

中国社会舆情蓝皮书系列

BLUE BOOK OF PUBLIC OPINION IN CHINA

ANNUAL REPORT ON PUBLIC OPINION IN CHINA (2013)

中国社会舆情年度报告 (2013)

喻国明 主编

人民日报出版社

中国社会舆情蓝皮书

BLUE BOOK
OF PUBLIC OPINION IN CHINA

中国社会舆情年度报告 (2013)

ANNUAL REPORT
ON PUBLIC OPINION IN CHINA
(2013)

主 编 / 喻国明
Edited by Yu Guoming



人民日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国社会舆情年度报告. 2013 / 喻国明主编. —北京: 人民日报出版社, 2013.4
ISBN 978-7-5115-1795-1

I. ①中… II. ①喻… III. ①社会调查—调查报告—中国—2013 IV. ①D668

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 093064 号

书 名: 中国社会舆情年度报告 (2013)

主 编: 喻国明

出 版 人: 董 伟

责任编辑: 梁雪云

封面设计: 春天书装工作室

出版发行: 人民日报出版社

社 址: 北京金台西路 2 号

邮政编码: 100733

发行热线: (010) 65369527 65369846 65369509 65369510

邮购热线: (010) 65369530 65363527

编辑热线: (010) 65369514

网 址: www.peopledaily.com.cn

经 销: 新华书店

印 刷: 北京中新伟业印刷有限公司

开 本: 710mm×1000mm 1/16

字 数: 200 千字

印 张: 14.75

版 次: 2013 年 6 月第 1 版 2013 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5115-1795-1

定 价: 39.00 元

本报告是中国人民大学新闻学院所承担的
国家985项目的科研成果之一

《中国社会舆情蓝皮书》编委会

主 编 喻国明

编委会成员（按音序排列）

李 彪 梁雪云 刘建明 倪 宁

欧 亚 王 斌 杨建武

主 笔 李 彪 喻国明

主要撰稿人 何 睿 刘燕锦 胥琳佳 郑满宁

杨 雅 胡杨娟 李 南 潘佳宝

倪 婷 文 早 段文韬

《中国社会舆情蓝皮书（2013）》联合出品方

中国人民大学舆论研究所

百度公司

技术支持单位

北大方正智思研究院

序 言

当前的中国社会充满变数、错综复杂。因此，对于现阶段的社会发展——大至整个国家的宏观发展和决策，小到民众的喜怒哀乐——来说，也许没有什么比保持认识上和行动上的方位感更重要了，而这种方位感的正确获得和保持，离不开对社情民意的科学了解和把握。民意是各种社会因素所处状态的晴雨表，是衡量一切社会决策效果的试金石，恩格斯曾经指出，人民群众几乎能从本能上感觉到一种生产关系是否适合于生产力，从而表示出欢迎还是反抗的情绪来，因此，在巨大的社会转轨和社会变革中，时刻把握“老百姓在想些什么、盼些什么、烦些什么”便成为一项特别重要的社会要求。

2008年喻国明教授所领导的中国人民大学舆论研究所与北大方正智思研究院合作，共同开发基于网络内容的价值挖掘分析软件，这套软件的引入极大地提升了我们在网络舆情分析、网络内容的价值挖掘等方面的技术水平，奠定中国人民大学舆论研究所在中国网络舆情研究方面的引领地位。从2009年1月起，中国人民大学舆论研究所推出中国舆情监测的月度报告及专项报告，并从2010年起每年度以舆情蓝皮书的形式推出系列年度报告，已经在中国社会及政府高层产生重大反响，并受到学术界的重视与好评。目前，这套系统在热点事件追踪、主题演化分析、正负情感评价等方面已经能够得到应用级的分析水平，并且我们在意见领袖的分析、网络舆情危机的预警及传播修辞学语料库等方面的研究也在顺序展开，随着系统的完善，可以为人们开



展舆情研究提供很好的学术意义上的技术平台。

2011年底,人大舆论研究所与百度公司开始了一项具有重要意义的新的合作——中国人民大学舆论研究所与百度公司合作成立“人大—百度”中国社会舆情研究中心,共同出品《中国社会舆情年度报告》(社会舆情蓝皮书),这是中国社会舆情研究的一个重要的标志性事件。一个具有一流水平的舆情分析机构与掌握着最为全面丰富和实时采集的舆情“语料库”的结合,必然为中国的民意研究、进而对中国社会的健康发展做出重要的贡献。百度公司旗下的全球最大的中文搜索引擎用排行榜的形式实时呈现出中文网络社会关注热点的全景图,覆盖了超过95%的中国网民,每天至少40亿次的搜索无形之中组成了一个真实庞大的数据库,而这一无形资产为当下的舆情分析提供了更为有效的参考依据。针对百度搜索的海量数据做出的深度分析和价值挖掘,无疑为中国社会的舆情把握增添了新的认识维度和重要的分析视角。这也可以视为中国舆情研究的大数据方法的一个重要开端。

所谓大数据是这样的数据——规模大、非结构化、数据集彼此无关联,需要快速地分析,且其分析依赖于新兴的技术和人才。大数据具有规模性(volume)、多样性(variety)、高速性(velocity)和有价值(value)等特点。大数据技术建立在Web2.0背景下的数据挖掘基础上,核心是对以关系为纽带的社会网络的识别、发掘和利用,其对社会生活的广泛嵌入性和自动化规模化处理信息的快捷性进一步把舆论学研究的工作范围和创造性提升到新的水平。在这个背景下,透过大数据基本特性的分析和探讨,在既有研究成果的基础上,揭示大数据时代舆论学研究的变革与进路,为本领域因应大数据时代的到来提供新的研究思路、研究架构和研究手段是极为重要的。具体地说,主要包括以下几点。

1. 研究视角的转向:从单向度的内容研究转向“内容+关系”的多维度研究

随着大数据时代的到来,传统的舆情研究只重视网民话语表达的单向度研究必将改变,话语作为一种外在的社会表达,属于浅表层面,不能够有效地窥探出网民群体的社会行为、社会心理和社会诉求。借助大数据,舆情研究的视角将更加多元化,未来舆情研究的视角将转向为社会话语表达、社会

关系呈现、社会心理描绘、社会诉求预测等多方面、多向度的研究，通过这样的研究转型，社会舆情研究将真正成为一门与多学科交叉的社会显学，成为一门学科，改变目前舆情研究“策为上、术为主、学匮乏”的尴尬学术现实。

2. 研究方法的转向：由舆情信息采集转向数据加工、可视化等

由于舆情监测的前端界面呈现的方式上同质化程度较高，目前的舆情监测和舆情研究主要集中在舆情信息的采集及信息源的扩展方面。无论是北大方正舆情产品还是拓尔思（TRS），在对新闻网站、微博账号进行监测时，都必须将网站地址和微博账号的微信号设定好，甚至新闻网站的网站设计样板也要进行设定，被监测的网站一旦改版，后台监测也必须调整相应的网页样板。各种舆情软件之间的竞争主要集中在信息采集源覆盖的范围以及数据分析后台的算法上，但呈现出来的前端页面则是“千网一面”。

大数据将目前舆情信息采集的环节拉回到一个竞争层面上来，未来舆情监测和研究的数据源可能来自于同一个大数据库支撑，舆情研究主体竞争的是各类算法的精细化、准确化，并在呈现给用户的前端界面上进行优化，增强前端界面的友好程度，整个竞争的链条就会不断下移，更加适合用户的需求。

3. 数据库支持的转向：由简单的、有限的数据库转向非结构化的大数据库

目前的舆情监测和研究所依据的数据库相对来说比较简单，结构单一、数据量有限，还停留在TB级别，主要因为这些数据库的数据源要么是基于抽样进行数据抓取的，要么仅抓取重点网络站点，数据量有限，数据库标准相对较低，能针对小规模、有结构或类结构的数据进行分析，谈不上深层次的数据挖掘，现有的数据挖掘算法在不同行业中难以通用。大数据的数据体量巨大，从TB级别，跃升到PB乃至ZB级别，因此大数据所涉及的资料量规模巨大到无法透过目前主流软件工具进行处理和识别，需要新处理模式才能具有更强的决策力、洞察发现力和流程优化能力，这需要巨大的数据库作为支撑，另外，大数据的数据资源相对驳杂，是一种非结构化的数据呈现，因此需要相应的非结构化的数据库相对接。

4. 舆情研究主体的转向：由小作坊式的单打独斗、面面俱到舆情监控转向分工明确、高度聚合集约的舆情分析

目前实践中的舆情监测和研究主体比较多，仅用于商业运营的软件监测主体就在几百家之多，这些舆情监测主体多半是软件服务商，通过网络爬虫技术、分词技术和议题聚合等技术，开发出相关软件，为企业、政府部门和科研院所安装和维护，进行简单的数据采集和分析，类似于小作坊式的舆情监测方法，这种运作方式急功近利，为了眼前的商业利益，不重视产品研发和数据源的扩充，通过吃回扣等商业贿赂方式尽量多卖几套“软件”。各舆情主体之间的竞争显得低层次化和粗放型。

未来大数据使得舆情研究主体在同一个层面上竞争，即数据处理和呈现的能力上，在大家可以获得同一数据源的前提下，双方的竞争必将在数据处理、算法精进、界面友好、可视化等层面展开竞争，分工会进一步明晰，行业内部会进一步聚合集约，加速行业洗牌，行业有机化程度增强。

5. 舆情研究重点的转向：由舆情监测转向为舆情预警乃至预测，从单向度的危机应对、品牌营销转向各领域的综合信息服务

目前的网络舆情研究主要集中在监测，主要是对一些显著性事件的舆情动态，包括传播范围、影响力等进行监测和研判，类似于相面术的“麻衣相”，只知道事件发展的过去，不知道事件发展的未来。大数据的核心是预测，可以通过分析处理整群数据，而不再大量依赖随机采样，通过自然语言处理、模式识别以及机器学习等人工智能技术，结合人工经验，未来实验舆情的预警，研判未来舆情发展的态势和影响，并在此基础上实现超出人类经验范畴之外的精准化预测。如国外研究人员已发现，Google 搜索请求中诸如“流感症状”和“流感治疗”之类的关键词出现的高峰要比一个地区医院急诊室流感患者增加出现的时间早两三个星期（而急诊室的报告往往要比浏览慢两个星期左右）；而在经济预测方面，Google 上房产相关搜索量的增减趋势相对于地产经济学家的预测而言是一个更加准确的预言者。

另一方面，目前由于数据量和技术等限制，舆情研究还主要集中在危机应对和品牌营销等，这种应用主要基于舆情监测和研判这一功能进行的，未来随着大数据在舆情研究中的使用，舆情研究的功能指向必将更加多元化，

为政府部门、企业和个人提供更加综合化的信息挖掘服务。

以上这些方面正是我们在舆情研究方面正在做和即将做的，希望这些研究尝试，能够为中国社会的发展提供一个更加科学、高效的成果，为中国舆情研究的开拓提供一个更具启发力的参照。

中国人民大学舆论研究所

百度公司

2013 年 5 月

目 录

第一部分 2012 年中国社会舆情年度总报告

第一节 网络舆情监测指标体系的建构	001
一、网络舆情可测量的理论分析	001
二、网络舆论热点衡量的基本指标建构	003
第二节 2012 年中国社会舆情运行的特点分析	005
一、2012 年社会舆情总体特点	005
二、舆情热点事件的月度数量分布：2012 年呈先高后低抛物线型分布趋势	006
三、月度舆情总指数分布：舆情总指数与平均事件舆情指数出现倒挂现象	007
四、2012 年重点舆情事件数量：60 个	009
五、2012 年热点事件的词频分析：微博、质疑、网传（曝）等词频最高	011
六、2012 年舆情的烈度分布：以橙色警戒级别为主	012
七、2012 年舆情事件集中的领域：近 50% 的社会事件集中在社会与法领域，社会民生话题不断上升	013
八、2012 年舆情事件涉及的具体领域：社会民生、个别官员违纪等是重点集中领域	013
九、2012 年舆情事件的关涉主体：公检法系统、职能部委等是主要关涉主体	015
十、2012 年舆情事件分布的行政级别：发生在地市级城市和全国的事件最容易引起民众关注	017

十一、2012 年舆情热点事件的省域分布：集中在湖南、广东和河南等	018
十二、2012 年舆情事件的信息倾向性：负面信息更能引起网民的关注	019
十三、2012 年舆情事件的首发主体：微博成为整个社会话语场域的策源地	020
十四、2012 年舆情事件的议题活跃天数：平均每个话题活跃天数为 23.2 天	022
十五、2012 年舆情事件的意见的多元性分布：平均每个议题的意见类型个数为 2.1 个	024
第三节 众生相——2012 年网络热点人物盘点	026
第四节 用另一种方式看世界——2012 年网络流行语盘点	027
一、元芳，你怎么看	027
二、你幸福吗？	028
三、休假式治疗	028
四、屌丝	028
五、表哥房叔	029
六、吃地沟油的命，操中南海的心	029
七、我可以说脏话吗？	029
八、躺着也中枪	030
九、捐你妹	030
十、皮鞋很忙	030
十一、杜甫很忙	031
十二、给跪了	031
第五节 2012 年网络社会潮流盘点	032
一、网络反腐 style	032
二、娱乐至死时代	033
三、屌丝自嘲时代	033



第二部分 中国社会舆情运行整体情况分析

——基于百度搜索数据的分析

第一节 2012 年中国社会舆情各领域特征分析	035
一、整体社会发展：多元时代寻求社会共识的最大公约数	035
二、社会热点解读：公平正义铸就时代主题	039
三、网络化生活，生活化网络——迎接多元化时代的数字化生活	042
四、中国流行音乐：口水？逆袭？抒情？谁才是真正中国好声音	045
第二节 2012 年整体社会运行态势分析——基于百度搜索数据	049
一、2012 年中国社会整体运行指数	050
二、2012 年不同类别网民的社会关注领域及特点分析	055
三、2012 年中国民众关注领域分析	058

第三部分 2012 年中国社会舆情月度报告

第一节 2012 年 1 月舆情事件排行榜	061
一、本月度舆情热点事件榜单	061
二、本月热点事件社会语义网	062
第二节 2012 年 2 月舆情事件排行榜	065
一、本月度舆情热点事件榜单	065
二、本月热点事件社会语义网	066
第三节 2012 年 3 月舆情事件排行榜	068
一、本月度舆情热点事件榜单	068
二、本月热点事件社会语义网	069
第四节 2012 年 4 月舆情事件排行榜	071
一、本月度舆情热点事件榜单	071
二、本月热点事件社会语义网	073

第五节 2012 年 5 月舆情事件排行榜	075
一、本月份舆情热点事件榜单	075
二、本月热点事件社会语义网	077
第六节 2012 年 6 月舆情事件排行榜	079
一、本月份舆情热点事件榜单	079
二、本月热点事件社会语义网	081
第七节 2012 年 7 月舆情事件排行榜	083
一、本月份舆情热点事件榜单	083
二、本月热点事件社会语义网	085
第八节 2012 年 8 月舆情事件排行榜	087
一、本月份舆情热点事件榜单	087
二、本月热点事件社会语义网	089
第九节 2012 年 9 月舆情事件排行榜	091
一、本月份舆情热点事件榜单	091
二、本月热点事件社会语义网	093
第十节 2012 年 10 月舆情事件排行榜	095
一、本月份舆情热点事件榜单	095
二、本月热点事件社会语义网	097
第十一节 2012 年 11 月舆情事件排行榜	099
一、本月份舆情热点事件榜单	099
二、本月热点事件社会语义网	101
第十二节 2012 年 12 月舆情事件排行榜	103
一、本月份舆情热点事件榜单	103
二、本月热点事件社会语义网	104



第四部分 2011-2012 年媒体微博运维白皮书

2012 媒体微博运营报告研究说明	107
一、数据来源和甄选	107
二、研究方法和标准	107
三、指标体系解读	107
第一节 2012 媒体微博运营背景分析	109
一、微博影响大有超过传统媒介之势	109
二、微博超越传统媒体上升为社会第一信息源	109
三、微博让新闻生产由专业化发展到社会化	112
第二节 媒体微博运维现状分析	114
一、媒体官微整体发展情况分析	114
二、媒体官微粉丝分析	123
三、媒体微博覆盖力总结	125
第三节 媒体微博影响分析	126
一、媒体微博影响力综合排行	126
二、媒体微博影响力分类排行	127
三、媒体微博影响力总结	140
第四节 微博平台特性分析	141
一、总体情况分析	141
二、不同类别媒体微博平台特性分析	142
三、微博平台特性总结	148
第五节 媒体微博成功案例	150
一、官微内容运维案例	150
二、官微日常运维案例	156
三、微博商业化案例	160

第六节 媒体微博营销现状与趋势	170
一、媒体微博营销现状分析	170
二、微博在媒体营销中的价值	174
三、媒体微博未来发展趋势	175
四、媒体微博商业化趋势	177
第七节 媒体微博运营指导	180
一、媒体微博运营指导：从接触到界面整合理论	180
二、媒体微博运维建议及策略	180
附录一：媒体官微综合影响力 TOP300	184

第五部分 网络标杆媒体影响力评估（2012）

前言 标杆网媒影响力评估报告研究技术说明	191
一、数据来源及甄选	191
二、研究对象	192
三、指标体系构建及解读	193
第一节 标杆网媒影响力评估报告的研究背景	195
一、信息生产方式变化：由传统的组织化生产到社会化大生产	195
二、信息传播方式变化：单通道传播到多元融合	195
三、信息消费方式变化：由深阅读转向快餐化的 3A 信息消费模式	196
第二节 标杆网媒原创栏目及覆盖人群分析	197
一、腾讯、新浪、网易、搜狐、凤凰等原创栏目分析	197
二、各综合门户网站网媒覆盖人群分析	199
第三节 标杆网媒影响力分析	205
一、新闻内容影响力排行分析	205
二、视频影响力排行分析	206

三、微博影响力排行分析·····	208
四、五家门户网媒综合影响力排行·····	210
第四节 网媒新闻生产运作与机制比较分析·····	212
一、新闻信息更新速度·····	212
二、综合媒体形式运用·····	213
三、新闻渠道偏好和新闻原创分析·····	213
四、新闻互动及自我审查比较分析·····	214
相关结论及分析·····	217
一、门户网站未来趋势·····	217
二、移动互联时代的门户网站发展路径选择·····	217

第一部分 2012 年中国社会 舆情年度总报告

第一节 网络舆情监测指标体系的建构

一、网络舆情可测量的理论分析

耗散结构理论是 1969 年由比利时科学家普利高津 (I. Prigogine) 针对非平衡热力学和统计物理学的研究提出的一种自组织系统理论。所谓“耗散结构” (Dissipative Structure), 普利高津认为, “在远离平衡态的条件下, 我们可能得到从无序、混沌到有序的转变。可能产生一些物质的新力学态, 反映了给定系统与其周围环境相互作用的态。我们把这些新的结构称作耗散结构”。¹ 简而言之, “耗散”即为消散, 在这里强调系统与外界能量和物质交换的特性, 而“耗散结构”即指一个处在非平衡态下的开放系统在与外界进行能量流或物质流的交换下, 通过系统内各要素复杂的非线性相干效应所形成的一种新的有序结构。

网络舆情具有耗散结构的特征, 即开放、非平衡态、非线性和存在涨落和突变。

1. 网络舆情系统是一个开放的系统

开放是系统有序化的前提, 是耗散结构形成、维持和发展的首要条件。一个好的系统, 必然是一个有序、开放的自组织系统, 通过对外界开放, 不断地与外界进行物质、能量和信息等的交流, 这样才能具有适应环境的能力和旺盛的生

1 [比] I. 普利高津、[法] 伊·斯唐热:《从混沌到有序: 人与自然的新对话》[M], 曾庆宏、沈小峰译. 上海译文出版社, 2005, P14