播影响力。

二、国家治理现代化发展的关键：网络舆情治理

1. 互联网与国家治理现代化

人类社会按照农业社会、工业社会、信息社会的脉络发展——这是目前一个被普遍接受的观点。信息化的概念，是用来描述人类社会由工业社会向信息社会过渡的社会现代化发展过程。目前信息化正席卷全球，成为推动世界经济和社会全面发展的关键因素。一个国家的信息化程度，决定着这个国家在新时期生存与发展的实力和地位，是21世纪综合国力较量的制高点。全球性的互联网络将成为人类各种政治、经济、文化、社会活动的基础设施，人类之间的交流形式彻底改变，人们的生活习惯、工作方式、价值观念及思维方式等全面转变，娴熟的互联网素养是人类现代化的标志。

十八届三中全会《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》正式提出了“推进国家治理体系和治理能力现代化”，第一次用“社会治理”替代“社会管理”。这意味着在推进信息化进程中，国家治理现代化与工业现代化、农业现代化、国防现代化、科学技术现代化一并成为我国现代化发展的五个目

① 朱春阳：《我国需要什么样的新型主流媒体》，《新闻与写作》2016年第4期。

② “两微一端”包括微信、微博及新闻客户端。

标。国家治理现代化,是指推进社会治理创新的一种新理念,要求注重运用法治方式,实行多元主体共同治理。国家治理现代化强调多元行动者对社会公共事务的合作管理,其目的是维护社会秩序,增进公共利益。这表明治理是一个由多元主体与政府共担责任的手段。多中心,网络化,合作管理被认为是治理概念的核心,基于互联网运用的国家治理方式与方法,成为国家治理现代化的重要考量依据。

2. 全面推进国家治理现代化的要务之一: 治理网络舆情

世界各国在信息化普及与发展加快的过程中,都存在不同地区或不同群体之间形成“信息分化”与“数字鸿沟”的现象,即信息富有者和贫乏者之间出现明显区隔,这一区隔进一步加深了社会贫富分化程度。我国目前处在社会转型期,网络群体性事件、突发性事件频发。为此我们党提出要推进国家治理现代化,以实现全面建设小康社会的伟大目标。在一个提倡“治理”而不是“管理”的社会权力格局中,在多元主体共同治理过程中,多方参与是实现治理过程的基本保证。治理的过程就是政府与社会之间建立一种新型的互动关系的过程,以保持政府治理与社会治理的良性互动。所以网络舆情治理是社会治理的基本内容之一。^①党委领导、政府负责、社会协同、公众参与是社会治理结构中的四大治理主体。而这些治理主体之间的沟通和协作需要一个高效便捷的桥梁。^②互联网尤其是社交媒体具有交互、即时、海量、共享、易得、便捷等特征,无疑是最佳的沟通平台,是实现社会治理的重要工具。微博、微信、论坛等社交平台可以成为联系各个主体的桥梁和纽带,能够实现政党、政府、非政府组织(NGO)和公众等各个治理主体之间的互动与合作,正好契合善治对协作、沟通、共享的基本要求。治理网络舆情,打通官方舆论场与民间舆论场,消除隔阂,达成共识,这在很大程度上可以提高国家治理的效率,降低社会发展的成本。

三、我国网络舆情传播现状

网络舆情是指通过互联网表达和传播的各种不同情绪、态度和意见交错的总和。^③伴随着中国互联网的发展,近些年来网络舆情传播的特征可以概况为:传播科技引爆网络舆论;网络舆情震撼中国社会。我国对网络舆情的关注始于2005年,至今十余年的时间里,一直与社交媒体的发展息息相关。

2000年博客开始进入中国。木子美事件,使更多中国民众了解到博客,

① 王朋兵:《社会转型期网络舆情及其治理理论认知》,《中共济南市委党校学报》2015年第6期。

② 陈世华:《微博参与社会治理:理论依据和实践路》,《中国出版》2015年第8期。

③ 刘毅:《网络舆情研究概论》,天津人民出版社,2007年版。

并开始运用博客。2005年国内各门户网站,如新浪、搜狐等纷纷加入博客阵营,博客进入中国的春秋战国时代。2007年,基于网民对BBS、RSS、新闻跟帖、聊天室和即时通信工具的广泛使用,中国的网络舆论是“较大规模、较强力度”^①。经过2008“博客年”,进入2009年,网络舆情热点事件的首发主体,传统大众媒体与网民的比例是2:1,即首发主体有1/3左右是网民。当时网民发布信息主要依赖的是论坛,这些信息只有经过网络搬运工向主流论坛搬运,被主流化以后才能成为热点事件,即存在一个信息差序流动和主流化的过程。^②但随着2009年8月微博在中国的出现^③,进入2010年后我国舆论传播格局大变——同传统媒体相比,互联网无论是第一消息源的比重,还是有影响力的独立言论数量都大幅度上升,论坛和微博成为引发社会热点事件和引领舆论话题的场所。后来的发展趋势是:虽然论坛、博客适于发表系统和深入的思想观点,但舆论的意见交换却大量转入了微博平台。^④由此呈现了2010年中国网络传播的浓重一笔,“网络问政大潮初涌”。^⑤而到微博快速崛起的2011年,微博传播和网民围观越来越成为舆情热点的重要表达形式,^⑥网络舆论引领社会舆论的力量呈排山倒海之势。

在新媒体发展史上,2010年为微博元年,2011年为政务微博元年。短短几年里我国政务机构微博与政务人员的微博数已经近30万,覆盖了上至中央部委、下至县乡局委的各个层次。在这一阶段,传统新闻信息的传播格局被改变。“草根”阶层、弱势群体,借助新媒体纷纷卷入“网络问政、网络参政”的信息传播过程中,并产生巨大社会反响,引发一个接一个网络舆情热点事件。如果说在中国社会舆论议程设置的“份额”中,2009年“草根”阶层的分量是三分天下,那么通过互联网,在2010年“草根”阶层就已有半壁江山;到了2011年,传统主流媒体已经无法与以微博为代表的新媒体分庭抗礼,而是

① 祝华新、胡江春、孙文涛:《2007中国互联网舆情分析报告》,《今传媒》2008年第2期。
汝信、陆学艺、李培林:《2008年中国社会形势分析与预测(社会蓝皮书)》,社会科学文献出版社,2008年版。

② 喻国明:《网络舆情热点事件的特征及统计分析》,《人民论坛》2010年第11期。

③ 2009年8月中国最大的门户网站新浪网推出“新浪微博”内测版,成为门户网站中第一家提供微博服务的网站,微博由此正式进入中文上网主流人群的视野。

④ 刘鹏飞:《2010:网络舆论格局新变及传统媒体的作为》,《新闻记者》2011年第1期。

⑤ 祝华新、单学刚、胡江春:《2010年中国互联网舆情分析报告》,《社会蓝皮书》2011年版。
汝信、陆学艺、李培林:《2011年中国社会形势分析与预测(社会蓝皮书)》,社会科学文献出版社,2011年版。

⑥ 叶国平:《当前我国社会舆情分析》,《红旗文稿》2011年第17期。

开始主动合作。尤其是在突发事件中，原来有“议程设置”功能的传统媒体，面对微博的信息传播优势，还要面对“议程被设置”的局面。^①这一现实，也是2012年初，“走基层、转作风、改文风”的新闻实践活动在我国主流媒体的新闻战线上轰轰烈烈举行起来的主要原因。

2012年，微博的影响力达到顶峰，开始走下坡路。此时，微信凭借“查看附近的人”的陌生人交友功能及“摇一摇”，用户迅速突破1亿。2013年被称为微信元年。从这一年开始，大量用户和开发者向微信迁移，微信的崛起使得移动舆论场域蔚然成风。两微一端，成为这一时期的舆论主战场。传统媒体均开通官方微博、微信公众平台及新闻客户端，只为争得移动终端上的一席之地，群雄逐鹿的状态目前仍在持续。自媒体人则在此时纷纷创建微信公众号，粉丝经济效应初具规模。到2014年中国进入媒体融合元年。这一年中国传统媒体的新媒体平台，在构建网络社区、引入电子商务平台方面，终于有了成功的先例，如浙江日报报业集团的新媒体业务。2015年，以“吴晓波频道”“罗辑思维”为代表的自媒体大爆发；以“今日头条”“喜马拉雅FM”等为代表的平台大放异彩。信息生产力量、信息供给关系、信息传播权力格局，在移动互联网的咄咄逼人之势下悄然剧变。关系传播与情感传播造就的基于趣缘的虚拟社会群体传播，成为当下的主流传播形式。中国网络舆情生态演变至今，无人能够否认：民间移动舆论场跃升为舆情传播的主流阵地。

在传统媒体主导社会舆论的时代，弱势群体的发声平台准入门槛高，参与成本大。而在信息时代，新媒体尤其是微博的低准入门槛，使社会“草根”阶层通过互联网有了一吐为快的话语空间，网络成为现时期网民宣泄言论、意见、爱憎与诉求的最佳媒介场所。^②网络舆情主体政治参与的低成本，大大加速了网络民主化的进程。^③互联网上反映弱势群体呼声与心态的意见广泛传播，并形成了洪流般的网络舆论，这种网络舆论形成了对公权力的有效节制，为激活中国社会变革提供了广泛的群众基础和深厚的道义资源。近几年基于网络传播而形成的热点事件或群体性事件，反复证明“网络舆情是一种巨大的政治改变力量，这日益成为我们必须面对的政治现实”。^④伴随着互联网用户的激增，

① 张瑞静：《在博弈中双赢：微博与传统主流媒体——以“甬温动车追尾”突发事件的信息传播为例》，《济南大学学报（社会科学版）》2011年第6期。

② 朱清河、时潇锐：《社会转型期网络舆情的正向选择——从上海“钓鱼执法”事件谈起》，《当代传播》2010年第4期。

③ 张丽红：《试析网络舆情对网络民主的影响》，《天津社会科学》2007年第3期。

④ 史波：《网络舆情群体极化的动力机制与调控策略研究》，《情报杂志》2010年第7期。

网络舆情的撼动力量不容忽视。有文章以《网络舆论倒逼中国改革》为题指出：中国网络舆论的影响及热烈度绝对是世界上最强的。^①在社会急剧转型的今天，社会公众对于贫富差距和不公现象的愤懑，对于部分公职人员贪污腐败的不满，对于弱势群体利益受损和社会道德沦丧事件的积愤，使得网民在互联网上激活一座又一座舆论火山，并最终促发了震动整个社会的一个个群体性事件或者公共事件。目前网络舆情成为全社会无法回避的复杂问题。如何正确应对网络舆情，各级党委和政府管理部门、涉事单位或企业，以及网民或用户个人都需学习。

我国社会舆情的思想研究和制度建设有着悠久的历史。但是在理论上真正对舆情的研究始于2003年，对网络舆情的关注始于2005年，对网络舆情的研究至今也不过10多年的时间。网络舆情研究是一个新的社会科学与自然科学交叉的研究领域，在国内对此进行研究的人员和机构相对较少，研究深度也尚待加强。本书旨在抛砖引玉，就教于大方之家。由于作者水平有限，错误、疏漏之处难免，敬请指正批评。

① 祝华新：《网络舆论倒逼中国改革》，《当代传播》2011年第6期。

目 录

第一篇 理论篇

第一章 网络舆情概述 / 2

第一节 网络舆情相关概念 / 2

第二节 网络舆情要素特征 / 7

第三节 移动互联网舆情传播特征 / 17

第二章 网络舆情研究的理论基础 / 22

第一节 传播学视角下的网络舆情研究 / 24

第二节 社会学理论在网络舆情研究中的运用 / 32

第三节 心理学理论对网络舆情研究的影响 / 42

第四节 综合性视角及其他理论运用 / 51

第三章 网络舆情与网络谣言 / 56

- 第一节 网络谣言概述 / 56
- 第二节 网络谣言传播形成机制 / 63
- 第三节 网络谣言传播影响机制 / 69
- 第四节 网络谣言的政府应对机制 / 74

第四章 网络舆情与政府管理 / 78

- 第一节 网络舆情与政府形象 / 78
- 第二节 网络舆情与民主政治 / 84
- 第三节 网络舆情政府治理 / 88

第五章 网络舆情与经济发展 / 92

- 第一节 大数据时代网络舆情的经济效益 / 93
- 第二节 网络舆情与企业品牌形象管理 / 99
- 第三节 网络舆情危机与企业公关管理 / 102
- 第四节 网络舆情挖掘与企业商业模式创新 / 109

第六章 网络舆情与文化传播 / 115

- 第一节 网络舆情与网络文化环境 / 115
- 第二节 网络舆情与网络文化建设 / 120
- 第三节 网络舆情与文化治理 / 128
- 第四节 网络舆情与文化安全 / 131

第七章 网络舆情与社会变革 / 136

- 第一节 社会转型期网络舆情格局 / 136
- 第二节 社会转型期网络舆情风险 / 142
- 第三节 网络舆情社会治理 / 148

第二篇 案例篇

引 言 / 154

第八章 网络谣言传播典型案例 / 159

- 案例一 新媒体是一把双刃剑：以打针西瓜谣言为例 / 159
- 案例二 名人“被死亡”之谜：以姜文被死亡谣言为例 / 162
- 案例三 逆向思维下的官员形象：以县委书记艳照门谣言为例 / 165
- 案例四 剪断谣言的翅膀：以山西大地震谣言为例 / 166
- 案例五 恐惧的链式反应：以包头发生恐怖袭击谣言为例 / 168
- 案例六 警惕网络背后的黑手：以军车进京谣言为例 / 170

第九章 政治类网络舆情传播典型案例 / 173

- 案例一 个案推动法治进程：永州唐慧案 / 173
- 案例二 侦查中心走向审判中心的曲折之路：浙江叔侄冤案 / 177
- 案例三 资本与权力结合的怪胎：陕西房姐事件 / 181
- 案例四 从程序通往正义：北京雷洋案 / 183
- 案例五 零容忍是颗定心丸：昆明火车站暴恐案 / 186
- 案例六 正义威武之师不可辱：假军人“赵茂林”求婚诈骗事件 / 188

第十章 经济类网络舆情传播典型案例 / 191

- 案例一 企业网络公关异化：蒙牛 VS 伊利、康师傅 VS 统一 / 191
- 案例二 大数据与舆情分析：汤森路透 / 194
- 案例三 郭美美与慈善事业的品牌声誉 / 198
- 案例四 恒天然乳粉涉毒事件：一个“自曝家丑”的危机公关成功 / 203
- 案例五 魏则西事件中的百度与中国网络舆情 / 208

第十一章 文化传播中的网络舆情事件 / 213

案例一 涉疆网络舆情传播的文化性成因 / 213

案例二 《舌尖上的中国》热播：文化传播的力量不可小觑 / 215

案例三 “读书无用论”与高考减招事件：文化强国不容忽视 / 219

案例四 “韩媒坚称活字印刷术起源于韩国”事件 / 223

第十二章 社会类网络舆情传播典型案例 / 226

案例一 民意下的“PX魔咒”：广东茂名PX项目事件 / 226

案例二 敲响公共管理警钟：上海外滩踩踏事件 / 228

案例三 搭建留守儿童健康成长港湾：
毕节留守儿童被围殴致死事件 / 231

案例四 被“虾”黑的城市形象：青岛“天价虾” / 234

案例五 医改之痛：浙江温岭杀医案 / 236

案例六 一座没有新闻的城市：天津港危险品仓库爆炸事故 / 239

参考文献 / 243

第一篇

理论篇

第一章 网络舆情概述

舆论是公众关于现实社会及社会中的各种现象、问题所表达的信念、态度、意见和情绪表现的总和，具有相对的一致性、强烈程度和持续性，对社会发展及有关事态的进程产生影响。其中混杂着理智和非理智的成分。

——陈力丹《舆论学——舆论导向研究》

第一节 网络舆情相关概念

网络信息技术的不断发展引起信息传播方式的重大变化，新的舆情传播机制正在形成，网络舆情成为观察社会问题的晴雨表，网络舆情研究越来越引起人们的重视。在实际研究中，舆论、舆情的内涵并不清晰，所以首先对两个概念进行界定。

一、舆论的内涵

（一）舆论的由来

舆论观念有久远的历史。据相关记载，“舆”字最早出现于春秋末期，如《老子》“虽有车舆，无所乘之”，文中“舆”本义是车厢或轿，延伸义为车，可以解释为众、众人，与现代意义的“舆论”中的“舆”没什么联系。还有《左传·僖公二十八年》“听舆人之诵”，《晋书·王沈传》“自古圣贤，乐闻诽谤之言，听舆人之论”，“舆人”都表示为众人。“舆论”两字连用，最早出现于《三国志·魏·王朗传》“没其傲狠，殊无入志，惧彼舆论之未畅者，并怀伊邑”，表示公众的言论，与现代意义比较接近。中国古代所称的“舆论”一词一般是泛称，其内涵与通常的民谣、谏诤、清议并无太大差别。

欧洲古代社会也有关于舆论相似概念的记载,但“public opinion”一词直到18世纪才作为一个独立的词组出现。这个词组包含了“人民主权”的理念。1762年,法国启蒙学者雅克·卢梭(J. Rousseau)在《社会契约论》使用了这个概念,他认为:“在全世界一切民族中,决定人民爱憎取舍的绝不是天性而是舆论。”马克思认为:“舆论是一般关系的实际的体现和明显的表露。”^①恩格斯曾经说过:“世界历史——我们不再怀疑——就在于舆论。”^②在现代生活中,舆论成为一个常用词。

(二) 舆论的概念

在目前的学术界,舆论的定义多种多样。作为一门学科,美国学者沃尔特·李普曼教授(Walter Lippman)在1922年出版的《舆论学》中认为:舆论就是存在于他人脑海中的关于需求、意图和人际关系的图像,从而肯定了“固定的成见”在舆论形成过程中的作用。著名学者陈力丹《舆论学——舆论导向研究》认为:“舆论是公众关于现实社会以及社会中的各种现象、问题所表达的信念、态度、意见和情绪表现的总和。”基本可以概括为三个方面:第一,舆论单纯是一种公众的意见,包括评论、看法、讨论等;第二,这些意见往往涉及公众关心热点事件;第三,舆论除了表示意见,还包括信念、态度、情绪等的总和。笔者认为,舆论是集合化了的公众意见,是公众自发形成的民意的集合,是指社会公众在参与现实生活过程中对各种事件、现象、观点等所产生的一种社会政治态度。

二、舆情的内涵

(一) 舆情的由来

舆情,简单地说是舆论情况。在《辞源》把“舆情”解释为“民众的意愿”。根据史料记载,在唐朝“舆情”两字就开始使用,唐朝诗人李中在《献乔侍郎》中就有:“格论思名士,舆情渴直臣。”清代名著《聊斋志异·续黄粱》中也出现过“舆情”这个词汇:“伏祈断奸佞之头,籍贪昌之产,上回天怒,下快舆情。”学术上对“舆情”概念作为现代意义使用进行研究,是1999年天津社会科学院的舆情研究所。舆情概念被广为人知是2004年《中共中央关于加强党的执政能力建设的决定》中提出了舆情管理的要求。

① David McRaney: You Are Not So Smart, Publisher: Gotham (October 27, 2011).

② Davison, W. (1983): The third-person effect in communication, Public Opinion Quarterly 47 (1): 1-15.

（二）舆情的概念

舆情的概念表述很多。王来华在《舆情研究概论：理论、方法和现实热点》阐述，舆情是一种社会政治态度，由主体、客体、空间和中介性社会事项组成。毕竟认为舆情是社会群体对某些社会现实和现象的一种主观反映，是群体性的意识、意见和要求的综合表现^①。张克生把舆情称为社情民意，认为舆情是社会客观情况和民众的主观意愿^②。

从传播效果的角度来看，本文认为舆情应该是客体在认知、态度和行为三个方面对主体所造成影响的呈现。不论是国家管理者还是普通民众，要判断舆情，也是从这三个方面去认定的。认知、态度和行为是舆情的核心。当舆情表面上停留在认知、态度层面时，不表示没有行为，只是行为没有外显而已。之所以将行为纳入舆情范畴，首先是行为本身的存在是不能忽视的，其次行为是认知和态度的进一步延伸，最后对舆情的认定更加立体和全面。所以舆情是指在一定的时期、某一区域内，围绕某一社会事件，人们对社会热点事件或现象集中表达的社会政治态度、体验、情绪的心理状况或行为倾向的总和。应该由以下几个方面构成：第一，舆情首先是民意集合的客观反映。没有民意，就没有舆情。第二，不是所有的民意都能上升为舆情，只有对政府决策有影响的民意才能汇聚成舆情。第三，舆情的客体是社会中介性事项。要研究舆情，必须分析每个社会事件的特点和发展规律。第四，舆情还体现为各不同利益主体的政治态度和利益诉求，对国家、社会和社会事物的看法、意见和态度。

三、与舆论的异同点

（一）舆论与舆情的共同点

舆论和舆情作为一种言论形态，其表现形式都是公开的言论，都涉及公众的各类意见，其运行都需要依托一定的载体。舆论和舆情所关注的都是社会热点，都是人们参与政治生活的一种方式。二者之间的关系为，舆论是社会舆情的一部分，舆情一般会引发舆论的关注，而舆论也可以引导，甚至改变整个舆情的发展方向。

（二）舆论与舆情的差异

1. 研究的角度不同

舆情研究主要针对的是因特定事件引发的立场、观点，不管是否公开，只要是大众所思所想都能成为研究对象；舆论研究主要是将传播出来的言论或意

① 毕竟：《试论高技术传播时代的舆情预警》，《新闻记者》2006年第4期。

② 张克生：《舆情机制是国家决策的根本机制》，《理论与现代化》2004年第4期。