



网络舆情预警 伦理研究



刘海明/著

中国社会科学出版社



网络舆情预警 伦理研究



刘海明/著

中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

网络舆情预警伦理研究/刘海明著. —北京: 中国社会科学出版社,
2018. 3

ISBN 978-7-5203-1784-9

I. ①网… II. ①刘… III. ①互联网络—舆论—伦理学—研究
IV. ①G206.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 324788 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 熊 瑞
责任校对 李 莉
责任印制 戴 宽

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 北京明恒达印务有限公司
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2018 年 3 月第 1 版
印 次 2018 年 3 月第 1 次印刷

开 本 710×1000 1/16
印 张 18.75
插 页 2
字 数 272 千字
定 价 86.00 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

中央高校基本科研业务费专项资金项目“网络舆情预警伦理研究”（编号：106112017CDJXY070001）

目 录

绪论	(1)
第一章 舆情传播的演进	(13)
第一节 传统社会的舆情传播	(14)
第二节 网络社会的舆情传播	(30)
第二章 网络舆情预警的内涵、功能和机制	(59)
第一节 网络舆情预警的内涵和外延	(60)
第二节 网络舆情预警的功能和机制	(77)
第三章 网络舆情预警伦理的主客体	(93)
第一节 网络舆情表达的主客体及其伦理问题	(93)
第二节 网络舆情预警的主客体及其伦理问题	(121)
第四章 网络虚假舆情的伦理问题	(135)
第一节 公共领域与网络虚假舆情	(136)
第二节 网络虚假舆情的伦理问题	(165)
第五章 网络舆情预警的伦理问题	(181)
第一节 网络舆情预警中的身份伦理问题	(182)

第二节 网络舆情预警中的行政伦理问题 (197)

第三节 网络舆情预警中的技术伦理问题 (213)

第六章 网络舆情预警的伦理规范 (226)

第一节 网络舆情预警共同体的伦理规范 (226)

第二节 网络舆情预警秩序的伦理规范 (249)

第七章 对策与建议 (269)

第一节 加快舆情预警的法治治理进程 (269)

第二节 对舆情从业者开展职业伦理教育 (273)

第三节 网络舆情预警的专业主义教育 (278)

第四节 建立全国性的舆情管理协调机构 (283)

参考文献 (288)

后记 (293)

绪 论

我们所生活的这个星球，被各类信息所包围。如果对这些庞杂的信息进行分类，可以简单归结为两大类别：自然信息和人工信息。前者是自然界发出的，它们在数量上最为庞大，在时间上也最为久远；后者是人类社会发出的，它们的绝对数量虽无法和自然信息相提并论，但对于个体的人而言，一个人用毕生的精力，恐怕也无法接收人类所制造信息的亿万分之一。

人工信息的构成同样繁杂。这其中，有一种信息的活跃度值得重视，这就是观念性信息。社会上的每个人，不论是在其日常生活中，还是在其职业生涯中，面对外部环境的变化，不由自主地有自己独立的判断。通过判断，会得出相应的结论——对外部变化的看法。这个看法，就是个人生产的最新信息。人和物体最大的不同在于，后者对信息的处理是被动地、机械地做出某种反应，例如，声波在空中传播过程中遇到某个物体，物体对它会产生反射作用。物体的这种反射，并不改变信息的性质。换句话说，物体对声波的反射是复制这种声音，声波所包含的信息并不因为物体的反射而发生什么变化。人对外部世界的感受所产生的信息，则具有独创性质。有趣的是，人所产生的这类信息，有的会存留在内心世界，不作外部传播。但更多的情况则是，人一旦对某个变化有了看法，往往会把这种看法表达出来。某个人的看法说出来后，他（她）周围的人可能产生连锁反应，这些人会对该看法产生新的看法（信息）。对看法的看法一经表达，这类看法性质的信息就会发生碰撞。

看法性质信息之间的碰撞，就是人们通常所说的舆论。

舆论让人类社会充满了生机。人们说地球这颗星球伟大，因为地球上拥有生命。这种说法虽然很有道理，却并不准确。假设地球上的生命类型仅限于普通的动植物，从植物学和生物学的角度看，它们同样给这个星球带来了生机，只是这个星球并不具备社会学意义上的文明。人类社会所制造的信息，这些信息的相互交流和碰撞，让人从这些不同的信息中认识了别人也增加了对外部世界的认识，形成了自己的思想，最终人类才成为这个星球的主宰。因此，舆论，人与人之间看法的碰撞，才是推动社会进步的主导力量。

我们生活在这个世界上，无时无刻不在生产信息、传播信息，只是作为信息的生产者和传播者，并非每个人都在关注舆论的变化。很多人对外部世界变化所形成的看法，如果不是和自己利益相关的看法，表达过后就未必在意别人会如何看待，更不会在意这类日常性的信息最终的结局怎样。所以，关注舆论变化，个体的人和专门的机构相比，后者可能更为专注，因为专门的机构带着某种功利的心理，为此也需要更多的专业素养。

舆论，是公众意见（看法）的集合体。这个集合体只是对各种意见性信息的汇集，意见因人而异，汇集在一起难免显得嘈杂。在普通人的眼里，舆论就是议论，这种议论就是发发牢骚而已，所以不会特别重视这些信息。在社会治理部门那里，舆论就不再是单纯的意见，而具有了情报的特殊价值。既然舆论具有某种情报价值，对这类信息的搜集、分析和研判，对于政府、企业等机构而言，可以反思自己工作的成绩和不足。这样，舆论在专门机构这里变成了舆情。重视舆情，就是人们常说的重视舆论。谁重视舆情，谁就能在这个社会上变被动为主动，进而使自己居于主动处事的位置。

舆情对于专门机构之所以重要，在于任何专门机构的生存质量与其自身的社会声誉休戚相关。经济社会，企业要在激烈的市场竞争中站稳脚跟，不是靠企业悬挂几幅显示决心的标语或者召集员工宣誓喊口号就能取得成功。企业靠的是良好的商誉维系自己和客户、消费者的关系。

就像世上不存在完美无缺的人一样，世上也没有不存在问题的企业。企业的问题可能反映在自身的产品上，也可能反映在售后服务中。企业没有先知先觉的本领，产品及其服务中存在的瑕疵，只能在企业与外部的交往活动之后才可能反映出来。这种问题被当事企业所了解需要一个过程。在企业尚未觉察之前，客户或消费者对这些问题的议论已经出现，有时可能会很激烈。举个例子，淘宝网所售卖产品的质量问题的，虽然网络销售的意见反馈系统从理论上足以让售卖者在第一时间看到消费者的投诉。问题在于，并非所有的消费者拿到货物后都去跟卖家诉苦，有的可能通过口碑传播途径跟自己的熟人讲述购物的不愉快；有的可能在自己的微博、微信里对自己的遭遇表示不满；有的则保持沉默，只是遇到类似的意见时附和一下。淘宝作为一个卖家平台，云集了大量卖家。淘宝每天令人惊叹的销售额，可以想见有多少人在通过这个网络平台购物。即便有百分之几的消费者遭遇产品质量或服务质量问题，这些意见一旦爆发出来，其所形成的舆论压力也相当可怕。所以，作为企业经营者，要维系自己的经营活动不出现变故，就必须时刻重视有关自己的舆论变动。这就需要企业经营者关注舆论，尤其关注和自身相关的那些公众意见，并对这些意见分门别类地进行整理，把肯定性的意见作为经验发挥下去，把那些形形色色的批评意见当作改进生产、服务的动力来对待。

企业重视舆情，和其经济利益直接相关。同样，作为社会治理部门的政府机构，对待舆情更不可怠慢。正如舆论的无序、嘈杂一样，每个人都是一个独立的个体，每个人的脑子里都有一个多彩的宇宙。在这个“个体的宇宙”里，每个人都有数不尽的欲求。个体之间的联合，在人类社会初期以血缘为纽带进行联结、管理。血缘关系所结成的社会，范围太小，远远无法满足人们的需求。交往一旦扩大，社会就正式出现。社会的出现，需要有专门的治理机构来维持秩序。社会越发展，社会治理的任务就越繁重，这也是政府部门存在的价值所在。

在神权社会时期，社会治理机构依赖其所宣称的神的权威，可以由此获得社会成员的信任，取得合法的社会治理权。神权适应于人类智商

尚不健全的时期。随着人类科学知识取得长足发展,神权虽然没有完全退出人类社会的舞台,其所影响的人群、区域和行业,受到了较大限制。现代社会,社会治理已经很少给神权留下发挥作用的空间,而是全部交给了世俗社会来执行。

作为世俗的政府部门,其治理社会的合法性源于民意。民意,也就是我们常说的舆论。舆论的支持与否,不仅关系社会治理部门的合法性,而且关系社会治理的成效。所以,现代社会的政府部门,要服务社会,治理各种社会问题,就必须找个随时能够检验自己工作得失的参照物。这个参照物就是舆论。通过舆论的监督,社会治理部门可以很快发现工作的不足。所以,舆论对于社会治理部门而言,就是一面动态变化的“镜子”。通过这面“镜子”,可以看到其工作的状况。必须承认,舆论具有盲动的特征,舆论这面“镜子”所反映的情况也未必全部客观真实,但这不能否认这面“镜子”的特殊作用。这样,任何有责任心的社会治理部门,都会自觉、不自觉地搜集舆论动态。这种动态的舆论,在社会治理部门那里,就变成了有针对性的舆情。

现代社会,舆情越来越受到重视,在于舆情具有新闻的特质。所不同的是,新闻由传媒机构采集、制作、面向大众传播的,而舆情则具有自产自销的特性,由使用者自己采集^①、分析,最终的使用者也是这类信息的需求者自身。因为这个缘故,舆情和新闻虽然有某些相似之处,但它只能属于小众传播的范畴。这意味着,舆情在某种意义上具有私密的特性,它不会主动公之于众,成为全民共享的新闻类信息。

4 企业和社会治理部门对舆情的需求,是利益驱使的结果。利益是把双刃剑。对于舆情信息的正面处理,是企业、社会治理部门主动完善自身的保证。如前所述,从来不存在完美无缺的个人和机构,个人和机构的成长是在和过失作斗争的过程中,不断修订那些过失,逐渐趋于成熟的。重视舆情的历史虽然久远^②,但在重视的程度却有很大差别。目前,我们处的时代被称作信息时代。这个时代的特征是信息的总量越发

① 或者委托专门的机构在特定阶段围绕某个特定的领域进行信息搜集工作。

② 关于这一点,我们将在后面的章节进行阐述。

庞大，信息的流通速度也呈现出前所未有的快速。信息的生产和传播在加速，那些评价性的信息也填补增加。赞誉的信息可以给被肯定的企业、社会治理部门带来各种荣誉，只是这样的荣誉缺乏稳定性，稍有不慎，一条负面性信息所带来的冲击力，可能给企业和社会治理部门造成灾难性的影响。这种致命的打击在 2014 年的中国舆论场，有过多个典型的案例。2014 年下半年，中纪委的反腐败行动出现的一个变化是，通报被查处问题官员时，可能涉及个人生活作风问题。“通奸”这个词，每出现在一个官员，特别是女性官员身上时，其所产生的舆论反响，足以引发多日的讨论。一个官员出现的问题，不仅让其自己身败名裂，也殃及其所供职的单位。反过来说，是问题官员在出事前没有引起舆论的关注吗？如果引起过舆论的关注，是这些官员信息闭塞，没有获得足够数量的负面性评价，才导致悲剧的发生，还是虽然这些官员及其所供职的单位对此心知肚明，先前搜集了相当多的相关舆情材料，只是因为缺乏必要的预警，最终麻痹了自己，直到被纪委部门调查才后悔莫及。

这就涉及个人舆情的研判和预警问题。

舆情只是具有情报性质的信息。这种信息在舆论场内可能异常活跃，一旦被相关部门搜集起来，其命运就有了差别。舆情信息的具体“命运”，全看舆情信息的所有者对待舆情的态度。

从理论上说，舆情的搜集是为了研判，研判是为了权衡利益，对那些潜伏危险的舆情信息，研判者必须发出强烈的预警信号，以引起决策者的重视。我们说，不同的部门（单位），不同的决策者，对待舆情的搜集可能具有一致性，即重视这种特殊信息的搜集工作。至于如何处理这些被搜集来的信息，则要看部门（单位）决策者个人的判断能力了。一般来说，受到外部压力大的部门，其决策者对待负面舆情信息的处理比较及时，在处理时会顾及舆论的反应。各类企业单位，基本属于这种类别。这是因为，企业决策者的权力仅限于本企业内部，对于公众的批评并无直接的干预能力。企业要维护自己的商誉，只能通过顺应民意的办法，赢得公众的谅解和信赖。所以，企业的舆情处理相对积极，因为它别无更多的方式消除不利于自己的舆论影响。社会治理部门的情况则

复杂得多。这与社会治理部门拥有或多或少的公权力有关。

关于社会治理部门公权力的来源，并非本书所讨论的内容，但公权力来自民授的理论，早已不存在异议。这意味着，任何一个社会治理部门，其所行使的权力均得到民众的授权。这种权力在被授权的同时，天然地受到舆论的监督。失去舆论监督的公权力，对于社会来说可能不是福音而是威胁。

社会治理部门需要了解民众对自身工作的评价，这些部门重视舆情的搜集，应该是不争的事实。但是，社会治理部门对舆情的重视，需要做具体的评析。我们先来看则新闻：

记者从 21 日召开的国家互联网信息办公室（国家网信办）“网络敲诈和有偿删帖”专项整治工作媒体通气会上获悉，国家网信办已经发现个别网管部门干部利用职务和工作之便，从事网络敲诈、有偿删帖等非法活动，近期将公布一些案例。

国家网信办副主任彭波在会上表示，当前网络敲诈和有偿删帖问题非常严重，其中一个重要现象就是互联网管理部门个别干部底线失守，“近年来发现个别干部在物质诱惑面前底线失守、利用职务和工作之便，从事网络敲诈、有偿删帖等非法活动”。

2014 年 9 月，中央纪委监察部对中央外宣办五局原副局长高剑云违法违纪情节曾做出通报称，高剑云利用职务便利为他人谋取利益，索要、收受巨额贿赂，长期包养情妇并育有一子，与他人订立攻守同盟，对抗组织调查；目前，高剑云已被开除党籍公职并移交司法机关。^①

这个新闻表明，重视舆情的动机多样。有些部门决策者“重视”舆情，在乎自己的名誉不假，只是这种重视并非以改进自身工作为目的。

^① 《国家网信办：个别干部从事网络敲诈和有偿删帖 中央外宣办五局原副局长高剑云被查处》，《海南特区报》2015 年 1 月 22 日第 18 版。

的，而是以延续不当的工作方法为目标。要达到这个目的，又不想被舆论的批评所困扰，采用删除网上不利于本部门或某个官员的负面信息，通过信息屏蔽的方式让舆论不再关注。所以，舆论对网络删帖现象颇有微词，但苦于没有相关的证据，导致这方面的微词不能发挥应有的效力。随着反腐败的深入，利用公权力给网络媒体施加压力，迫使网络媒体无正当理由删帖的事情，直到高剑云等人被宣布落马，删帖不再是公众无端的猜疑。

某些社会治理部门把舆情监测作为控制舆论的手段，这种处置舆情的方式在遭到舆论质疑的同时，也增加了社会治理部门和公众之间的隔阂。隔阂导致公众对舆情监控的怀疑。于是，一些网友误认为舆情监管就是删帖。持这种看法的人具有一定普遍性，以致他们对舆情工作怀有某些敌意，进而贬低与舆情相关的信息搜集、分析、研判和舆情工作，把从事这个行业的所有人员视作非正当职业的人员。例如，上面提到的那个高剑云落马后，微博上对舆情管理从业者的评论存在以偏概全的嫌疑：

//@ 忧国忧民王全杰：“五毛”称呼不够尊重，应该是网络发帖员。

//@ 刘言伟论：官方的称呼是网络舆情分析师，还有资格证。^①

信息时代，舆论场呈现多元化的态势，不同的阶层、不同的行业，都可能形成相对独立的舆论场。不论什么样的舆论场，都可能在互联网这个最大的舆论场上相遇。网络舆论的强大影响力，是任何社会治理部门、任何企业所不能无视的。有实力的机构，可以设置专门的舆情监测部门，配备专门的舆情监督员；没有实力的机构，在遭遇一些事件困扰的时候，往往会委托专门的舆情监测机构代为搜集相关的舆情信息，并做出研判。这样，社会的庞大需求产生了一个崭新的职业：舆情分析师。

^① 刘言伟论，新浪微博 2015 年 1 月 23 日 00:22，链接：<http://weibo.com/3939620466/C1ohym8Ja?>

关于这个新兴的职业，百度百科有个“舆情分析师”的词条。具体内容如下：

网络舆情分析师是指专职从事互联网信息监测、舆情态势分析、舆论环境研究、网络危机处置等工作，为各级党政机构、企事业单位以及个人提供互联网信息监测、分析和咨询服务。他们从庞杂的海量网络信息中，提取有价值的内容，对其进行科学的分析和研判，为服务对象了解互联网信息，观察网络动态，处置舆论危机提供决策参考。

2013年9月，人力资源和社会保障部将网络舆情分析师正式纳入CETTIC职业培训序列，授权人民网舆情监测室负责全国网络舆情分析师的培训和考核工作。参加培训并考试合格者将获得人社部认证的《网络舆情分析师职业培训合格证》，该证书今后将成为网络舆情分析师的职业证明和从业凭证。

这些人有时也被误解、戏称为“网络特工”。^①

应该承认，社会分工是个自然的过程。一个新兴的职业得到管理部门的认可，并制定出相应的入职考核指标，表明这个职业经受得住社会的检验。有趣的是，百度百科的这个词条末了特别补充说明“舆情分析师”的不雅绰号，确实有社会误解的因素夹杂其中。

百度百科的词条是集中创作的产物。词条中有关“舆情分析师”的误解，并非没有生活基础。请看新浪微博上的争论：

//@摘星手010:【为什么妖魔化“公共知识分子”】近年网上时髦妖魔化“公众知识分子”，挑唆知识分子与基层民众关系。这有客观民意基础，提醒知识分子在话语权均等化的网络平台，反省话语策略，体谅公众的变革承受力；但也不能听任反智情绪侵蚀作

^① 引自百度百科“舆情分析师”词条。相关链接：<http://baike.baidu.com/link?url=MD-DYCi6wNJka6GQPzkSpdP4uIBqsYj2Ezk-BKZKpsuGrjRu2frbM-BbU1IE243AGBlgLvFMUcPnuwjg6wsSWq>。

为现代化基石的尊重知识尊重人才政策。(祝华新) <http://t.cn/8siHcap> 转发 (1687) | 评论 (889) 4月4日 08:16 来自微博 weibo.com。

//@吴法天: 博主作为人民网舆情分析师是根正苗红的五毛, 怎么就与人民过不去呢? 谁没事去妖魔化“公知”, 挑唆公知与基层民众关系? 不就是他们自己 No zuo No Die 吗? 造谣、挑动对立、反体制, 这些事好像是公知们自己干得乐此不疲吧。反他们就是“反智”? 他们自己不停秀下限还不许人说了? 别把人都当傻子!^①

与舆情搜集、研判相关的工作被误解, 抱怨和责怪于事无补, 重要的是反思在以往的舆情研判、预警等工作中, 出现了哪些纰漏, 存在哪些问题。换言之, 需要清楚地知道这种误解来自何处。只有弄清楚了产生这种误解的原因, 才可以改进舆情相关工作中存在的不足, 进而给包括舆情分析师在内的舆情工作从业者正名。要做到这一点, 既需要舆情业界同人与私利进行切割, 需要避免舆情工作中的违法乱纪行为, 同时还需要学术界研究新兴的舆情业存在的诸多问题。

国内外学术界对舆情问题的关注, 始于对民意和舆论的研究。1947年世界舆情研究协会和美国舆情研究协会相继成立, 这两个机构致力于民意数据的搜集、分析和传播。我国舆情研究可以追溯到民国时期林语堂对舆论的研究。当代我国真正专注于舆情研究的, 首推天津社会科学院的舆情研究所。该研究机构以王来华、刘毅等为代表的学者, 在舆情研究方面做出的成绩有目共睹。

舆情业存在的问题, 既有信息搜集方面的滥用技术资源, 也有舆情研判方面的缺位和越位, 导致预警的失真。本书将从伦理的视域重点审视当前我国舆情预警中的问题。关于舆情预警, 现有的研究成果可以大致如下。

^① 引自吴法天, 新浪微博 2014 年 4 月 4 日 16:52, 链接: <http://weibo.com/1405603123/AE903hH0z>。

纵观我国近年来的舆情研究,研究的领域涉及自然科学和社会科学两大领域。与舆情预警相关的研究,成果在数量方面也较为可观。2015年2月1日,笔者在CNKI上检索相关研究论文,结果如下:以“舆情+预警”为主题的学术论文108篇(51篇哲学社会科学类的论文,其中包括10篇新闻传播类的论文);以“舆情”为主题的会议论文60篇(其中2篇与“舆情+预警”主题相关)^①;以舆情为主题的博士学位论文1篇,暂无与“预警”相关的论文^②;以“舆情+预警”为主题的硕士学位论文24篇(其中,2篇新闻传播类的论文,5篇其他文科专业的论文,其余17篇为理工科论文)。^③

① 温志嵩:《网络舆情与高校群体性事件的预警探析》,《福建省高校思想政治教育研究会2008年年会优秀论文专辑》(二),2008年12月;黄海章、胡庆展、张崇荣:《烟草网络舆情预警与应对机制的应用研究》,《浙江烟草》2013年第2期。

② 董坚峰:《面向公共危机预警的网络舆情分析研究》,博士学位论文,武汉大学,2013年。

③ 文科类的论文:陈芝:《高校突发事件网络舆情预警机制探究》,硕士学位论文,南昌大学,2011年;龙雅丽:《大学生群体性事件网络舆情预警研究》,硕士学位论文,湖南大学,2012年;舒荣超:《突发事件中网络舆情监控预警研究》,硕士学位论文,湘潭大学,2012年;吴婷婷:《基于电子政务的网络舆情危机预警研究》,硕士学位论文,华中师范大学,2012年;张小伟:《群体性事件的网络舆情预警机制构建研究》,硕士学位论文,电子科技大学,2013年;刘婉莹:《面向突发事件预警的微博舆情安全评估》,硕士学位论文,燕山大学,2013年;刘永锋:《基于网络舆情分析的公共安全预警机制构建研究》,硕士学位论文,华中师范大学,2014年。理工科类的论文:刘继勇:《网络舆情预警辅助决策支持系统模型及关键技术研究》,硕士学位论文,石家庄经济学院,2010年;刘恒文:《基于网络语义挖掘的舆情监测预警研究》,硕士学位论文,武汉理工大学,2010年;薛圈圈:《基于BP神经网络的网络舆情危机预警研究》,硕士学位论文,江西财经大学,2010年;宋嘎子:《网络热点舆情的发现及预警模型研究》,硕士学位论文,暨南大学,2010年;李小波:《互联网舆情预警系统设计与实现》,硕士学位论文,电子科技大学,2011年;潘崇霞:《基于灰色理论的网络舆情危机预警研究》,硕士学位论文,江西财经大学,2012年;张杨:《警用WEB舆情信息分析与预警原型系统设计与实现》,硕士学位论文,电子科技大学,2012年;张珺:《基于Web公共舆情自动分析及预警关键技术研究》,硕士学位论文,北京邮电大学,2012年;曾华艺:《基于系统动力学的网络舆情危机预警研究》,硕士学位论文,江西财经大学,2012年;张庆:《检察机关网络舆情信息预警系统的设计与实现》,硕士学位论文,天津大学,2012年;郑杰:《基于个人媒体的网络舆情预警分析及对策研究》,硕士学位论文,山东财经大学,2013年;莫敏斌:《网络热点舆情的发现及预警模型研究》,硕士学位论文,苏州大学,2013年;伊甜圆:《高校网络舆情预警机制研究》,硕士学位论文,华中师范大学,2013年;张珺、张奇:《基于PSO-KHM聚类的微博舆情预警系统的研究与实现》,硕士学位论文,南京邮电大学,2013年;熊翔:《微博环境下基于BP神经网络的肉制品企业网络舆情危机预警研究》,硕士学位论文,华中师范大学,2014年;徐学峰:《基于系统动力学的网络舆情预警机制模型研究》,硕士学位论文,青岛大学,2011年;朱慧:《基于舆情分析研判的突发事件预警平台的设计与实现》,硕士学位论文,电子科技大学,2011年。

除了研究论文,舆情研究的专著也相当可观。笔者统计了一下,舆情实务应用类的著作不少于22种^①;面向社会发行的舆情监测、分析的年度报告高达25本。^②相比之下,也有一些著作偏重理论方面的研

① 《公安机关舆情分析与舆论引导》,中国法制出版社2011年版;人民网舆情监测室:《如何应对网络舆情:网络舆情分析师手册》,新华出版社2011年版;曾胜泉:《突发事件舆情应对指南:中国突发事件舆情应对理论手册和实战指南》,南方日报出版社2012年版;刘上洋:《中外应对网络舆情100例》,百花洲文艺出版社2012年版;周滨:《“微博问政”与舆情应对》,人民出版社2012年版;李义虎、海龙、张植荣:《海峡两岸关系舆情调研与分析》,中国经济出版社2012年版;钱爱兵:《中文新闻网页处理与舆情分析》,南京大学出版社2012年版;连玉明、石龙学:《大舆情》(第1—6辑),团结出版社2013年版;彭铁元、彭涵:《中国企业危机舆情热点面对面》,武汉大学出版社2013年版;蒲红果:《说什么怎么说:网络舆论引导与舆情应对》,新华出版社2013年版;姜胜洪:《网络谣言应对与舆情引导》,社会科学文献出版社2013年版;法制网舆情监测中心:《政法舆情危机应对实务手册》,经济管理出版社2013年版;李建飞:《中国网络舆情风云》,中国发展出版社2013年版;郭全中、李新军、徐秀丽:《网络行政与舆情治理实务》,人民出版社2014年版;暨南大学舆情与社会管理研究中心、凯迪数据研究中心:《舆情观察5:企业营销》,人民日报出版社2014年版;范平安:《消防舆情危机处置》,郑州大学出版社2014年版;人民网舆情监测室:《36计跳出舆论漩涡》,人民日报出版社2014年版。

② 喻国明:《中国社会舆情年度报告》(2010),人民日报出版社2010年版;连玉明、武建忠:《中国舆情报告:领导决策信息年度报告》,中国时代经济出版社2010年版;杜骏飞:《沸腾的冰点:2009中国网络舆情报告》,浙江大学出版社2010年版;连玉明、武建忠:《2011领导决策信息年度报告:中国舆情报告》,中国时代经济出版社2011年版;唐亚阳:《中国教育系统网络舆情年度报告》(2010),湖南大学出版社2011年版;喻国明:《中国社会舆情年度报告》(2011),人民日报出版社2011年版;谢耘耕:《中国社会舆情与危机管理报告》(2011),社会科学文献出版社2011年版;杜骏飞:《危如朝露:2010—2011中国网络舆情报告》,浙江大学出版社2011年版;喻国明:《中国社会舆情年度报告》(2012),人民日报出版社2012年版;人民网舆情监测室:《网络舆情热点面对面》,新华出版社2012年版;谢耘耕:《中国社会舆情与危机管理报告》(2012),社会科学文献出版社2012年版;彭铁元:《中国企业家非正常死亡舆情报告》,人民日报出版社2012年版;喻国明:《中国社会舆情年度报告》(2013),人民日报出版社2013年版;唐亚阳:《中国教育网络舆情发展报告2011》,湖南大学出版社2012年版;田凤:《中国教育网络舆情分析报告》(2012),教育科学出版社2013年版;吴林海、黄卫东:《中国食品安全网络舆情发展报告》(2012),人民出版社2013年版;唐亚阳:《中国教育网络舆情发展报告》(2012),湖南大学出版社2013年版;陈双梅、郝树声:《甘肃舆情分析与预测》(2013、2014),社会科学文献出版社2013年版;谢耘耕:《中国社会舆情与危机管理报告》(2013),社会科学文献出版社2013年版;洪巍、吴林海:《中国食品安全网络舆情发展报告》(2013),中国社会科学出版社2013年版;喻国明:《中国社会舆情蓝皮书系列:中国社会舆情年度报告》(2014),人民日报出版社2014年版;刘志明:《中国舆情指数报告》(2013),社会科学文献出版社2014年版;连玉明:《中国大舆情(2013—2014)》,当代中国出版社2014年版;广东省高级人民法院编:《司法公正与网络舆情:广东法院网络舆情白皮书》,法律出版社2014年版;陈华栋、张水晶、李敏妍:《教育网络舆情报告与典型案例分析报告》(2013),上海交通大学出版社2014年版。