

RESEARCHES ON QUALITY SUPERVISION,
INSPECTION AND QUARANTINE NETWORK,
IN THE PERSPECTIVES OF BIG DATA

大数据视角下的 质检网络舆情研究

李 静 王庆春 编著
魏颖昊 丰 苏

 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

大数据视角下的质检 网络舆情研究

李静 王庆春
魏颖昊 丰苏 编著

 **北京理工大学出版社**
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

版权专有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

大数据视角下的质检网络舆情研究 / 李静等编著. —北京: 北京理工大学出版社, 2018. 3

ISBN 978 - 7 - 5682 - 5379 - 6

I. ①大... II. ①李... III. ①互联网络-舆论-研究 IV. ①G206. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 044798 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京地大彩印有限公司

开 本 / 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张 / 12.25

彩 插 / 1

字 数 / 176 千字

版 次 / 2018 年 3 月第 1 版 2018 年 3 月第 1 次印刷

定 价 / 58.00 元

责任编辑 / 多海鹏

文案编辑 / 郭贵娟

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 王美丽

图书出现印装质量问题, 请拨打售后服务热线, 本社负责调换

前言

习近平总书记在2013年全国宣传思想工作会议上指出,根据形势发展需要,要把互联网作为宣传思想工作的主阵地、最前沿,把网上舆论工作作为宣传思想工作的重中之重来抓,善于运用网络传播规律,改进、创新网上宣传,发展健康向上的网络文化,形成网上正面舆论强势。大力推进传统媒体和新兴媒体的融合发展,增强主流媒体的传播力、公信力、影响力和舆论引导能力;加强网络社会管理,加强网络新技术、新应用管理,推进网络依法有序规范运行,确保互联网可管、可控,使我们的网络空间清朗起来。

2016年4月19日的网络安全和信息化工作座谈会上,习近平总书记指出,善于运用网络了解民意、开展工作,是新形势下领导干部做好工作的基本功,各级党政机关和领导干部要学会通过网络走群众路线,经常上网看看,了解群众所思所愿。

总书记的重要指示高屋建瓴、切中肯綮,体现了对互联网发展趋势和我国媒体格局、舆论生态深刻变化的准确把握,彰显了党中央与时俱进的执政智慧和战略抉择,同时也为我们充分发挥互联网作为思想文化信息的集散地和社会舆论的放大器作用、切实做好网上舆论工作指明了方向。

本书为质检总局科研项目“大数据视角下的质检网络舆情研究”课题成果,将计算机应用技术与新闻传播学、社会学、统计学和政府公共管理学相结合,以大数据的视角对质检网络舆情进行介绍。在介绍网络舆情现状的基础上,通过剖析大量的与质检相关的舆情统计数据及案例,探究质检行业网络舆情特点,结合质检网络舆情应对现状,提出质检行业网络舆情应对体系建设等方面的建议,对提升质检行业网络舆情监测、研判、处置水平,增强网络舆情事件应对能力具有借鉴意义。

本书分为三篇。第一篇以网络舆情的主要特点、传播途径以及各机构提供的舆情服务,大数据背景下的网络舆情监测、研判、管理为主要维度介绍网络舆情现状;第二篇介绍质检行业网络舆情特

点，基于大量的舆情数据，通过对质检新媒体建设情况的统计以及质检舆情态势分析、数据分析，质检舆情领域、地域分布，媒介关系等分析，结合质检舆情热点事件的多维度分析，重点在于挖掘质检行业网络舆情的特性；第三篇根据国家关于网络舆情相关要求，结合质检工作实际，提出质检网络舆情应对的建议。

本书的撰写得到国家质检总局科技计划项目“大数据视角下的质检网络舆情研究”（计划编号2015IK234）的资助，在质检网络舆情数据提供及案例分析方面得到人民网舆情数据中心的帮助，在课题研究和本书编写过程中，课题组成员白杨、栾莎莎、陈晨、王卫东、段春霞、欧宝珠、王京丽、曲剑、刘臻、刘瑶、杨波等做了大量工作，在此表示衷心的感谢！

目 录

开 篇	001
第一篇 网络舆情现状分析	
第一章 网络舆情相关概念及特点	005
第一节 互联网现状	005
第二节 舆情、舆论与民意	006
第三节 网络舆情概念	008
第四节 网络舆情的主要特点	010
第五节 网络舆情的产生因素	012
第六节 网络舆情对政府的影响	013
第七节 互联网新规对网络舆情的影响	014
第二章 网络舆情的主要传播途径	016
第一节 互联网站	016
第二节 网络社区和论坛	019
第三节 SNS 社交网站	019
第四节 微博	020
第五节 微信	024
第六节 新闻客户端	027
第三章 网络舆情服务现状	029
第一节 国内网络舆情服务现状	029
第二节 国外网络舆情服务发展现状	030
第四章 大数据与网络舆情	033
第一节 大数据的概念、特点及作用	033
第二节 大数据下的网络舆情监测与预测	035
第三节 大数据下的网络舆情研判	039
第四节 大数据下的网络舆情管理	040

第五节 大数据下的网络舆情研究的转向	043
--------------------------	-----

第二篇 质检网络舆情特点分析

第一章 质检网络舆情热度分析	049
第一节 2014 年质检网络舆情热度分析	049
第二节 2015 年质检网络舆情热度分析	050
第三节 2016 年第一、二季度质检网络舆情 热度分析	052
第四节 质检网络舆情热度对比分析	055
第二章 质检网络舆情传播特点分析	056
第一节 2014 年质检网络舆情传播特点分析	056
第二节 2015 年质检网络舆情传播特点分析	057
第三节 2016 年质检网络舆情传播特点分析	058
第四节 质检网络舆情传播特点对比分析	059
第三章 质检网络舆情领域分布分析	061
第一节 2014 年质检网络舆情高发领域	061
第二节 2015 年质检网络舆情高发领域	062
第三节 2016 年质检网络舆情高发领域	063
第四节 质检网络舆情高发领域对比分析	064
第四章 质检网络舆情地域分布分析	065
第一节 2014 年质检舆情地域分布分析	065
第二节 2015 年质检舆情地域分布分析	068
第三节 2016 年质检网络舆情地域分布分析	071
第四节 质检网络舆情地域对比分析	074
第五章 质检双微平台建设情况分析	075
第一节 国家部委双微平台建设情况	075
第二节 质检双微平台建设情况	082

第六章	媒介关系分析	092
第一节	行业类媒体报道量居首,侧重权威、 专业和导向	092
第二节	主流媒体是产品质量问题曝光的 主要来源	093
第七章	质检网络舆情案例分析	096
第一节	质检网络舆情案例分析方法	096
第二节	质检网络舆情案例	097
第三节	质检网络舆情案例总结	132
第三篇 质检网络舆情工作建议		
第一章	做好质检网络舆情监测	139
第一节	质检网络舆情的监测重点	139
第二节	质检网络舆情监测模式	141
第三节	网络舆情监测方法	143
第四节	网络舆情人工监测	143
第二章	做好质检网络舆情研判	149
第一节	网络舆情研判的主要环节	149
第二节	网络舆情研判的主要类别	150
第三节	网络舆情研判模式	152
第四节	网络舆情研判的要素	153
第三章	做好质检网络舆情应对	154
第一节	加强政务信息公开	154
第二节	注重网络舆情回应	157
第三节	做好网络舆情引导	158
第四节	加强机构和人员保障	165
第五节	加强新闻媒介管理	169

附录	171
互联网论坛社区服务管理规定	171
互联网群组信息服务管理规定	174
互联网用户公众账号信息服务管理规定	177
互联网跟帖评论服务管理规定	181
参考文献	184

开 篇

随着我国经济发展进入新常态，质量的地位和作用进一步凸显。习近平总书记把握大势、高瞻远瞩，指出“要切实把握推动发展的立足点转到提高质量和效益上来”，强调“要以提高经济增长质量和效益为中心”。这是对质量地位、作用的深刻论述，是准确把握国内外经济形势做出的重大战略抉择。2014年5月，他在河南考察时指出，“要推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”，指明了我国质量发展的方向、目标任务和实现路径，是新时期质量工作明确具体的行动纲领，意义重大而深远。2017年的中央经济工作会议上，习近平总书记熟练驾驭马克思主义政治经济学原理，大量运用生动鲜活的典型事例，深刻揭示了质量与供给侧结构性改革的关系，揭示了微观质量与宏观质量的关系。总书记强调，供给侧结构性改革的主攻方向是提高供给质量，提升供给体系的中心任务是全面提高产品和服务质量，要下最大气力抓全面提高质量，开展质量提升行动。

质检总局作为国务院质量工作主管部门，深入贯彻习近平总书记关于质量战略地位的重要论述，从战略上看待质量、谋划质量，切实把质量摆在中心位置、突出位置。质量工作做得怎么样？人民群众是否满意？质量工作还存在哪些不足与风险？能否及时了解民意，加强质量监管的针对性，提高质量监管有效性，提升质量监管水平，是质量工作主管部门非常关心的问题。

在大数据背景下，网络新媒体迅猛发展，民意的表达越来越方便、快捷和直接，人们对于质量的反映和评判也充斥于网络的各个角落，这些民意的表达对于质检总局了解质量状况，识别监管风险，推进“精准监管”具有重要意义。

作为质检信息化工作者，希望通过对质检大数据的分析，探究质检网络舆情的规律，提出质检网络舆情应对的意见及建议，希望作者深入的研究和思考，能给网络舆情管理部门和网络舆情从业者一些启发。

第一篇

网络舆情现状分析

第一章 网络舆情相关概念及特点



第一节 互联网现状

2016 年上半年，国务院等相关部门相继出台有关“互联网 + 政务服务”“互联网 + 流通”“互联网 + 制造业”等指导意见，推动互联网与各个行业的融合。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“要推动我国网信事业发展，让互联网更好造福人民”，未来互联网作为信息社会的基础设施，将进一步对中国政治、经济、文化和社会等领域的发展产生深刻影响。

2016 年 8 月 3 日，中国互联网络信息中心（CNNIC）在国家网信办新闻发布厅发布了第 38 次《中国互联网络发展状况统计报告》（以下简称为《报告》）。《报告》显示，截至 2016 年 6 月，我国域名总数增至 3 698 万个，中国国家域名“.cn”注册量达到 1 950 万个。随着我国互联网文化、经济影响力的增强，中国网民更加热衷于注册和使用“.cn”域名；中国网民规模达 7.10 亿，互联网普及率达到 51.7%；中国手机网民规模达 6.56 亿，中国网民手机上网使用率为 92.5%，网民上网设备进一步向移动端集中。随着移动通信网络环境的不断完善以及智能手机的进一步普及，移动互联网的应用已渗透到用户生活的各个领域，促进了手

机上网使用率的增长；微博用户规模为 2.42 亿，微博主打陌生人社交，通过人与人之间的“关注”和“被关注”网络来传播信息。

第二节 舆情、舆论与民意

一、舆情

舆情在《辞源》（修订本）中，被解释为“民众的意愿”；在《现代汉语词典》（第 7 版）中则被解释为“公众的意见和态度”。据此可见，“舆情”的基本含义应为民众的情绪、意愿、态度和意见等。对于舆情的内涵，国内的研究者们有着不同的认识。有研究者指出：“所谓‘舆情’，实际上就是大众密切关心的热门话题或反映了某些社会心理的观点与看法，其较高层次是‘思潮’，基本层次是‘情绪’。大众传媒对此应有足够的敏感，并以恰当的方式进行舆论引导，减少社会震荡。”另有研究者认为：“舆情即民意情况，涉及公众对社会生活中各个方面的问题，尤其是热点问题的公开意见（外露的部分）或情绪反应（既可能外露又可能不外露的部分）。”学者们对舆情概念的认识，有狭义和广义之分。在狭义上，舆情是指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。简而言之，舆情就是指民众的社会政治态度。广义上，舆情通俗地讲就是社情民意，是指社会各阶层民众对社会存在和发展所持有的情绪、态度、看法、意见和行为倾向。

二、舆论

最早直接提出“舆论”一词的是法国 18 世纪的启蒙学者卢梭。他在《社会契约论》中首次将“公众”与“意见”组成一个概念，即“舆论”。他指出：“它（舆论）既不是刻在大理石上，也不是刻在铜表上，而是铭刻在公民们的内心里，它形成了国家的真正宪法。它每天都在获得新的力量，当其他的法律衰老或消亡时，它可以复活那些法律或代替那些法律，它可以保持一个民族的创新精神，而且可以不知不觉地

以习惯的力量代替权威的力量。”

目前，国内关于舆论的定义有：

陈力丹认为，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、意见和情绪表现的综合，具有相对的一致性、强烈程度和持续性，会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；喻国明认为，舆论是社会或社会群体中对近期发生的、为人们普遍关心的某一争议的社会问题的共同意见；刘建明认为，舆论是显示社会整体知觉和集合意识，具有权威性的多数人的共同意见。

综上，通过分析，我们可以总结出舆论具有以下特点：一是舆论是大多数人共同公开意见的表达；二是舆论是包括政治态度在内的公共事务的各方面意见的表达；三是舆论可以被人为制造，甚至误导群众；四是舆论主要通过各种媒体获知；五是舆论侧重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。

三、民意

民意是社会舆论的一种类型，反映特殊的共同意识。民意又称民心、公意、公论等。它是人民意识、精神、愿望和意志的总和。作为社会真理的坐标，民意是立国、治国之本，是判定社会问题真理性的尺度，是推动社会前进和历史发展的根本性和决定性力量。民意体现了人民改变现状、维护自己利益的历史要求。违背民意就是阻止历史前进，最终会遭到历史的抛弃。

舆情、舆论和民意三者之间的比较见表 1.1.1。

表 1.1.1 舆情、舆论和民意三者之间的比较

比较	舆情	舆论	民意
比较一	不同意见的集合 (各种意见的分布、倾向、强度和发展趋势)	共同意见	共同的，并且正确的意见
比较二	公开或被隐藏	公开	公开或被隐藏

续表

比较	舆情	舆论	民意
比较三	侧重对公共事务、政治态度及意见的表达	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
比较四	受非理性因素的影响,有对错之分	可以被人为制造,甚至误导群众	正确公正的意见,代表历史发展的必然趋势
比较五	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	主要通过媒体、民意测验或调查的量化数据结果获知
比较六	侧重民众的社会心理结构和变化过程	侧重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	侧重公众内心持有的一种坚定立场和信念

从舆情、舆论和民意三者所涵盖的范围来说,后者依次为前者的子集。我们可以用图 1.1.1 来表示三者的关系。

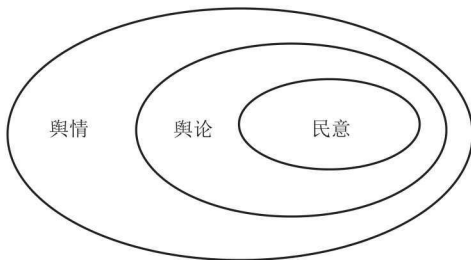


图 1.1.1 舆情、舆论和民意三者的关系

第三节 网络舆情概念

网络舆情是舆情的一个组成部分,是指媒体或网民借助互联网,对