

国内外互联网研究系列丛书

网络舆情 研究与应对



Information Studies Institute

程工 / 著



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

国内外互联网研究系列丛书

网络舆情研究与应对

程 工 著

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING

内 容 简 介

随着网络舆论引发或推动的大量热点事件层出不穷,网络“双刃剑”的作用也不断显露。本书全方位、多层次地剖析了我国网络舆情的现状,借鉴韩国、伊朗、澳大利亚等国的先进经验,结合近年来的典型网络舆情案例,提出了我国网络舆情事件的预防措施和主要应对手段。本书理论与实际相结合,对于各级党政机关和企业开展网络舆情的监测和分析工作,充分发挥其在信息决策中的作用,具有重要的参考意义。也可供网络舆情研究领域的各类学术机构的工作人员和学生阅读参考。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

网络舆情研究与应对 / 程工著. —北京:电子工业出版社, 2014.11

(国内外互联网研究系列丛书)

ISBN 978-7-121-24674-6

I. ①网… II. ①程… III. ①互联网络—舆论—研究 IV. ①G219

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 254659 号

责任编辑:赵娜 特约编辑:王纲

印刷:北京京科印刷有限公司

装订:北京京科印刷有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开本:787×1092 1/16 印张:18 字数:460.8 千字

版次:2014 年 11 月第 1 版

印次:2014 年 11 月第 1 次印刷

定价:52.00 元



凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010) 88258888。

前 言

随着现代科技的迅猛发展及“大数据”时代的到来,互联网在我国政治、经济和社会生活中的地位和作用日益显著。根据2014年7月发布的《第34次中国互联网络发展状况调查报告》,截至2014年6月,中国网民规模达6.32亿人,半年共计新增网民1442万人。互联网普及率为46.9%,较2013年年底提升了1.1个百分点。我国的网民人数已居世界首位。

网络已经革命性地改变了人们的生活方式和生活习惯,改变了人们传递信息的方式,每个网民既是信息的接收者,也可以成为信息的发布者和制造者。中国已经进入了网络舆论空前活跃的“大众麦克风时代”。随着网络舆论引发或推动的大量热点事件层出不穷,网络“双刃剑”的作用也不断显露,网络舆情逐渐引起了各级党政机关和企业的重视,网络舆情监测和分析工作正日益成为信息时代各级政府和大小企业的常规性工作。研究、开发、利用网络信息,充分发挥其在信息决策中的作用,已成为政企舆情工作的新任务。然而,部分政府部门面对汹涌来袭的网络舆情,缺少应对措施,处于被动状态,不仅无法很好地处理负面网络舆情事件,往往还因为应对不当,导致事件发酵,引起更大的舆论风浪。

有鉴于此,本书力图全面梳理我国网络舆情的发展特点和现状,并为各级政府和企业如何积极、有效地应对网络舆情提出建议。尤其是书中提出的建立网络舆情事件处置预案的观点,目前在国内网络舆情研究业界还较少有人涉及,具有较强的创新性。本书从多个角度出发,全方位、多层次地剖析了我国网络舆情现状,借鉴韩国、伊朗、澳大利亚等国的先进经验,结合近年来的典型网络舆情案例,提出了我国网络舆情事件的预防措施和主要应对手段。

第一章 认识网络舆情。对舆情的相关概念进行了梳理,包括舆情与舆论、民意的区别,网络舆情的主要功能和影响,大众传播媒介引导网络舆情的主要方式,以及谣言的产生和传播规律。

第二章 我国网络舆情现状。主要介绍了传统媒体的变革与主流新媒体的崛起、社会热点问题和重点关系中体现的当代公众心态特点、我国当前网络舆情的特点及我国政府与网络舆情的关系。

第三章 网络舆情事件的发展与演变。内容包括对我国网络舆情事件演化机理的分析、对我国网络舆情事件形成过程的分析,以及对我国网络舆情事件一般模式和典型模式的分析。

第四章 网络舆情分析报告的撰写。介绍了网络舆情分析报告的选题、抽样、分析,并列举了网络舆情分析报告样刊。

第五章 网络舆情的应对。在了解网络舆情事件处置重要性的基础上,明确了当前我国政府对网络舆情事件的主要处置手段和网络舆情事件处置中存在的主要问题,并给出了相关建议。

第六章 网络舆情事件处置预案的制定。介绍了制定网络舆情事件处置预案的原则、主要方式和主要手段，以及建立网络舆情事件处置预案对预防我国网络舆情事件影响扩大化的重要意义。

第七章 网络舆情管理的世界经验。详细分析了韩国网络实名制实施的兴衰、伊朗网络舆情管理的得失和澳大利亚网络过滤计划的搁浅，评价了三个国家相应制度的优劣，以及对我国网络舆情管理的启示。

附录给出了典型网络舆情案例分析，理论结合实践，使读者对本书内容有更直观的认识。

网络舆情作为一个前沿的研究领域，每时每刻都在更新内容，需要我们不断发现问题并丰富理论，希望本书能够引导读者与我们一起去思考网络舆情研究与应对的相关问题，并共同努力，争取更好地了解网络、应对网络舆情。

作 者

2014年9月

目 录

第一章 认识网络舆情	1
第一节 舆论与舆情	1
第二节 什么是网络舆情	11
第三节 网络舆情的功能及影响	17
第四节 大众传播媒介引导网络舆情的几种方式	21
第五节 谣言的产生与传播规律	29
第二章 我国网络舆情现状	42
第一节 当代媒体发展状况	42
第二节 当代公众心态特点	55
第三节 网络舆情现状	78
第三章 网络舆情事件的发展与演变	87
第一节 何谓网络舆情事件	87
第二节 网络舆情事件发展与演变机理分析	96
第三节 网络舆情事件演变的一般模式	110
第四节 网络舆情事件演变的几种典型模式	114
第四章 网络舆情分析报告的撰写	118
第一节 网络舆情分析报告的选题	118
第二节 网络舆情的获取	138
第三节 网络舆情的分析研判	145
第四节 网络舆情分析报告样刊	153
第五章 网络舆情的应对	163
第一节 网络舆情事件处置的重要性	163
第二节 当前网络舆情事件处置的主要手段	169
第三节 正面信息的发布和负面信息的应对	178
第四节 当前网络舆情事件处置中存在的主要问题	190
第六章 网络舆情事件处置预案的制定	194
第一节 建立网络舆情事件处置预案的意义	194
第二节 网络舆情事件处置预案制定的特点	198
第三节 制定网络舆情事件处置预案的原则	201
第四节 网络舆情事件处置预案的具体制定	206

第七章 网络舆情管理的世界经验..... 224

 第一节 韩国网络实名制实施前后 224

 第二节 伊朗网络舆情管理的得失 235

 第三节 澳大利亚网络过滤计划的搁浅 242

附录 A 网络舆情案例分析 251

 案例一 兰州自来水苯含量超标事件舆情分析..... 251

 案例二 浙江温岭医闹事件舆情分析 254

 案例三 湖南衡阳“黄金大米”试验事件舆情分析..... 257

 案例四 “微笑局长”杨达才事件案例分析..... 264

 案例五 湖南临武城管执法冲突事件舆情分析..... 273

参考文献 276

第一章 认识网络舆情

第一节 舆论与舆情

一、关于舆论的基本理念

(一) 舆论的基本含义

关于舆论到目前为止还没有统一的定义,中西方学者都对舆论的含义进行了一定的探讨。根据清华大学新闻与传播学院教授刘建明的考证,最早出现于英语和法语中的“舆论”一词的共同来源是拉丁语中的“*opinio*”,是指没有得到充分论证的不确定的判断^[1]。

16 世纪初,英国圣徒沃伯支首先提出了舆论学中的一个重要概念——“公众”。从此,公众和大众成为舆论经常使用的两个概念,西方许多国家通常将舆论称为“公共舆论”、“公众意见”或“公众舆论”。比如,美国学者沃尔特·李普曼的《公众舆论》就是传播学领域的奠基之作。现今西方英语国家对舆论比较流行的解释基于《美利坚百科全书》舆论条:“舆论指群众对其共同关心或感兴趣的问题公开表达出来的意见的综合”^[2]。

对舆论不同的观察角度会直接影响舆论的定义。政治学和历史学定义的着重点在于舆论对决策的影响方面,心理学注重公众意见表达的心理过程,社会学注重舆论的社会化产生过程。美国学者哈伍德(Harwood C.)通过对相关历史文献的研究,收集了关于舆论的 50 多个定义,发表在其 1965 年出版的一本著作中,可见对舆论的定义之多。

中国人民大学教授喻国明将“舆论”概括为“社会或社会群体中对近期发生的、人们普遍关心的某一争议社会问题的共同意见”^[3],较为简单。清华大学新闻与传播学院教授刘建明对舆论的定义如下:“舆论是人们对于社会生活及其相关领域现象、现实、本质等方面意见的公开表达,是一种共同意见或多种意见的集合体。”^[4]刘教授还从广义和狭义两个角度对舆论进行了区分,狭义的概念只针对某一种舆论,即在一定社会范围内,消除个人意见差

[1] 刘建明. 基础舆论学. 北京: 中国人民大学出版社, 1988.

[2] 李衍玲. 舆论学精要. 北京: 中国社会科学出版社, 2012.

[3] 陈力丹. 舆论学——舆论导向研究. 上海: 上海交通大学出版社, 2012.

[4] 刘建明. 基础舆论学. 北京: 中国人民大学出版社, 1988.

异,反映社会知觉的多数人对社会问题形成的共同意见。广义的概念则是指社会上同时存在的多种意见,将各种意见的总和或纷争称为舆论。人们所讨论的经常是狭义上的舆论,常常指社会中的某种具体意见,剖析该种意见是如何形成的,它的指向或量化怎么样,以及有何影响,并不会过多地分析多种意见的纷争状态^[5]。

目前我国舆论学著作中对“舆论”较为全面的定义是中国人民大学新闻学院教授陈力丹所下的定义:“舆论是公众关于现实社会以及社会中的各种现象、问题所表达的态度、信念、情感、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。”这基本包括了构成舆论的八种要素。北京大学新闻与传播学院副教授许静将舆论的定义概括为五个方面:舆论是个人意见的汇聚,公众舆论是以多数人观点为基础的集体意见,公众舆论是媒介和精英的意见,公众舆论反映群体利益冲突,公众舆论是一种虚构^[6]。这五个方面有一定的交叉,侧重于将舆论定义为一种意见的集合。

研究的不同类型、研究的不同历史时期和特定国家特定时期存在的技术手段都会影响人们对舆论的定义和理解,但几乎所有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因素^[7]:第一,必须有一个问题;第二,必须有多数个人对这个问题发表意见;第三,在这些意见中至少有某种一致性;第四,这种一致的意见会直接或间接地产生影响。

在具体实践中,舆论的确立不仅包括那些大多数人的共同意见,也包括合理多数人的共同意见。舆论的主题,其数量往往是有限的,有时甚至是一个人在引发舆论,如精英舆论。像这样的舆论也可以被社会广泛认可,进而形成真正的社会舆论^[8]。

(二) 如何判断舆论

1. 判断构成舆论的八要素^[9]

(1) 舆论的主体。陈力丹将舆论的主体限定为“公众”,指代能够自主发表意见的人。各种社会团体(这里指具有一定权力的团体)、党派、学校、企业和政府机关等的宣传部门、接待部门和公关部门,尽管也组织社会活动,进行社会宣传,但它们并不是独立自主的能动主体,故不能被视为舆论主体。推之于网络,舆论主体是无名的、在虚拟空间聚合的网民。

(2) 舆论的客体。舆论的客体是现实社会,以及各种社会现象、问题。有“争议”是形成舆论客体的一个重要标志。公众对现实社会的某些现象所表现出来的情绪、态度、观点,只要形成一定规模,有一定的意见倾向,那么这种“现实社会”本身也应视为舆论客体。

(3) 舆论自身。公开的意见毫无疑问是舆论的直接表现,但许多时候人们只是流露出某种情绪,并没有清晰地表达意见。在做出判断时有时会受到“信念”的影响,常常会不经检验而直接做出接受或拒绝的反应,所以舆论本身也可以看作信念、意见和情绪表现的总和。

[5] 刘建明,纪忠慧,王莉丽.舆论学概论.北京:中国传媒大学出版社,2009.

[6] 许静.舆论学概论.北京:北京大学出版社,2011.

[7] 许静.舆论学概论.北京:北京大学出版社,2011.

[8] 李衍玲.舆论学精要.北京:中国社会科学出版社,2012.

[9] 陈力丹.关于舆论的基本理念.新闻大学,2012(5).

(4) 舆论的数量,即一致性程度。舆论的数量是辨别舆论存在与否、存在程度的一个客观标准,一般用占某一范围总数的百分比来表示。在一定范围内有 1/3 以上的人持某种意见,就已经开始对全局产生影响,从少数人意见转变为舆论。在一定范围内有 2/3 以上的人持某种意见,这种意见就会成为主导舆论,统领全局。另一方面,如果持某种意见的人在一定范围内未达到 1/3 或者刚刚达到 1/3,这种意见的存在对于当权者来说就是安全的,没有必要非得剿灭它,因为不能要求所有人都和当局保持一致观点。

(5) 舆论的强烈程度。舆论的强烈程度有两种表现方式,一种是用行为舆论来表达,如静坐、游行示威和其他更激烈的行为。另一种除了部分通过言语表达外,也有的表现为没有用言语表达的内在态度,其强烈程度需要通过舆论调查来测量其量级。舆论调查中常用的各种意见量表(如“语义差异量表”、“社会距离量表”、“等线间隔量表”等)可以帮助分析舆论的强烈程度。

舆论调查中一般有七个选择阶梯来表现舆论客体的态度,中心为“中立”或“无所谓”,两边分别为正、反两种意见的阶梯,如“略加肯定、肯定、非常肯定”和“略加否定、否定、完全否定”。如果有 1/3 以上的人所持的某种意见达到“略加”程度,可以说这种意见转变为舆论,并表现出相对弱的强烈程度;如果有 2/3 人的意见处于“非常”、“完全”程度,则舆论的强烈程度趋向极点。

舆论的强烈程度与公众对舆论客体的知晓程度相关。了解得越清楚,越有亲身体验,对表达的意见倾向就越强,意见的强度也就越大^[10]。

(6) 舆论的持续性(存在时间),又称“舆论的韧性”。舆论的持续时间与舆论的客体有关,如果人们议论的客体所体现的观念与公众差距过大,或问题一直没有得到解决和落实,舆论的持续时间就会长。反之,持续时间就会相应变短。舆论一旦形成,总要存在一段时间,即使舆论客体消失了,人们还会有所议论,因为舆论的发生总是滞后于舆论客体的。

(7) 舆论的功能表现——影响舆论客体。舆论的一种功能是可以以自在的方式,直接地或间接地、明显地或隐蔽地影响着舆论客体。如果说一种舆论在它存在的范围内没有产生对客体的任何影响,那么这种舆论只是一种无足轻重的议论而非严格意义上的舆论。

(8) 舆论的质量——含有理智与非理智成分。影响舆论质量的因素是多方面的,因为舆论作为一种群体意见的自然形态,带有较强的自发性和盲目性,它的变化、发展在一定程度上是被动的。不同阶层的主体公众、舆论不同的发生范围、不同的舆论客体等都可能影响舆论质量。

比如,社会的中下层公众经常决定着舆论的发展方向,具有较高文化水平的所谓精英阶层的舆论,有时并不能够左右这种舆论。即使精英阶层的舆论,同样会受到各种现实和历史的政治制度、经济制度、文化环境、自身利益的影响,并非总是社会理智的代表。

以上八个舆论的要素中,前七个是构成舆论的必要要素,缺少其中一项就不能被称为“舆论”。提起舆论,人们通常都会想到前三者而忽略了后四者。后四者(舆论的数量、强烈程度、持续时间、对舆论客体的影响)是区别舆论与个别人意见、一般性议论的重要标志。总而言之,有以下几个要点。

(1) 如果一定范围内对某种舆论客体持某种意见的公众人数低于整体的 1/3,影响力过

[10] 陈力丹. 舆论学——舆论导向研究. 上海: 上海交通大学出版社, 2012.

小，就不能视之为舆论。

(2) 如果某种意见的行为表达强度过于微弱，或者通过舆论调查测得的意见强度接近“中立”或“无所谓”，也不能视之为舆论。

(3) 任何舆论都有一定的存在时间，以表明公众对于某个舆论客体意见的关注度，存在时间过于短暂的意见，不能视为舆论。

(4) 如果某种舆论不能对舆论客体产生实质影响，可能只是人们随意发表的意见或茶余饭后的谈资，不能称之为舆论。

(5) 舆论的质量并不妨碍确认舆论本身的存在，外界对舆论的质量评判是因人而异的，正确识别舆论质量需要多方面因素的考量。

2. 什么不是舆论

在通过以上八个要素来判断是否构成舆论的基础上，还有一些与舆论相近的概念需要厘清。

(1) 新闻≠舆论。新闻是对客观发生的事实的叙述和记录。舆论则是社会中自然产生的意见形态。人们可以任意发表舆论却不能随意刊登新闻。“新闻舆论”的说法不科学。

(2) 传媒≠舆论。媒体是舆论的载体，但是传媒是否真正代表了舆论，需要具体问题具体分析。某些情况下，传媒记载的舆论带有一定的政治倾向和组织观念，不一定代表舆论。

(3) 意识形态≠舆论。意识形态是掌握国家政权的阶级、政党的主导思想，舆论会受到意识形态的强烈影响，但两者并不完全等同。

(4) 公众≠舆论。公众是舆论的主体，但公众并不是舆论本身，当公众尚没有对舆论客体有所感知并发表意见时，公众只是一个独立个体部分。

(5) 个人的感觉≠舆论。我们不能凭个人感觉，就说“舆论认为”，即便领导人、人民代表、著名社会活动家的意见，也不能随便替代舆论来“认为”，必须有确切的材料证明个人感觉的内容确实代表舆论。

(6) 网上意见≠舆论。网民占全国人口 1/3，在网上发表意见的网民只占有所有网民的 2%，经常发表意见的网民更少。有可能极少数人激起了全社会关于某个问题的舆论，涉及人数与整个社会的人数相比，微乎其微。最多可以说，在网络的某个具体的论坛中，某种意见已经变成了这个论坛范围内的舆论。

(三) 舆论的实质与属性

在现代社会，利益诉求的多样性决定了引发舆论主体的多元化，舆论形成的过程十分复杂，舆论意见的整合成为常态，像战争环境中群体意见可以迅速统一的现象并不多见。更为重要的是，舆论已经成为意志碰撞、交锋的场所。舆论的实质就是介于思想与意志之间的载体^[11]。也就是说，舆论是联系意志与意愿的桥梁，它是社会观点、意见和思想的凝结，是社会意识形态的一种体现。

随着公共生活的发展，人们的相关共同利益越来越紧密，舆论的作用日益凸显。作为社会的整体知觉和集体意识，舆论具有公共事务、集群心理形成的公共意识和优势意见三个基

[11] 李衍玲. 舆论学精要. 北京: 中国社会科学出版社, 2012.

本属性^[12]，把握好这些相关因素，人们可以随时调整社会关系和自我行为，并成为社会意识的基础。

公共事务是引发舆论的客体，舆论的内容和目标围绕公共事务展开，构成人们日常的意识活动。显然，公共事务是舆论行为的对象，一旦公开化就能引起人们的关注，产生各种各样的公共意识。舆论的集群心理与个人心理相对，表现为公民、公众和群体的共同社会知觉而非纯粹个人感情的单独流露。简而言之，公共事务引发公共意识，集群心理形成公共意识中的优势意见就是舆论。个人意见没有被社会响应只能算是意见表达，而有的个人意见借助人的情绪感染社会其他群体，被他人认可为正确意见并继续传播，不断扩大影响力，最终成为优势意见。优势意见是舆论的重要属性，表明社会舆论对许多人富有感染力和征服力。

二、关于舆情的基本理念

（一）舆情的基本含义

据考证，“舆情”一词最早出现在《旧唐书》中。唐昭宗在乾宁四年（公元 897 年）的一封诏书中称：“朕采于群议，询彼舆情，有冀小康，遂登大用。”“舆”与“情”两字的连用，最初应是指百姓的情感、情绪。现在《新华字典》中，也采用了这个解释。在《辞源》中，则把“舆情”解释为“民众的意愿”。“舆情是社情民意，是公众的意愿和态度。”^[13]

近年来，在舆情基础理论的研究中关于舆情概念的探讨已经形成了多种意见。比较有权威和代表性的观点主要有以下几种。

《舆情研究概论》是我国第一部舆情基础理论专著，天津社会科学院研究员王来华对舆情作出了如下定义：舆情是指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^[14]。简单来说，舆情就是一种社会政治态度。这个定义把民众的意愿限定在民众的社会政治态度方面，虽然凸显了民众与国家管理者之间利益关系的基本含义，但外延相对缩小了。但不可否认，王来华的定义揭示了舆情内涵的核心内容，因此被学术界称为“狭义舆情”。

张克生在其专著《国家决策：机制与舆情》中扩展了舆情的狭义概念，他认为：舆情是国家决策主体在决策活动中必然涉及的、关乎民众利益的民众生活（民情）、社会生产（民力）和民众中蕴含的知识及智力（民智）等社会客观情况，以及民众在认知、情感和意志基础上，对社会客观情况以及国家决策产生的主观社会政治态度^[15]。简单地讲，就是社会客观情况与民众主观意愿，即社情民意，因而不少学者把它定义为“广义舆情”。但张克生的定义只是把“民众的社会政治态度”扩展为“社会客观情况与民众主观意愿”，而作为舆情客体的“国家管理者”的限定并没有突破。对狭义定义进行扩展的焦点应该是舆情客体，这是该定义没有注意到的。

王建龙则认为：社会舆情是一定期限、一定范围的群众对社会现实的主观反映，是群众

[12] 刘建明，纪忠慧，王莉丽. 舆论学概论. 北京：中国传媒大学出版社，2009.

[13] 中宣部. 新时期宣传工作. 北京：新时代出版社，2006.

[14] 王来华. 舆情研究概论. 天津：天津社会科学院出版社，2003.

[15] 张克生. 国家决策：机制与舆情. 天津社会科学院出版社，2004.

性的思想、心理、情绪、意见和要求的综合表现，是社会发 展状况的温度计和晴雨表^[16]。它来源于社会现实，具有相对独立性，有自身产生、传播、发展和变化的规律。

刘毅在其专著《网络舆情研究概论》中借鉴以上定义进一步指出：舆情是由个人以及各种社会群众构成的公众，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^[17]。该定义有以下几个特点：第一，将舆论主体定为“由个人以及各种社会群体构成的公众”，突出了舆情的产生和变化受到群体心理的影响；第二，舆情的客体是公共事务，包括社会事件、社会热点问题、社会冲突、社会活动，也包括公众人物的所言所行等；第三，舆情的本体是多种情绪、意愿、态度和意见交错的总和，是其相互碰撞和影响的结果；第四，舆情的产生和变化是在具体的时空中进行的。

综上所述，舆情是指个人、公众或集团以一定方式呈现出来的关系社会政治的情绪、意愿、态度和意见。舆情是网络上媒体和网民意见的原始表露，可以是多种不同意见的简单集合，而舆论则是倾向于一致的看法和意见。这个定义有以下几个特点。

第一，“个人、公众或集团”的表述可以涵盖所有的舆情主体。这一表述首先将舆情主体区分为“个人”与“非个人”，然后又依据有无严格的组织或利益关系，将“非个人”划分为“公众”和“集团”。并无严格组织形式、较为松散、没有严格的相同的利益关系的，称之为“公众”，也就是一般所称的社会大众；反之则为“集团”，包括单位、机构、团体、政府等。

第二，舆情是情绪、意愿、态度和意见，必须通过一定的方式呈现出来为人所知，方式十分多样。从传播介质的角度看，口语、文字、图片、声音、行为、视像都可以表达舆情；从传播渠道的角度看，人际交往、组织行为、大众传媒、社会调查等都可以表达舆情；从传播技术的角度看，书写、印刷、广播、电视、互联网等都可以表达舆情；从呈现出来的具体内容看，可以是谣言、新闻、事件、诉求、主张等；从呈现出来的向度和程度看，可以是肯定、否定、正面、负面、中性、微弱、强烈等。

第三，“关系社会政治”是舆情区别于其他情绪、意愿、态度和意见的关键。“关系社会政治”包括两层意思：在狭义上，对于社会政治领域发生的个别事件或现象的情绪、意愿、态度和意见，都是关系社会政治的；在广义上，对于其他非社会政治领域——例如文化领域、道德领域、私人领域等——发生的事件或现象的情绪、意愿、态度和意见，对于社会政治领域的评价、发展、管理，也具有间接的、长期的价值和意义，因此也可视为关系社会政治。不同的社会空间和历史阶段下，不同的文化观念、意识形态、思维方式，必将导致对具体舆情的收集、分析、判断的差异。以“虐猫事件”为例，在现阶段的中国，它更多地体现为一种道德领域的事件；而在有动物保护法令的国家和地区，它同时也是一个法律领域的事件。如果这一事件或类似事件的发生，推动了中国动物保护立法的进程，那么显然就成为了“关系社会政治”的事件。

[16] 王建龙. 把握社会舆情. 瞭望, 2002 (20).

[17] 刘毅. 网络舆情研究概论. 天津: 天津人民出版社, 2007.

（二）舆情的构成要素

1. 舆情的主体

舆情的主体是社会民众。作为舆情主体的社会民众,按其地位和作用不同可分为三大类。

第一类是“领舆”,即舆情领袖,他们对民众舆情有着特殊的、深刻的影响。舆情领袖一般只是某个特定主题的权威,人数很少,却有着较大的影响力。通过舆情领袖传递的意见、想法和信息往往更容易为民众所接受,通过舆情领袖甚至可以影响和引导民意。就目前我国较有影响力的论坛的参与情况看,培养论坛的“舆论领袖”,利用这些“舆论领袖”来引导网上舆论,已成为普遍做法。这些“舆论领袖”有见地、有代表性的发言一般被版主用醒目的字号和色彩加以强调,放在网页的突出位置,以强化主流言论,孤立非主流言论。

第二类是“白舆”,即舆情民众中的白领,这部分人受过良好的教育,关注社会政治热点问题,所表达的观点能够影响周围的普通大众。

第三类是“蓝舆”,即舆情民众中的蓝领,这部分人占大多数,但一般不太了解也不大关心自身以外的事情,因而他们的观点总是受周围人的影响。

2. 舆情的载体

舆情的载体具体而言是指舆情信息内容借以出现、传播的平台。在网络空间中,也就是新闻、论坛、博客、音视频媒体以及新兴的社交类网站等。研究载体的构成,需要研究地域分布、内容偏好等特征,并且可以通过分析、统计历史数据,通过热点和倾向性分析每类载体的关注点、意见倾向性,判别载体的活跃度和宏观倾向性,从而指导构建载体分类体系。

3. 舆情的客体

舆情的客体是舆情的具体指向,即公共事务(事项)的掌控者(机构或个人)和事件的直接关联者。

4. 舆情的激体

舆情的激体是指舆情产生的中介刺激源,即关乎民众切身利益的公共事务(事项)或民众关心的特定事件。

5. 舆情的本体

舆情的本体就是舆情的内容本身,即社会民众群体性的情绪、意愿、态度、意见和要求的总和及其表现,显然这一概念已经突破了民众“社会政治态度”的限制。舆情按其存在形式可分为显性舆情和潜性舆情两大类,显性舆情是指公开流露或表达的民众意愿,潜性舆情是指尚未外露和显现的民众意愿,而尚未外露和显现的民众意愿正是舆情区别于舆论的本质特征。

每一种舆情都由上述“五体”构成,只是在不同的舆情中,各构成要素的表现形式各不相同。例如在突发式舆情中,激体的地位和作用就要比在渐发式舆情中明显得多。其中主体、载体及主体与载体之间舆情的变动规律研究是网络舆情研究的核心^[18]。

[18] 张元龙. 关于“舆情”及相关概念的界定与辨析. 浙江学刊, 2009(3).

除了以上五个因素,还有一些与形成舆情有关的概念,可以帮助读者更好地理解和分析舆情的构成。比如,“舆情因变事项”是形成舆情的直接因素,所谓“因变事项”是指“能够引起民情改变,且会对民众政治态度产生影响的事项”,如国内外重大事件和严重的自然灾害。再如,“舆情空间”也是构成舆情的一个重要因素。“舆情空间”是指民众社会政治态度形成、变化和发生作用的地方,是一个容纳舆情主、客体和舆情因变事项的硬、软环境多维“互动”的社会空间^[19]。

(三) 舆情的特征

1. 舆情的本质特征

舆情在本质上始终贯彻了民众与执政者之间不断变动的相互利益关系,并在舆情的主体和客体之间不断进行着一种社会政治态度的互动。归纳起来,舆情的本质特征表现为以下三个方面^[20]。

一是民众与执政者及其政治取向的依存性。民众和执政者在利益方面的相互依存关系是一个国家和社会得以稳定发展的前提。

二是民众对执政者及其政治取向的始源性。所谓始源性,是指执政者的执政目标是为广大民众谋取最大利益,而要实现这个目标,其政治取向必须符合民众的意愿。

三是民众对执政者及其政治取向的制约性。这种制约性主要表现在两个方面:其一,民众与执政者之间的利益关系可以得到不断发展;其二,当执政者无法满足和实现民众新的利益需求时,则可能使执政者和民众之间在利益方面出现冲突,阻碍和破坏二者之间的利益关系。

2. 舆情的一般特性

除上述本质特征外,舆情还具有两个最基本的特性:一是舆情的“隐含性”,是指舆情很多时候是在民众群体内部潜移默化地形成的,具有较强的隐含特点,隐性舆情尤其如此;二是舆情的“递延性”,是指舆情在产生、发展和变化的过程中,其自身的舆情效应不一定立刻显现,需要一个较长的过程,甚至很多情况下需要借助一定“外力”才能加以释放^[21]。

舆情的其他一般特征包括:舆情的目标性和所指性、舆情的群体性和普遍性、舆情的综合性和纷杂性、舆情的稳定性和可变性、舆情的历史性和民族性。此外,舆情还受制于特定社会条件下民众的价值取向和执政当局的执政理念,同执政者的执政方式和惯用手段也有着十分密切的关系。

三、舆论与舆情、民意的概念辨析

(一) 舆论与舆情的区别

广义的舆论是人们的认知、态度、情感和行为倾向的集聚表现,是多数人形成的一致共

[19] 宋焕斌,杨绍辉. 舆情概论. 沈阳:东北大学出版社,2011.

[20] 宋焕斌,杨绍辉. 舆情概论. 沈阳:东北大学出版社,2011.

[21] 宋焕斌,杨绍辉. 舆情概论. 沈阳:东北大学出版社,2011.

同意见,是单种意见的集合,需要持有某种认知、态度、情感和行为倾向的人达到一定的数量,否则不能称为舆论。而舆情是人们的认知、态度、情感和行为倾向的原始表露,可以是一种零散的、非体系化的东西,也不需要得到多数人认同,是多种不同意见的简单集合,这也是最容易将二者混淆的地方。当舆情聚集时就可以向舆论转化,因而对舆情的管控就是要使舆情不转化为舆论或转化为良性舆论。二者的关系如图 1-1 所示^[22]。

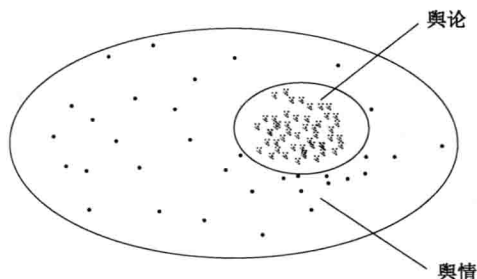


图 1-1 舆情和舆论的关系

具体而言,舆论与舆情的区别可以归纳为以下五点。

- (1) 舆情可以是个人的情绪、意愿、态度或意见,而舆论是多数人的意见。
- (2) 舆情是多种情绪、意愿、态度和意见交错的总和,而舆论强调的是共同的、一致的意见。
- (3) 舆情可以是公开发表的意见,也可以是内隐的情绪、态度、意愿等;而舆论必须是公开发表的意见。
- (4) 舆情不一定都上升成舆论,舆论不一定要靠舆情做支撑。
- (5) 舆情是可以被监测和调控的,公众舆论的监测是舆情监控的重要组成部分,舆论引导是一种重要的舆情调控手段。

(二) 舆论与民意的区别

民意这个概念尽管在中国出现很早^[23],但是对其比较广泛的使用却始于西方国家。并且,与舆情概念相比,在近现代,民意概念的使用更加广泛。民意与舆情,在字面的解释上几乎没有什么区别,“民众的意愿”是这两个概念的相同意思。在 18 世纪的法国,卢梭首次提出了公众意见(*opinion publique*)的概念。在英语系国家,公众意见(*public opinion*)一词出现于 1781 年,这是据《牛津英语大辞典》介绍的英文最早出处。“*public opinion*”的中文译法有多种,国内很多译著都将其译为“舆论”。此外,它还被译为公众意见、公共意见或公意、民众意见、群众意见、群意等,也有许多学者把它直接译为“民意”。至今,在许多场合和文献中,舆论和民意仍用同一个英文词^[24],使有关学者在引用西方有关论述时不容易分清到底是舆论还是民意,时常给人们带来困惑。

[22] 增润喜. 网络舆情信息资源共享研究. 情报杂志, 2009 (8).

[23] 庄子曾说:“上法圆天以顺三光,下法方地以顺四时,中和民意以安四乡。”王先谦. 庄子集注. 上海: 上海书店, 1987.

[24] 王来华, 林竹, 毕宏音. 对舆情、民意和舆论三概念异同的初步辨析. 学科前沿, 2004 (5).

目前学界对民意的概念解释具有以下三个基本相同的特点^[25]：第一，它是指来自民间或非政府机构的个人团体和公众的意见，包括公开和非公开的意见；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和问题等；第三，意见的阐发具有多种形式。从以上这三个基本相同的特点看，民意概念的解释者们大都对民意的内容构成、阐发对象和表现形式等方面保持着广泛性和开放性。这种广义的认识使得民意的划分范围过大，具体界限变得比较模糊，至少在内容和阐发对象的分类方面没有很清晰的界限，甚至把民众在政治方面的重要态度与一般诉求表达混同在一起了。

总而言之，民意应该是绝大多数民众的共同意愿、意志的总和。区别是不是民意的标准，就是看它是否已经成为社会意识的主流。

（三）舆情、舆论与民意三者之间的区别和联系

舆情、舆论与民意的比较见表 1-1。

表 1-1 舆情、舆论与民意的比较

比 较	舆 情	舆 论	民 意
概念	不同意见的集合（是多种情绪、意愿、态度和意见交错的总和）	共同意见	共同且正确的意见
状态	公开或被隐藏	公开	公开或被隐藏
意见表达	侧重于对公共事务政治态度意见的表达	包括政治态度在内的公共事务的各方面意见的表达	包括政治态度在内的公共事务的各方面意见的表达
影响程度	受非理性等因素的影响，有对错之分	可以被人制造，甚至误导群众	正确、公正，代表历史发展的必然趋势
知悉途径	主要通过各种媒体、民意测验或舆情调查获知	主要通过各种媒体获知	主要通过各种媒体、民意测验或舆情调查的量化数据结果得知
侧重内容	侧重于民众的社会心理结构和变化过程	侧重于公众意见的社会心理特征以及意见传播过程的构造和后果	侧重于公众内心所持有的坚定立场和信念

舆情、舆论与民意三者的联系主要表现在^[26]：它们都是极为丰富和复杂的人类精神现象，都表现为公众的意见或态度等；舆情虽然是多种情绪、态度和意见交错的总和，但是其中包含着小范围多数人的意见，就是舆论。当这种意见被社会绝大多数人认同的时候，就会转换为声势更为浩大的社会舆论。当正确和公正的意见被广大群众推崇和追随时，代表着历史发展的必然趋势，从而形成了民意。针对某一公共事务的分散和错综复杂的舆情，向一致有序的舆论与民意的转化是一种必然趋势。

[25] 王来华. 中国特色舆情理论研究及学科建设论略. 南京社会科学, 2004 (1) .

[26] 刘毅. 网络舆情研究概论. 天津: 天津人民出版社, 2007.