

国家社会科学基金重点项目

应对突发事件： 舆论引导系统论

赵振宇 等著

中国社会科学出版社

国家社会科学基金重点项目

应对突发事件： 舆论引导系统论

赵振宇 等著

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

应对突发事件：舆论引导系统论 / 赵振宇等著. —北京：中国社会科学出版社，2017. 7

ISBN 978 - 7 - 5161 - 9347 - 1

I. ①应… II. ①赵… III. ①突发事件 - 集 研究 - 中国
IV. ①G219. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 280737 号

华中科技大学文科学术著作出版基金资助

出 版 人 赵剑英
责任编辑 车文娇
责任校对 李 莉
责任印制 李寡寡

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010 - 84083685
门 市 部 010 - 84029450
经 销 新华书店及其他书店

印刷装订 北京市兴怀印刷厂
版 次 2017 年 7 月第 1 版
印 次 2017 年 7 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 25
插 页 2
字 数 498 千字
定 价 80.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书，如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话：010 - 84083683
版权所有 侵权必究

华中科技大学文科学术著作出版基金资助



目 录

第一章 绪论	(1)
一 本书简介	(1)
二 研究缘起	(4)
三 研究意义	(7)
四 核心概念	(8)
五 文献综述	(9)
第二章 突发事件及其舆论周期变化	(15)
第一节 突发事件的分类及其特点	(15)
一 突发事件的分类	(15)
二 突发事件的特点	(17)
第二节 突发事件的类型间演化	(21)
一 类型间演化不等于突发事件演化	(21)
二 四类突发事件的类型间演化	(23)
三 突发事件类型间演化特征分析	(30)
第三节 基于危机视角的突发事件演化周期	(33)
一 突发事件演化周期模型	(33)
二 突发事件演化周期中的四个阶段	(34)
第四节 突发事件不同演化周期的网络舆论变化	(37)
一 危机潜伏期的网络舆论变化	(39)
二 危机爆发期的网络舆论变化	(44)
三 危机蔓延期的网络舆论变化	(49)
四 危机恢复期的网络舆论变化	(56)

第三章 四类突发事件的舆论演变特征——以网络舆论为例	(61)
第一节 突发自然灾害网络舆论演变特征	(62)
一 突发自然灾害案例抽样及量化指标分析	(63)
二 突发自然灾害网络舆论演变特征	(68)
三 突发自然灾害网络舆论引导的问题及建议	(70)
第二节 突发事故灾难网络舆论演变特征	(72)
一 突发事故灾难案例抽样及量化指标分析	(73)
二 突发事故灾难网络舆论演变特征	(77)
三 突发事故灾难网络舆论引导的问题及建议	(81)
第三节 突发公共卫生事件网络舆论演变特征	(83)
一 突发公共卫生事件案例抽样及量化指标分析	(84)
二 突发公共卫生事件网络舆论演变特征	(88)
三 突发公共卫生事件网络舆论引导的问题及建议	(90)
第四节 突发社会安全事件网络舆论演变特征	(94)
一 突发社会安全事件案例抽样及量化指标分析	(95)
二 突发社会安全事件网络舆论演变特征	(99)
三 突发社会安全事件网络舆论引导的问题及建议	(101)
第四章 突发事件中的信息变异及应对策略	(105)
第一节 突发事件中信息变异的界定及内涵	(105)
一 信息变异的概念辨析	(105)
二 突发事件中信息变异的界定及内涵	(106)
三 突发事件中信息变异的影响	(108)
第二节 突发事件中信息变异的传播形式	(111)
一 突发事件中信息变异的表现	(111)
二 突发事件中信息变异传播渠道的分析	(115)
第三节 突发事件中信息变异的原因	(120)
一 信息的重要性决定信息变异与否及程度	(120)
二 传播主体的信息处理能力较弱导致信息变异	(123)
三 传播势力的过度驱动	(126)
四 复杂多样的传播渠道	(131)
五 接受主体的译码能力不同	(133)
第四节 突发事件中信息变异的宏观调控策略	(135)
一 调控基础：以社会关系为起点和归宿	(135)

二 传播取向定位：以公共利益为基础导向	(138)
三 时空策略：用时间消灭空间	(141)
四 渠道策略：多方传播渠道相互配合	(144)
第五章 突发事件舆论引导机制建构	(149)
第一节 突发事件舆论引导机制的基础及建构	(149)
一 突发事件舆论引导的两个前提	(149)
二 突发事件舆论引导的原则	(154)
三 突发事件舆论引导机制的两个层面	(158)
第二节 突发事件舆情预警机制	(163)
一 我国突发事件舆情预警的现状和不足	(165)
二 突发事件舆情预警机制的系统论建构	(167)
三 突发事件舆情监测和预警	(174)
第三节 突发事件舆论引导主体联动机制	(179)
一 突发事件舆论引导中的政府、媒体和公众	(179)
二 公众、媒体突发事件及舆论引导状况调查	(186)
三 对话：突发事件舆论引导的新范式	(196)
四 基于三方对话的突发事件舆论引导主体联动	(202)
第四节 突发事件舆论引导评估体系和保障机制	(217)
一 构建突发事件舆论引导能力的评估体系	(218)
二 加强突发事件舆论引导的法律保障	(228)
第六章 我国政府在突发事件中的舆论引导	(235)
第一节 我国政府突发事件舆论引导的历史回顾	(235)
一 1949—1976 年政府对突发事件的舆论引导	(236)
二 1977—2003 年政府对突发事件的舆论引导	(238)
三 2004 年至今政府对突发事件的舆论引导	(243)
第二节 对我国政府突发事件舆论引导的思考	(247)
一 突发事件中党和政府保持着对媒体的控制	(247)
二 政府信息公开的程度不能满足公众的期待	(249)
三 政府应对突发事件舆论引导的路径越来越多样化	(250)
第三节 我国政府应对突发事件的舆论引导路径	(251)
一 利用政府网站进行舆论引导	(251)
二 利用政务微博进行舆论引导	(256)
三 及时权威的政府新闻发布	(260)

四	积极进行国际合作，利用国外媒体	(265)
五	借助名人微博及博客进行舆论引导	(268)
第四节	我国政府应对突发事件舆论引导的自身建设	(272)
一	提升政府自身的公信力	(272)
二	加强政府新闻发言人的培养	(274)
三	加强对民族地区突发事件形成原因的研究	(275)
四	提升领导干部同媒体交往的能力	(277)
五	积极进行舆论危机中的政府形象修复	(283)
第七章	媒体应对突发事件的舆论引导	(289)
第一节	突发事件中媒体的新闻生产程序	(289)
一	突发事件新闻生产程序	(289)
二	突发事件新闻生产程序中的新闻发现	(292)
三	突发事件新闻生产程序中的新闻采制	(297)
四	突发事件新闻生产程序中的新闻发布	(301)
第二节	突发事件中媒体的新闻策划	(305)
一	突发事件报道的几种形式	(305)
二	突发事件报道的策划原则	(307)
第三节	突发事件中媒体的新闻生产伦理	(314)
一	突发性报道中存在的新闻伦理问题	(314)
二	在突发性报道中，新闻生产伦理问题产生的原因	(319)
三	如何处理突发事件报道中的伦理道德问题	(322)
第四节	突发事件中媒体和受众的互动	(328)
一	突发事件中媒体与受众关系链的建立	(328)
二	媒体与受众的互动过程：议题框架的转换	(337)
三	突发事件中媒体受众互动的效果评价	(344)
四	突发事件中良性互动机制的建构	(352)
第八章	突发事件中社会组织的舆论引导	(355)
第一节	社会组织的兴起及其参与舆论引导的空间	(355)
一	我国社会组织参与突发事件舆论引导的理论空间	(356)
二	社会组织参与突发事件舆论引导的可能性及优势	(359)
第二节	突发事件中社会组织与公众的舆论互动	(362)
一	舆论监督下的社会组织	(362)
二	社会组织对公众的舆论引导	(366)

第三节 突发事件中社会组织与政府的舆论互动	(372)
一 突发事件中,社会组织与政府合作	(372)
二 社会组织与政府的舆论竞争和对抗	(376)
第四节 突发事件中社会组织与媒体的舆论互动	(379)
一 媒体对社会组织的舆论引导有重要影响	(379)
二 社会组织对媒体资源的开发与利用	(382)
三 加强对社会组织舆论活动的监管	(385)
后记	(389)

第一章

绪 论

一 本书简介

我国目前处于社会转型期，社会多元化、政治民主化、信息网络化的进程不断推进，与此同时，突发事件高发频发。突发事件及其引起的舆论激荡对社会稳定带来冲击。

本书从探讨中国当代社会结构转型入手，分析了突发事件高发多发的原因。由于舆论是公众对公共事件比较一致的看法，突发事件作为公共事件对舆论的发展变化具有决定性作用，因此本书首先以网络舆论为样本，分析了突发事件的周期性发展变化以及舆论发展的周期变化。突发事件的发生发展，有时并不是仅仅完成一次量变到质变的过程，而是随着时间的推进，在主观条件、客观条件的双重影响下，完成多次由量变到质变的演化过程。演化的结果是，某一类突发事件往往在发生之后迅速演化成另一类乃至几类突发事件。人们可以通过科学的干预，减少对社会稳定造成的巨大冲击。

舆论活动是一种信息的传播，对舆论引导机制的构建实际上也是对信息传播的规范，防止信息变异。从社会关系来讲，突发事件信息变异表面上是事件相关信息、相关元素的变异，实则是原有社会关系的变动。在信息的传递过程中，社会关系要素与社会认知要素会影响突发事件信息变异的内容与信息变异的程度。本书从社会关系的角度入手，着重探讨突发事件中的信息变异对社会关系与社会结构的影响并从中得出应对策略。笔者从信息变异的基本概念入手，概括了信息变异的表现与影响，分析了突发事件信息变异产生的原因。突发事件的信息经由不同的传播渠道会产生形态变异，总体可归纳为信息量的增减和质的改变。无论何种情况的信息变异都会对社会关系产生影响，从而破坏社会稳定、减少社会信任、降低政府公信力，产生解释的恶性循环。

既然信息变异会影响社会稳定，那么构筑社会信任则是消除信息变异负面影响的基本前提。本书从传播取向、传播时空、传播渠道以及长效规制的建立等层面，试图建立应对信息变异的长效机制。突发事件的可怕之处不仅在于事件本身的破坏和伤害，更在于其对社会结构与社会关系的巨大影响和冲击，它使得人们的社会交往产生障碍不畅，最终造成不同程度的社会冲突。从信息变异层面来研究和探讨突发事件的处理方式与解决机制，有利于我们从社会自身的角度来看待突发事件的处理机制，改进和调控社会关系，从而最终促进社会的和谐发展。

突发事件舆论引导中，政府部门、媒体、公众分别有着不同的地位和作用。政府部门作为高位舆论引导主体应发挥积极主动的作用；市场化媒体对突发事件的建构和舆论表达也制约着突发事件的发展；公众作为突发事件舆论引导的客体，其利益诉求和价值诉求满足与否最终决定突发事件舆论引导的效果。在以上三方之间建立起对话是突发事件舆论引导的有效途径。对话作为一种人际传播，是信息公开和相互信任下的协商。通过对媒体舆论引导观念和受众突发事件认知的调查，本书分析了我国目前突发事件舆论引导主体联动的不足，最终在三方对话的基础上建立起突发事件舆论引导的主体联动，包括政府部门之间的舆论引导联动、政府和媒体的舆论引导联动以及媒体间的联动。

在整个舆论引导体系中，政府居于中心地位，政府处理突发事件的科学化、法治化和程序化水平决定了舆论引导的水平。由于历史传统和官员的惯性思维，政府信息公开的步伐走得并不顺利，这都给突发事件的产生和蔓延提供了温床。在新的媒介形势下，政府必须不断开拓新的媒介传播渠道，充分利用政府网站、官方微博、政府新闻发言人、名人微博和博客等传播渠道，传播政府理念。为了正确有效地引导舆论，政府必须重视自身的公信力建设，注意新闻发言人的培养和利用，加强对民族地区突发事件的监控和分析，提升领导干部同媒体打交道的能力，积极进行舆论危机中政府形象的修复。

媒体是现代社会的重要舆论力量，突发事件也是通过媒体产品呈现给社会公众的，媒体产品的生产方式、生产程序对呈现给受众的突发事件面貌有重大影响，因此也会极大影响舆论。首先，突发事件中，媒体必须规范新闻生产程序，确保新闻真实可靠。其次在新闻生产中，要注意议题的设置和议题框架的转换，注意构建媒体与受众之间良性互动的机制。新闻策划是新闻生产的重要环节，新闻策划必须是在遵守新闻规律，确保新闻真实，严格遵

守新闻生产程序前提的谋划。任何违反新闻真实原则的新闻策划都必须反对,这是媒体保证正确引导舆论的基本前提。一些遵循新闻真实原则的报道策划还必须体现人文关怀,特别是遵循新闻伦理的基本原则,避免不必要的新闻伤害。媒体的舆论引导是在与受众的互动中实现的,突发事件的媒介传播既要考虑社会的承受能力、社会的综合效益,还必须时刻考虑受众需求,把受众需求和社会稳定结合起来,这样才能体现媒体舆论引导力和社会责任感。

社会转型一方面使社会主体多元化,增加了社会矛盾;另一方面,也逐渐培育了社会的公共领域,为社会组织提供了活动空间。西方公民社会的实践证明,社会组织不但可以为社会提供公共服务和产品,弥补政府和市场的不足,还可以在引导公共舆论、化解社会矛盾等方面发挥重要作用。在利益多元化的时代,公众的兴趣、爱好和价值观都具有多元化的趋势,社会组织要引导舆论就必须研究公众的利益所在,研究公众的爱好、兴趣和价值观,并寻找与公众接近的途径和方式。而社会组织来自民间的特性,使其在参与舆论引导方面具有天然的民众基础优势。在媒介社会,社会组织要引导舆论就必须与现代传媒合作,争取传播媒介对自己的支持。社会组织要在组织架构上设置专门的信息发布和管理部门,培养和储备传媒人才,提高组织的媒介素养,开发媒介资源。

与政府的合作是社会组织“合法存在”的前提条件,也是社会组织能够充分发挥舆论引导能力的前提条件。政府与社会组织可能是合作关系,也可能是竞争或者对抗关系。社会组织应该加强与政府的合作,获得政府信任并获取合法身份,拓展舆论活动的空间。政府也应该加强对社会组织的立法工作和行政管理,既要给社会组织提供广阔的活动空间,也要防止社会组织与政府的舆论对抗,甚至是行为对抗。尤其是在鼓励社会组织在突发事件中发挥舆论引导功能的时候,必须注意维护国家的意识形态安全。

突发事件具有突然性,政府、社会组织和媒体之间只有建立常态的联络机制才能在突发事件发生以后及时投入应急管理中。这要求政府和社会组织都要在突发事件应急管理机构中设置相应的信息发布部门,并在政府、媒体和社会组织之间建立协同行动的机制。建立协同行动机制要在协同主体、协同客体、协同目的、协同手段、协同信息、协同环境等环节建立相应的保障机制。这也需要在三者之间积极探索有效的协同途径。

由于我国社会结构、政治体制和文化背景都与西方社会存在较大的差

异，社会组织在社会中的地位和作用、呈现的形态和发挥作用的方式都与西方社会迥然不同，因此我们必须不断探索适合我国国情的社会改革路径：一方面，支持社会组织的合理发展，支持社会组织在社会生活中发挥积极的舆论引导作用；另一方面，也要注意社会组织在社会中的消极作用，通过立法等手段规范社会组织的舆论活动。

二 研究缘起

作为社会的皮肤，舆论的重要性毋庸置疑。它是对公共事务支持或反对的立场，或温和或激进的态度。它敏感而又快速地感知主体所处的世界，并通过言论的巨大合力反馈给外部环境。所以，世界上任何一个追求合法性和权威性的政府都非常重视舆论。它们对待舆论的态度虽然不尽相同，但是试图对舆论进行引导和控制，却是每个政府都会做的事情，只是手段和方式有所不同。

在社会主义政治民主道路上摸索前行的中国、在社会转型期突发事件频发的中国、在舆论形成和表达渠道日益增多的中国、在舆论引导主体日趋多元的中国、在全球化国际语境下的中国，如何进行有效并且合乎大多数民众利益的舆论引导，并建立起相应合理的机制，正是本书要关注和研究的内容。选择“突发事件舆论引导机制”作为选题进行研究源于以下几个原因。

（一）事件和舆论交织，加剧了转型社会动荡

转型期的中国，各种利益冲突、社会矛盾凸显，导致各类突发事件频发。社会学家认为中国目前正处在突发事件高发时期，而且在很长时间内都将接受突发事件带来的严峻考验。突发事件由于其突发性、破坏性极易成为舆论关注的焦点。一些负向舆论和谣言更是增加了突发事件的处理难度、加剧社会动荡。2010年3月23日，一名男子在福建南平市一实验小学门口，手持砍刀连砍数名小学生，最终造成9人死亡，4人受伤。凶犯郑某随即被警方抓捕。南平杀人案引起大家的广泛关注和讨论，各种舆论交织，“社会不公、仇社导致凶手杀人”“警惕效仿效应发生”等舆论也随之形成，一些对社会抱有不满情绪的公众也在网上宣泄极端态度。一时人心惶惶，幼儿园、学校成了危险地的代名词。面对日益增多的突发事件，建立有效的舆论引导机制显得极为重要。

（二）多元化的舆论场，增大了舆论引导难度

新媒体的出现，使得人们获得信息的渠道增多，发表言论的平台日趋多元化，相互之间的沟通也随之增多，人们有机会接受各种思想观念，并受之影响。同时伴随着中国社会主义民主政治的推进，人们的自由意识、独立意识、权利意识、参与政治的意识都随之增强。自媒体的出现，使社会进入“人人都有麦克风”的时代。信息及发布渠道不再为少数的政府官员、媒体工作者、社会资源及财富拥有者所把持，“这些精英的话语权正在日益削减，公众破天荒地开始参与新闻与信息的创造和扩散过程”^①。平民话语和精英话语、官方话语和民间话语、传统媒体话语和新媒体话语、公开平台话语和隐匿平台话语同时出现。就这样，伴随着媒介技术的发展、政治意识的苏醒，多元化舆论场开始在我国形成。对于舆论引导主体来说，达到基本统一的思想共识的目标在很多时候都难以奏效。在多元化舆论场的今天，如何更好地引导舆论是我们需要思考的。

（三）舆论引导不当，增加社会政治焦虑

长期以来，我国政府在舆论工作中正面宣传多于负面揭露。这样的做法必然导致民情难以上达，民怨难以疏通，这样的社会“实际上是一个缺乏体内自动平衡机制的有缺陷性的社会，是一个不具备自我警报系统的社会。长此以往，无疑充满了危机和陷阱”^②。面对突发事件及汹涌而来复杂多变的舆论，尤其是网络舆论大潮，很多时候政府和媒体难以应对。突发事件舆论引导往往是仓促应战，缺乏科学有效的引导机制。要么手段粗暴简单；要么企图掩盖、封锁不利信息；要么不作为，坐以待毙，难以进行有效的舆论引导。

2009年的“河南杞县钴泄漏”事件中，网络传言先于政府回应，谣言走在了客观事实之前。在网上关于杞县的钴泄漏帖子发表长达一个月的时间内，政府部门未发出任何声音。杞县民众开始出走避难，一个月后政府意识到问题的严重性，虽然不断辟谣但依然没能制止一些群众的避难之行。

^① 胡泳：《众声喧哗》，广西师范大学出版社2008年版，第118页。

^② 萧功秦：《后全能主义时代的来临：世纪之交中国社会各阶层政治态势与前景展望》，《当代中国研究》1999年第1期。

突发事件舆论引导往往考验着政府公信力和执政党的能力，舆论引导不当极易增加民众的政治焦虑感，危及政府的合法性和权威性。对政府的不信任、拆迁中的极端诉求行为、众多事件中民众表现出的仇官心态等都是这种政治焦虑感的表现。

（四）“西强我弱”，亟须改善国际舆论格局

长期以来，我国在国际舆论中一直缺少话语权，妖魔化中国现象在西方媒体时有发生。突发事件的发生往往成为西方国家制造媒体攻势的“契机”，西藏拉萨“3·14”打砸抢烧严重暴力犯罪事件中由于我国政府和媒体没能做好信息公开和舆论引导，西方媒体为政治目的而置专业精神不顾的虚假报道对中国的国际形象造成了很大的负面影响。之后的新疆乌鲁木齐“7·5”打砸抢烧严重暴力犯罪事件，我国媒体及时报道事实真相，邀请国外媒体进行采访，权威媒体连续发声，最终有效地进行了舆论引导，维护了国家形象和局势的稳定。

面对复杂的国际舆论环境，我国政府和媒体的舆论引导能力显得尤为重要。《人民日报》2012年6月21日发表评论文章说：“舆论环境的深刻改变，既可以产生‘四两拨千斤’的神奇效果，也可能造成‘一颗老鼠屎坏了一锅汤’的不良影响。”文章指出各级治理者在处理“国内问题”时要考虑“国际影响”。作为一个地方和单位，如果没有统筹国内国际两个方面的主动意识，没有行动前的“舆论前置”意识，就很难在纷纭复杂的国际舆论环境中，发出响亮的“中国声音”，也很难展示一个真实全面的中国形象。^①这也为我们研究舆论引导、改善国际舆论格局提供了一定思路。

（五）舆论引导主体间的观念存在分歧

为了研究“突发事件舆论引导”这一课题，课题组成员们开始就突发事件的舆论引导现状、策略及观念对一些学者、政府官员、媒体管理者、媒体一线记者进行访谈。

在接受调查时，有人问：“舆论可以引导吗？记者就是让舆论表达出来。对不起，对于这个话题我没有什么可说的。”而有的人则严肃地反问：“舆论怎么能不引导？”随之讲述了他的理由。

两种截然不同的态度，让课题组开始思考舆论引导的本质问题、舆论引

^① 《如何发出“中国声音”》，《人民日报》2012年6月21日。

导主体的意识问题,以及意识不同的根源所在,坚定了研究“舆论引导联动机制”的信心。

三 研究意义

本书遵从“发现问题、解决问题”的思路,经过前期的文献收集、深度访谈及考察,发现我国突发事件舆论引导仍存在很多问题。不少研究者都对此进行了总结。我们认为,我国的舆论引导存在着“三强三弱”:对自然灾害、事故等引导能力较强,对具有人为因素的突发事件舆论引导较弱;由于我国媒体管理性质,政府对传统媒体引导能力较强,但对新媒体尤其是自媒体引导能力较弱;对日常舆论的引导能力较强,对突发事件的舆论引导能力较弱;同时,在舆论引导方面还存在“事件处置不当”和“舆论引导不当”形成的叠加效应。整个舆论引导机制并未形成,部门与部门之间“协调机制缺失”。^①突发事件发生后,对于事故责任人的问责并未能满足民众的期待,同时对于舆论引导的失职也没有相应的问责制度。

本书的研究有一定的现实意义和理论意义。

(一) 现实意义

第一,突发事件舆论引导机制的构建旨在为我国舆论引导工作提供一套可操作的执行方案,减少突发事件舆论引导的盲目性和随意性。

第二,正确有效地舆论引导不是为了控制舆论,而是在舆论多元化的今天,引导人们正确看待和处理转型期的各种利益关系,有效化解社会矛盾和冲突,维护社会稳定,为我国社会健康发展创造良好的舆论环境。

第三,建构突发事件舆论引导能力评估体系,为政府和媒体的突发事件舆论引导能力的提高提供指标依据及考核办法。

第四,将社会组织引入舆论引导主体系统,把政府、媒体、社会组织都看成舆论引导的主体,并主张以政府为核心建立舆论引导体系应对突发事件,这也是本书的创新之处。

(二) 理论意义

第一,机制本身是理论化、制度化的方法和程序。同时,突发事件引导

^① 赵振宇、焦俊波:《系统视野下的突发事件舆论引导框架构想》,《现代传播》2012年第10期。

机制的研究能为我国危机管理理论提供借鉴。

第二，将协商民主理论和程序理论引入对舆论引导主体联动的分析，为舆论学提供新的理论视角。

四 核心概念

本书是对突发事件舆论引导的研究，什么是舆论，什么是突发事件，各自的概念如何界定，这是我们首要解决的问题，也是本研究的逻辑起点。

（一）舆论引导

所谓舆论，是大多数的社会公众对社会中的各种问题和现象以及社会本身所表达的较为一致、有一定持续性和强度的意见和态度以及情绪，会对社会和有关事务的发展产生一定影响。

舆论具有强烈的倾向性，因此，处于主导地位政府也好，处于从属地位的媒体、社会组织和个人也好，都希望舆论能够与自己的主张、愿望和利益一致。在现代社会里，公众已经获得了发表自己意见和态度的权利，公开发表的平台也日益多元。我们看到舆论的影响日趋显现的同时，也必须清楚只有多数人的舆论形成才会对社会产生冲击和影响。因此我们认为，舆论引导就是在特定的时空中，某一主体（组织或者个人）在公共事务中，通过一定的手段和渠道，影响公众的意见、观点、态度和主张，使公共舆论的倾向性引导到传播主体希望的方向上去。

（二）突发事件

近几年的学术研究中，使用最多的突发事件的定义是我国2007年11月1日起施行的《中华人民共和国突发事件应对法》中的相关表述。该法第一章总则的第三条指出：“本法所称突发事件，是指突然发生，造成或者可能造成严重社会危害，需要采取应急处置措施予以应对的自然灾害、事故灾难、公共卫生事件和社会安全事件。”

本书的研究旨在对突发事件的舆论态势进行勾勒和监测，从而研究我国现有突发事件舆论引导中存在的问题，最终提出突发事件舆论引导系统的构建。所以在本研究中，突发事件是指突然发生，已经或者可能对社会及公众造成危害，并能迅速引起公众关注的负面事件。这一定义着重强调了其突发性、危害性及舆论集聚性。