

教育部哲学社会科学研究普及读物项目

Popularized Readers of Humanities and Social Science Sponsored by the Ministry of Education

社交网络时代的舆情管理

Public Opinion Management in the Era of Social Media

喻国明 李彪 · 著



凝聚名家智慧 · 走进大众心灵

江苏人民出版社
江苏凤凰美术出版社

教育部哲学社会科学研究普及读本

Popularized Readers of Humanities and Social Science Sponsored by the Ministry of Education

社交网络时代的舆情管理

Public Opinion Management in the Era of Social Media

喻国明 李彪·著



江苏人民出版社
江苏凤凰美术出版社

图书在版编目(CIP)数据

社交网络时代的舆情管理 / 喻国明, 李彪著. —南京: 江苏人民出版社, 2015. 5

(教育部哲学社会科学研究普及读物)

ISBN 978-7-214-15629-7

I. ①社… II. ①喻… ②李… III. ①互联网络—舆论—管理—通俗读物 IV. ①G219-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 089852 号



书 名 社交网络时代的舆情管理

著 者 喻国明 李 彪

责任编辑 卞清波

出版发行 凤凰出版传媒股份有限公司

江苏人民出版社

江苏凤凰美术出版社

出版社地址 南京市湖南路 1 号 A 楼, 邮编: 210009

出版社网址 <http://www.jspph.com>

<http://jspph.taobao.com>

经 销 凤凰出版传媒股份有限公司

照 排 江苏凤凰制版有限公司

印 刷 江苏凤凰新华印务有限公司

开 本 890 毫米×1 240 毫米 1/32

印 张 8.125 插页 1

字 数 134 千字

版 次 2015 年 5 月第 1 版 2015 年 5 月第 1 次印刷

标准书号 ISBN 978-7-214-15629-7

定 价 30.00 元

(江苏人民出版社图书凡印装错误可向承印厂调换)

总 序

纵观党的历史,我们党始终高度重视实践基础上的理论创新,坚持用理论创新成果武装全党,教育人民,引领前进方向,凝聚奋斗力量。七十多年前,著名的马克思主义哲学家艾思奇撰写的通俗著作《大众哲学》,引领一代又一代有志之士选择了正确的人生道路,影响了中国几代读者。

党的十八大以来,习近平总书记把握时代发展新要求,顺应人民群众新期待,提出了一系列新思想、新观点、新论断、新要求,这些推进理论创新的最新成果用朴实、生动的语言,以讲故事、举事例、摆事实的方式与人民同频共振、凝聚共识,增强了人民群众对中国特色社会主义理论体系的认同感和知晓度,凸显了当代中国马克思主义大众化、群众性的基本特征,成为新时期理论创新大众化的新典范。

高等学校学科齐全、人才密集、研究实力雄厚,是推进马克思主义中国化时代化大众化、普及传播党的理论创新成果的重要阵地。汇聚高校智慧,发挥高校优势,大力开展优秀成果普及推广,切实增强哲学社会科学话语权,是高校繁荣发展哲学社会科学的光荣任务、重大使命。

2012年,教育部启动实施了哲学社会科学研究普及读物项目。通过组织动员高校一流学者开展哲学社会

科学优秀成果普及转化,撰写一批观点正确、品质高端、通俗易懂的科学理论和人文社科知识普及读物,积极推进马克思主义大众化,阐释宣传党的路线方针政策,推广普及哲学社会科学最新理论创新成果,让中国特色社会主义理论体系和党的路线方针政策,更好地为广大群众掌握和实践,转化为推进改革开放和现代化建设的强大精神力量。与一般意义的学术研究和科普类读物相比,教育部设立的普及读物更侧重对党最新理论的宣传阐释,更强调学术创新成果的转化普及,更凸显“大师写小书”的理念,努力产出一批弘扬中国道路、中国精神、中国力量的精品力作。

实现中华民族伟大复兴的中国梦必将伴随着哲学社会科学的繁荣兴盛。我们将以高度的使命感和责任感,坚持学术追求与社会责任相统一,坚持正确方向,紧跟时代步伐,顺应实践要求,不断加快高校哲学社会科学创新体系建设,为不断增强中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信,推动社会主义文化大发展大繁荣作出更大贡献!

教育部社会科学司

2014年4月10日

教育部哲学社会科学研究普及读物书目

(有*者为已出书目)

2012 年度

《马克思主义大众化解析》 陈占安

*《马克思主义告诉了我们什么》 陈锡喜

《为什么我们还需要马克思主义——回答关于马克思主义的 10 个疑问》

陈学明

《党的建设科学化》 丁俊萍

《〈实践论〉浅释》 陶德麟

《大学生理论热点面对面》 韩振峰

*《大学生诚信读本》 黄蓉生

《改变世界的哲学——历史唯物主义新释》 王南湜

《哲学与人生——哲学就在你身边》 杨耕

*《人的精神家园》 孙正聿

*《社会主义现代化读本》 洪银兴

《中国特色社会主义简明读本》 秦宣

《中国工业化历程简明读本》 温铁军

《中国经济还能再来 30 年快速增长吗》 黄泰岩

《如何读懂中国经济指标》 殷德生

*《经济低碳化》 厉以宁 傅帅雄 尹俊

《图解中国市场》 马龙龙

*《文化产业精要读本》 蔡尚伟

*《税收那些事儿》 谷成

*《汇率原理与人民币汇率读本》 姜波克

*《辉煌的中华法制文明》 张晋藩

《读懂刑事诉讼法》 陈光中

*《数说经济与社会》 袁卫

*《品味社会学》 郑杭生

*《法律经济学趣谈》 史晋川

《知识产权通识读本》 吴汉东

《文化中国》 杨海文

- *《中国优秀礼仪文化》 李荣建
- 《中国管理智慧》 苏勇
- *《社交网络时代的舆情管理》 喻国明
- *《中国外交十难题》 王逸舟
- 《中华优秀传统文化核心理念故事新编》 张岂之
- *《敦煌文化》 项楚
- *《秘境探古——西藏文物考古新发现之旅》 霍巍
- 《民族精神——文化的基因和民族的灵魂》 欧阳康
- 《共和国文学的经典记忆》 张文东
- 《中国传统政治文化讲录》 徐大同
- *《诗意人生》 莫砺锋
- 《当代中国文化诊断》 俞吾金
- *《汉字史画》 谢思全
- *《“四大奇书”话题》 陈洪
- *《生活中的生态文明》 张劲松
- 《什么是科学》 吴国盛
- *《中国强——我们必须做的100件小事》 王会
- *《我们的家园：环境美学谈》 陈望衡
- 《谈谈审美活动》 童庆炳
- 《快乐阅读》 沈德立
- 《让学习伴随终身》 郝克明
- 《与青少年谈幸福成长》 韩震
- *《教育与人生》 顾明远
- *《师魂——教师大计师德为本》 林崇德
- 《现代终身教育理论与中国教育发展》 潘懋元
- *《我们离教育强国有多远》 袁振国
- 《通俗教育经济学》 范先佐
- 《任重道远：中国高等教育发展之路》 李元元

2013年度

- 《中国国情读本》 胡鞍钢
- 《法律解释学读本》 王利明
- 《中国特色社会主义经济学纵横谈》 顾海良
- 《走向社会主义市场经济》 逢锦聚
- 《走中国自己的政治发展道路》 梅荣政
- 《什么是科学的经济——基本理论与中国经验》 谭崇台
- *《“中国腾飞”探源——中国特色社会主义经济理论概说》 洪远朋

*《明价值·执信念·厚躬行——社会主义核心价值观的“内省”与“外化”》 黄进

《什么是马克思主义,怎样对待马克思主义——马克思主义观纵横谈》 高奇

《中国特色社会主义“五位一体”总布局研究》 郭建宁

《国际社会保障全景图》 丛树海

《社会保障理论与政策解析》 郑功成

《从封建到现代——五百年西方政治形态变迁》 钱乘旦

《GDP的科学性和实际价值在哪里》 赵彦云

《社会学通识教育读本》 李强

《传情和达意——语言怎样表达意义》 沈阳

《生活质量研究读本》 周长城

《做幸福的进取者》 黄希庭

《外国文学经典中的人生智慧》 刘建军

《什么样的教育能让人民满意》 石中英

《正说科举》 刘海峰

2014 年度

《“中国梦”的民族特点和世界意义》 孙利天

《“中国梦”与软实力》 骆郁廷

《走进世纪伟人毛泽东的哲学王国》 周向军

《社会主义核心价值观与我们的生活》 吴向东

《中国反腐败新观察》 赵秉志

《中国居民消费——阐释、现实、展望》 王裕国

《从公司治理到国家治理》 李维安

《“阿拉伯革命”的热点追踪》 朱威烈

《中国制造的全球布局》 刘元春

《从小康走向富裕》 黄卫平

《中国人口老龄化与老龄问题》 杜鹏

《重塑中国经济版图:区域发展战略与区域协同发展》 周立群

《钓鱼岛归属真相——谎言揭秘(以证据链的图为主)》 刘江永

《走入诚信社会》 阎孟伟

*《美国霸权版“中国威胁”谰言的前世与今生》 陈安

《如何认识藏族及其文化》 石硕

《中国故事的文化软实力》 王一川

《文化遗产的古与今》 高策

《课堂的革命》 钟启泉

《大学的常识》 邬大光

《识字与写字》 王宁

目 录

常识篇

第一讲 舆情并非洪水猛兽:网络舆情为何般?/003

第一节 舆情之惑:舆情 vs 舆论 vs 社情 vs 民意 vs 谣言/003

第二节 横看成岭侧成峰:网络舆情八要素/007

【延伸阅读】他山之石:美国选举中的网络舆情 运用/011

背景篇

第二讲 没有语境就没有话语:网络舆情产生的社会 土壤/017

第一节 转型期中国社会特征/017

第二节 中国网民心理特征刻画/043

第三节 网络社会流行语背后的社会心态/052

第四节 警惕网络民粹主义的兴起/064

【延伸阅读】从“全景监狱”到“共景监狱”:社会政治 运行和社会生态的变化/067

第三讲 乱花渐欲迷人眼:当前复杂舆情场的特点分析/071

第一节 令人难以捉摸的社会舆论场/071

第二节 多元而断裂的社会舆论场/073

第三节 年轻人和“双低”人群众声喧哗:网络真的代表社会真实民意吗?/076

第四节 社交网络时代来临:双微平台交叉传播/080

第五节 社会话语场力量对比发生变化:微博向左 微信向右/082

第六节 小结/085

舆情演变规律篇

第四讲 谁扣动了舆论扳机:网络舆情的生成/089

第一节 并不是所有事情都能引起民意啸聚:网络舆情的集中议题及分布/089

第二节 并不是所有的网站都能引起网民的关注:网络舆情的发源地/092

第五讲 山雨欲来风满楼:网络舆情的爆发与传播/101

【案例导入】“天价烟局长”事件:“人肉搜索”成了反腐“挖掘机”/101

第一节 问世间情为何物:网络舆情的启动模式/111

第二节 舆情传播并非一点就爆:网络舆情的传播阶段/118

第三节 谁在网络中呼风唤雨:网络舆情传播过程中的关键节点/123

第六讲 不识庐山真面目,只缘身在此山中:网络舆情的
时空分布 / 138

第一节 M型双高峰:网络舆情的时间分布 / 138

第二节 东部地区更易发生舆情:网络舆情的空间
分布 / 139

第三节 基层公权力部门:网络舆情的关涉主体 / 143

第七讲 真相与谣言的速度竞赛:网络舆情的畸变形态之
谣言 / 146

第一节 网络谣言不可怕:谣言是社会性应激
反应 / 146

第二节 加工有规律:网络谣言加工的基本策略 / 147

第三节 谣言无规律地随机发生:当前网络谣言的
基本特征 / 149

舆情采集研判篇

第八讲 舆情如流水,监测如探针:网络舆情采集
与监测 / 155

第一节 定向采集:网络舆情监测软件采集 / 155

第二节 非定向采集:网络舆情信息的日常采集 / 161

第九讲 情理交融,应对有道:网络舆情信息的定量与定性
研判 / 168

第一节 定量研判:网络舆情研判的指标 / 168

第二节 定性分析:网络舆情研判的基本技巧 / 172

网络舆情管理与应对篇

第十讲 怎么我做什么都是错的:网络舆情应对的误区 / 181

【案例导入】“微博局长”直播开房事件 / 181

第一节 不能只看热闹:新媒介素养有待提升 / 184

第二节 刻舟求剑不是长久之计:传统的舆论管理

手段效力不断下降 / 186

第三节 功夫须用在日常:基层政府部门日常舆情

监测与管理 / 195

第四节 大风起于青苹之末:网络舆情的预警 / 204

第十一讲 捅破这层窗户纸:社交网络时代的舆情管理 / 208

【案例导入】四川会理悬浮门事件:社交网络时代的

舆情应对范本 / 208

第一节 网络舆情应对与管理的阶段对策 / 213

第二节 舆情应对策略的五要素和三十六计 / 215

第三节 网络舆情应对的上中下策略选择 / 221

第四节 网络舆情应对中的媒体关系管理 / 223

第五节 网络舆情应对的体制和机制建设 / 241

第六节 小结 / 245

【延伸阅读】媒体应对技巧小贴士 / 246

常识篇

第一讲 舆情并非洪水猛兽：网络舆情为何般？

核心提示：

网络舆情并非洪水猛兽，莫把舆情当敌情和警情。

大风起于青萍之末，要高度重视网络舆情。

第一节 舆情之惑：舆情 vs 舆论 vs 社情 vs 民意 vs 谣言

舆情这个概念是近几年随着网络技术不断勃兴而出现的，但对于舆情概念本身，目前学界争议还比较大。既然从舆论过渡到舆情，必然有其深厚的社会动员和社会心理基础。

“舆”与“情”两字的连用，最初应是指百姓的情感、情绪。在《新华字典》中，也采用了这个解释，认为是老百姓的情感和社会情绪。在《辞源》中，则把“舆情”解释为“民众的意愿”。据现有文字记载，“舆情”一词的最早使用在中国唐朝，出自《全唐诗》中诗人李中所作《献乔侍郎》一诗：“格论思名士，舆情渴直臣。”

但既然将“论”换成了“情”，重点强调的就是变动情况和现实情况，即舆情这个概念提出，一方面是强调社会舆论的变动性、驳杂性和瞬时性；另一方面是强调舆情必须要和社

会现实紧密相关,不能脱离社会现实谈论社会舆论,否则无异于无源之水、无本之木。舆情是“舆论情况”的简称,是指在一定的社会空间内,围绕中介性社会事件的发生、发展和变化,作为主体的民众对作为客体的社会管理者及其政治取向产生和持有的社会政治态度。它是较多群众关于社会中各种现象、问题所表达的信念、态度、意见和情绪等等表现的总和。舆情在狭义上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,作为舆情主体的民众对国家管理者产生和持有的社会态度。如果把中间的一些定语省略,舆情就是民众的社会态度。

一、舆情与意见

“意见”始终是舆论的核心,也就是舆论的本体,舆论传播所着眼的也是意见的流动问题。意见信息是和事实信息一样重要的社会信息,人天生就有对事件作出评价的偏好,对任何事物(现象、问题等)都希望表达自己的看法和意见。

意见不仅仅表现为对某种态度、信念或者价值的言语表现——这只是意见的比较常见的形式,意见还包括行为意见,如愤怒地挥拳或者游行等方式表现,著名的“道路以目”就是一种社会意见表达方式。

意见既然是舆论的一种最为直接的外显表现形式,也就具有一定的历时性,并不是永远不变的,是具有一定的阶段性,并且是可以改变的,社会舆情本身强调的是社会舆论的变动性和可改变性。

二、舆情与舆论

舆论是针对特定的现实客体，一定范围内的“多数人”基于一定的需要和利益，通过言语、非言语形式公开表达的态度、意见、要求、情绪，通过一定的传播途径，进行交流、碰撞、感染、整合而成的具有强烈实践意向的表层集合意识，是“多数人”整体知觉和共同意志的外化。

在对舆论的使用中经常会出现的谬用主要有以下两种：

谬用之一：把大众传媒或媒介的言论等同于社会舆论。经常在大众媒体上看到的“舆论认为”，将媒介组织的意志和意见强加到民众的舆论中去，很容易打着民众的旗号公器私用。媒介组织只代表的是组织的言论，随着目前媒介组织的多元化，媒介组织的立场千差万别，更不能够代表所谓的社会舆论。

谬用之二：把众意或公意等同于社会舆论。法国启蒙思想家卢梭曾指出人民的意见有众意和公意两种，众意是人们的相同意见和不同意见的总和，而公意以公共利益为依归，是众意的最大公约数。社会舆论则具有驳杂性和不确定性，有众声喧哗和众说纷纭之嫌，因此不能将社会舆论就等同于简单的社会公意、众意，社会舆论有一团乱麻之感，而社会公意和众意则有经过稍微的观点、意见交锋之后的社会意见简单归类之后的状态。

三、舆情与社情民意

目前对于民意的概念很多，不下于上百种，但对民意概念的定义或基本认识，综合起来，具有以下三个基本相同的