

B 輿情蓝皮书[®]

BLUE BOOK OF SOCIAL OPINION

中国社会輿情 与危机管理报告 (2012)

THE REPORT ON CHINESE SOCIAL OPINION
AND CRISIS MANAGEMENT (2012)

主 编 / 谢耘耕
副主编 / 刘 锐 王 平



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2012
版

輿情蓝皮书

BLUE BOOK OF
SOCIAL OPINION



中国社会輿情与危机管理报告 (2012)

THE REPORT ON CHINESE SOCIAL OPINION AND CRISIS MANAGEMENT
(2012)

主 编 / 谢耘耕
副主编 / 刘 锐 王 平



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

中国社会舆情与危机管理报告. 2012/谢耘耕主编. —北京: 社会科学文献出版社, 2012. 8

(舆情蓝皮书)

ISBN 978 - 7 - 5097 - 3633 - 3

I. ①中… II. ①谢… III. ①社会调查 - 调查报告 - 中国 - 2012
IV. ①D668

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 176291 号

舆情蓝皮书

中国社会舆情与危机管理报告 (2012)

主 编 / 谢耘耕

副 主 编 / 刘 锐 王 平

出 版 人 / 谢寿光

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦

邮政编码 / 100029

责任部门 / 社会政法分社 (010) 59367156

电子信箱 / shekebu@ssap.cn

项目统筹 / 王 绯

经 销 / 社会科学文献出版社市场营销中心 (010) 59367081 59367089

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

责任编辑 / 李兰生

责任校对 / 李晨光

责任印制 / 岳 阳

印 装 / 北京季蜂印刷有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

版 次 / 2012 年 8 月第 1 版

印 次 / 2012 年 8 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 3633 - 3

定 价 / 78.00 元

印 张 / 28.5

字 数 / 490 千字

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

▲ 版权所有 翻印必究

舆情蓝皮书编委会

编 委 郑成良 刘 康 童 兵 蒋 宏 钟 瑛
陆 地

主 编 谢耘耕

副 主 编 刘 锐 王 平

编 辑 万旋傲 王 理 吕 晴 宫玉斐 王 蕾
何筱媛 李慧君 董吟雪

摘 要

处于转型期的中国，在经济社会快速发展的同时也面临着种种舆情危机。特别是随着各种新媒体技术的出现，社会舆情出现的频率大大增加，舆情解决的难度日益增大，如何更有效地进行舆情应对成为众多主体关注的焦点。

《中国社会舆情与危机管理报告（2012）》以新媒体环境下的中国社会为立足点，以提升中国社会各界的媒介素养和舆情应对能力，实现中国社会的科学和谐发展作为最终价值指向，整合新闻传播学、管理学、社会学、心理学、信息安全等多学科研究视角，运用定量与定性相结合的方法，对2011年中国社会舆情、分类舆情、企业舆情等进行了深入系统的研究，并简单预测了2012年社会舆情走势。

2011年影响较大的社会舆情事件数量增多，热度增加，烈度攀升。言行不当、产品和服务质量问题、涉法涉警、社会民生类舆情高发；公共管理与社会组织、教育业、交通运输仓储和邮政业为舆情高危行业；社会舆情事件链和对比性系列事件较多，特点明显；正面新闻二次解读现象较为严重，挑战政府及其他相关部门公信力；舆情传播时效性增强，舆情消退时间加速，新媒体曝光率持续增加；意见领袖越来越多地参与到舆情事件中，且影响舆论方式更加多样化；网络集体行动事件大多以慈善公益类活动为主，微博成为主要动员渠道；互联网在公民表达中的作用更加凸显，“网络问政”越来越多地受到政府部门的重视；各舆情主体危机干预能力总体有所提升。

2012年舆情走势将呈现如下特点：社会舆情事件继续保持高发、复杂化态势；微博继续位居舆论风暴中心，发挥重大作用；网络问政不断升温，舆情应对能力进一步提高；意见领袖继续彰显其在社会舆论中的影响力；网络集体行动将进一步凸显，对中国社会的影响增强。

《中国社会舆情与危机管理报告（2012）》由上海交通大学舆情研究实验室主编，已被列入教育部人文社会科学研究报告培育项目。该书适合新闻传播学、公共管理、工商管理、社会学等专业师生及从业人员使用，也是关注中国社会舆情的读者之有益读物。

Abstract

In the transitional period, when the economy and society of China is developing rapidly, China is faced with various public opinion crises. Especially with the emergence of new media technologies, the possibility of having social public opinion is increasing and it is increasingly more difficult to solve the public opinion crises. Therefore, how to deal with public opinion more effectively has become the main focus of many subjects.

In order to enhance media literacy and increase the solving capacity of the parties concerned, *The report on Chinese social opinion and crisis management* (2012) based on Chinese society in the new media environment, integrates multi-disciplinary research perspectives of journalism and communication, management, sociology, psychology, information security, and so on, makes use of both quantitative and qualitative methods, researches deeply and systematically on Chinese social public opinion, categorical public opinion, enterprise public opinion, etc. in 2011, and attempts to predict the trends of social public opinion in 2012.

Influential social public opinion events increased and heated up in 2011. Gaffes, the problems of product and service quality, the events of law and police, the events related to social livelihood were in the situation of frequent occurrence. Public administration and social organizations, education, transportation, storage and postal services were high-risk industries of public opinions. There were a few of social public opinion event chains and comparative series of events with obvious features. The phenomenon of two interpretation of positive news was relatively serious, challenging the credibility of the government and other relevant departments. The dissemination efficiency of public opinion enhanced and the extinction time of public opinion accelerated, new media exposure rate increasing continuously. More and more opinion leaders involved in public opinion events which made the effect of public opinions more diversified. The events of network collective action mostly were in charitable activities, and microblog become the main channel of mobilization. Internet has been in a more prominent role in citizens' expression. The "Policy making via internet" gets more and more attention by government departments. The public opinion subjects' ability of crisis intervention has been overall enhanced.

Public opinion trends in 2012 will have the following characteristics: Public opinion will be in the situation of continually frequent occurrence and complexity. Microblog will continue to rank the centre of public opinion playing a major role. “Policy making via internet” has been heating up continuously and solving capacity for public opinion crises will be further improved. The involvement of opinion leaders continue to reveal the influence in public opinion. Network collective action, will be enhanced further, effecting Chinese society increasingly.

The report on Chinese social opinion and crisis management (2012) is edited by Public Opinion Research Laboratory of Shanghai Jiaotong University, included in the cultivation projects of Ministry of Education’s Humanities and Social Science Research Report. The book is intended for teachers, students and practitioners majoring in journalism and communications, public administration, business administration, sociology, and other professions, and it is also a good reference for readers who concern Chinese social public opinion.

序言 减缓信息冲量，化解舆情风险

——建设中国社会风险调控的“都江堰”

一 当前中国社会舆情的特点

转型期的中国，因社会利益格局的变动、不同利益主体之间的博弈，各种社会矛盾日益凸显，社会舆情持续升温。“社会利益矛盾的关联多极化、复杂化，导致在转型期一点小事，或一个小的矛盾都有可能引发一系列严重的社会矛盾，造成一系列的后果。”^①而互联网、手机等新媒体的普及，使得社会舆情赖以生存的传播渠道急剧扩张，以往因传统民意表达渠道不够通畅而被压抑的表达欲望得到空前的宣泄和释放，原本处于内隐状态的中国社会舆情达到前所未有的外显程度。当前中国社会舆情的特点可用四个维度来衡量。

1. 传播速度快

网络等新媒体的兴起加快了社会舆情事件的传播速度。据上海交通大学舆情研究实验室的统计，2007~2011年影响较大的社会舆情事件中，通过网络曝光的热点事件接近六成，超过半数舆情事件在事发当天被曝光。以2011年7月23日温州动车事故为例，当晚20点38分，即温州动车事故发生4分钟后，车厢内的乘客“袁小荒”发出第一条消息：“D301在温州出事了，突然紧急停车了，有很强烈的撞击。还撞了两次！全部停电了!!!我在最后一节车厢。保佑没事!!现在太恐怖了!!”20点47分，即事故发生13分钟后，网友“羊圈圈羊”发出第一条求助微博，转发突破10万次，两小时后该网友获救。

^① 靳江好、王郅强：《当前我国社会矛盾呈现五大特征》，《瞭望》新闻周刊2007年11月14日。



2. 事件数量增多

具有较大影响力的社会舆情事件由最初的每月几起，逐渐增长到每月十几起乃至数十起。据上海交通大学舆情研究实验室的统计，2007～2011年，影响较大的热点舆情事件呈逐年加速上涨趋势：从2007年的183起，增长到2008年206起，增长了12.6%，到2009年有243起，较前一年增长了18.0%；进入2010年以后，网络舆情增长的速度进一步加快，2010年增至308起，比2009年增长了26.7%，而2011年比2010年则增长了55.8%。从12.6%到55.8%，舆情事件的数量随年度呈加速上涨趋势。

3. 舆情热度增加

据上海交通大学舆情研究实验室对2009年、2010年和2011年三年热度排行在前60位的舆情事件的热值转换值的平均数的统计，2009年、2010年的平均热值分别为7.7266、11.0213，2011年为11.4661，2011年的热度明显高于2009年、2010年。如温州动车事故发生2小时后，新浪微博上发布献血号召，上千名微博网友前往血站献血，网友“yaoyaosz”发布的血站现场照片转发突破10万次。温州动车事故一个星期后仅微博就有3亿转发量、3000万评论量，对相关政府部门形成巨大舆论压力。而郭美美事件曝光后，讨论郭美美的网民超过了1亿人次。6月26日晚，郭美美乘坐航班从深圳飞北京，被网民公布了航班号、座位号、航班飞行状态，那天飞机晚点，几千万网民不睡觉，等待郭美美走下飞机。^①

4. 烈度攀升

舆情事件的烈度即社会舆情事件对社会的冲击破坏程度。在一次次引发公众关注的重大社会舆情事件中，中国的政府部门、社会机构等一再遭受信任危机。如温州动车事故，极大损害了中国的铁道部门的公信力，进而中国的发展模式等也开始受到公众质疑，类似“中国哟，请你慢些走，停下飞奔的脚步，等一等你的人民，等一等你的灵魂，等一等你的道德，等一等你的良知！”^②的呼声高涨。而郭美美事件、卢美美事件、河南宋庆龄基金会曝借公益牟利等一系列事件的发生，也使得中国慈善业遭受有史以来最严重的打击。小悦悦事件的发生则将中国现代化进程中对传统伦理道德的讨论推向高潮，在“2011中国全面小康

① 佚名：《75%网络舆论事件源于基层部门回应缓慢》，《西安日报》2012年5月14日。

② 董大焕：《中国你慢些走》，《青年时报》2011年7月25日。



进程中最受关注的十大焦点问题”调查中，“社会道德风气”位列第七名，2007年以来首次进入国人关注的问题前十名。^①

二 减少舆情冲量的新思路

当前微博等新型网络舆论载体加快了信息传播的速度和公众参与的能力，产生巨大的舆论冲量。借助互联网特别是微博等新兴媒体形式，原本被压抑的社情民意如火山爆发一样喷涌而出。截至2012年年初，中国影响力最大的微博网站新浪微博“注册用户已经超过2.5亿，每天有接近1亿条的微博内容产生”^②。如此巨大的网络信息量对各级政府部门的社会管理形成巨大挑战。“我们从目前制度建设方面，整个政府在应对网络媒体方面还没有形成一套完整的制度架构、制度保障。”^③而政府如果不能及时化解许多冲量，势必导致社会管理的大坝坍塌。比如突尼斯城管打人事件最终导致茉莉花革命，突尼斯发生颜色革命。因此面对巨大的舆论冲量，增加坝的高度不是最佳选择，加高坝会加大社会管理成本，同时也削弱了政府改善民生的水平，使矛盾更加激化。另外，再坚固的堤坝都很难抗拒逐渐增强的舆论冲量。在此情形下，如何正确理解舆情和调控舆情成为各级政府部门新媒体环境下面临的主要问题之一。

都江堰水利工程的规划设计为我们提供了一条缓解负面舆情、减少舆情冲量的新思路。都江堰水利工程是现存的最古老而且依旧在灌溉田畴、造福人民的伟大水利工程，位于四川成都平原西部都江堰市西侧的岷江上，距成都56公里。在古代，每当岷江洪水泛滥，成都平原就是一片汪洋；一遇旱灾，又是赤地千里，颗粒无收。公元前256年，秦国蜀郡太守李冰和他的儿子，吸取前人的治水经验，率领当地人民，主持修建了著名的都江堰水利工程。都江堰水利工程的出现彻底解决了成都平原面临的水患问题，从此，成都平原“水旱从人，不知饥馑”，是为天府之国。都江堰水利工程也因此成为因势利导治理水患的世界经典

① 李洪鹏：《2011年10大民生问题：社会道德首成关注热点》，《法制晚报》2011年12月3日，<http://news.qq.com/a/20111203/000516.htm>。

② 思远：《新浪微博每秒信息量峰值较Twitter高出7000条》，新浪网，2012年1月30日，<http://tech.sina.com.cn/i/2012-01-30/15386667286.shtml>。

③ 《【舆情会商室】新媒体环境下如何创新社会管理》，人民网，2011年10月26日。



案例。

都江堰的整体规划是将岷江水流分成两条，其中一条水流引入成都平原，这样既可以分洪减灾，又可以引水灌田、变害为利。都江堰主体工程包括鱼嘴分水堤、飞沙堰溢洪道和宝瓶口进水口，最大程度上遵循了“乘势利导、因时制宜”的治水指导思想，以不破坏自然资源，充分利用自然资源为人类服务为前提。它强调的是要充分掌握河流的流势和其他自然条件，加以利用和正确引导，利用有利条件消除不利因素，同时要随时间、地点和具体条件的变化而变化，采取不同的措施把工程做好。这一治水哲学思想不仅对水利工作，对当前的舆情调控也有十分重要的借鉴和指导意义。

面对巨大的舆论冲量，“堵”不是办法，加固堤坝也不是办法，只有分流引导是最佳、最经济的方法，原因有二：一是一味地“防堵”只会造成维稳成本的提升。近年来，各级地方政府对维稳的投入大幅增加，维稳投入已经成为地方政府一项重要的常规行政支出。据财政预算，2011年中国公共安全支出预算数为6244.21亿元，比上年执行数增长13.8%，占全年预算支出6.23%，略高于国防支出预算的6011.56亿元。二是再坚固的堤坝在强大的冲击波面前最终也会溃坝。最好的方法还是选择性疏导，开一些口，减缓冲量（单位事件内信息量的乘积），让一些冲击波通过大坝，减少瞬间冲力；设置一些栅栏，让冲击波能够顺畅通过，这样其实让舆情作用力在较长的时间中分散了瞬间冲力，减少了冲击波造成的不应有的社会危害，于国于民都有利。

减少舆论冲量的办法，一方面在于加强沟通，解决好群众利益问题，使矛盾冲突不至于阻塞汹涌。回顾近年来的诸多舆情事件，究其实质，大多源于群众利益诉求得不到纾解和满足。不少政府部门在遭遇危机之后，出发点不是化解矛盾，而是暴力压服，这必然致使冲突一再升级^①，结果往往是使民众抗争行为更加不可控，冲突不断升级；另一方面，通过建立舆情事件案例库、数据库，并对案例和数据进行充分的挖掘，全面掌握社会舆情的发生演变机制、规律，以及涉事主体的应对行为可能对舆情产生的各种影响，未雨绸缪，对可能发生的舆情危机尽早作出防范，系统而可持续地减少舆情冲力。

^① 《陆良样本：云南求解群体性事件》，《时代周报》2009年9月10日。



三 我们能做什么？

上海交通大学舆情研究实验室以上海交通大学强大的信息安全技术优势和跨学科、多层次的社会舆情研究团队为支撑，是国内领先的舆情分析与研究机构。作为一个非政府性、非营利性的专业化研究机构，舆情研究实验室秉承公正、客观的立场，定位于独立于政府与企业之外的第三方智库，为构建和谐社会贡献一己之力。目前上海交通大学舆情研究实验室拥有强大的舆情监测分析系统、五大案例库和数据库、三大舆情指标体系支撑，研究基础扎实，可以为相关政府部门更好地进行社会管理提供借鉴。

1. 强大的舆情监测分析系统

上海交通大学舆情研究实验室与信息安全工程学院共建有“信息内容分析技术国家工程实验室”。目前，“国家工程实验室”研发的社会舆情分析软件运用多种高性能的海量数据分析技术，能够对 20 万个主流网络社区、网络媒体、博客、微博网站等实行监控，并辅助搜索引擎结果匹配技术，确保有效消息遗漏率降至最低，在此基础上，已初步形成一套国内领先的突发公共事件网络舆情预警与辅助决策系统，为政府、企业等提供网络舆情培训、咨询和服务。

2. 五大案例库数据库支撑

目前上海交通大学舆情研究实验室自主研发有“中国公共事件数据库”。该数据库依托全网信息聚成平台，拥有信息采集、信息聚成、信息发布等方面的功能。该数据库从 1994 ~ 2012 年的 7000 余起公共事件中，分行业、政府、企业、话题、人物、区域等类别进行全网数据的抓取，共形成突发公共事件数据库和案例库、网络谣言案例库和数据库、意见领袖案例库和数据库、企业舆情案例库和数据库、网络动员案例库和数据库等五大案例库和数据库，并以每天数以万计的数据在不断更新。同时，借助中国公共事件数据库平台，运用网络舆情预警指标体系，建立数字仿真模型，可以模拟公共事件和网络舆情走势之间的关系，预测未来网络舆情的走向，为政府等决策部门提供科学参考数据，准确判断舆情的影响力和发展趋势，提升网络舆情危机应对能力。

3. 三大舆情指标体系的建立

上海交通大学舆情研究实验室自行研发了“社会舆情指数”评价体系、“舆



情应对能力”评估指标体系和“危机事件中政府形象”评估指标体系三大指标体系。其中“社会舆情指数”主要用于衡量不同舆情事件在社会舆情领域中的受关注程度；“舆情应对能力”评估指标体系可以对社会舆情事件中政府、企业、个人及其他社会组织的舆情应对状况进行评估；“危机事件中的政府形象评估指标体系”重在危机事件中的政府形象进行评估，以发现政府形象构建中的缺陷和问题。三大指标体系经与前人研究成果进行比对后发现，具备良好的效标关联效度和信度，可操作性和实践性均较强。

谢耘耕

2012年5月16日

目 录



序言 减缓信息冲量，化解舆情风险

——建设中国社会风险调控的“都江堰” 谢耘耕 / 001

Ⅱ I 总报告

Ⅱ.1 2011 年社会舆情年度报告 上海交通大学舆情研究实验室 / 001

Ⅱ II 分类舆情

Ⅱ.2 2011 年食品安全舆情报告 高云微 陶 婧 / 056

Ⅱ.3 2011 年环境舆情年度报告 吕 晴 万旋傲 宫玉斐 / 089

Ⅱ.4 2011 年医疗业舆情报告 郝希群 / 110

Ⅱ.5 2011 年教育舆情事件报告 王 蕾 何筱媛 李慧君 董吟雪 / 152

Ⅱ.6 2011 年中国反腐倡廉舆情报告 宫玉斐 李慧君 / 198

Ⅱ.7 2011 年官员人事任免舆情报告 吕 晴 何筱媛 / 215

Ⅱ.8 2011 年中国交通舆情报告 梁俊民 / 239

Ⅱ.9 2011 年涉警涉法舆情年度报告 王 理 / 264

Ⅱ.10 2011 年中国企业及企业家舆情年度报告
..... 上海交通大学舆情研究实验室 / 278



B III 专题研究

- B.11 2007 ~ 2011 年社会舆情事件演变规律的实证研究
..... 上海交通大学舆情研究实验室 / 321
- B.12 2011 年中国微博年度报告 上海交通大学舆情研究实验室 / 364
- B.13 2011 年互联网热词流行语年度报告 吕 晴 / 395
- B.14 当前网络社会思潮的特点及引导策略 万旋傲 / 407
- B.15 基于引证分析的中国网络舆情十年研究综述 季 丹 谢耘耕 / 414

皮书数据库阅读使用指南



CONTENTS



Preface Slow information impulse,dissolve public opinion risk

—On Constructing “Dujiangyan” of social risk regulation in China

Xie Yungeng / 001

Ⅱ I General Report

Ⅱ.1 2011 Annual Report on Chinese Social Opinion

Public Opinion Research Laboratory of Shanghai Jiaotong University / 001

Ⅱ II The Public Opinion of Different Types

Ⅱ.2 Public Opinion of Chinese Food Safety in 2011 Gao Yunwei, Tao Jing / 056

Ⅱ.3 Annual Report on Public Opinion of Environment in 2011

Lyu Qing, Wan Xuanao and Gong Yufei / 089

Ⅱ.4 Report on Medical Public Opinion in 2011

Hao Xiqun / 110

Ⅱ.5 Public Opinion Events Report on Education in 2011

Wang Lei, He Xiaoyuan, Li Huijun and Dong Yinxue / 152

Ⅱ.6 Report on Anti-Corruption Public Opinion in 2011

Gong Yufei, Li Huijun / 198

Ⅱ.7 Public Opinion Report on Government Officials’

Personnel Appointment in 2011

Lyu Qing, He Xiaoyuan / 215



- B.8 Public Opinion of Chinese Transportation in 2011 *Liang Junmin* / 239
- B.9 Report on Public Opinions Related to the Judicial and Law
Enforcement Departments in 2011 *Wang Li* / 264
- B.10 2011 Annual Report on Corporations' and Entrepreneurs' Public
Opinion in China *Public Opinion Research Laboratory of Shanghai Jiaotong University* / 278

B III Specific Report

- B.11 Empirical Research on Evolution Law of Social Public Opinion Events
in 2007—2011 *Public Opinion Research Laboratory of Shanghai Jiaotong University* / 321
- B.12 Annual Report on Chinese Microblog in 2011
Public Opinion Research Laboratory of Shanghai Jiaotong University / 364
- B.13 Annual Report on Internet Hot and Popular Words in 2011 *Lyu Qing* / 395
- B.14 Characteristics and Guiding Strategy of the Current
Social Ideological Trend in Cyberspace *Wan Xuanao* / 407
- B.15 Retrospection and Introspection on the Study of Network Public
Opinion in China *Ji Dan, Xie Yungeng* / 414