



輿情藍皮書

BLUE BOOK OF SOCIAL OPINION

中國社會輿情與危機 管理報告 (2017)

主編／謝耘耕

THE REPORT ON CHINESE SOCIAL OPINION AND
CRISIS MANAGEMENT (2017)

 社會科學文獻出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2017
版



輿情蓝皮书

BLUE BOOK OF
SOCIAL OPINION

中国社会舆情与危机管理报告 (2017)

THE REPORT ON CHINESE SOCIAL OPINION AND CRISIS
MANAGEMENT (2017)

主 编 / 谢耘耕



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. 2017 / 谢耘耕主编

· -- 北京: 社会科学文献出版社, 2017. 12

(舆情蓝皮书)

ISBN 978 - 7 - 5201 - 1731 - 9

I. ①中… II. ①谢… III. ①社会调查 - 调查报告 - 中国 - 2017 ②国家行政机关 - 突发事件 - 公共管理 - 调查报告 - 中国 - 2017 IV. ①D668 ②D630.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 273133 号

舆情蓝皮书

中国社会舆情与危机管理报告 (2017)

主 编 / 谢耘耕

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 王 绯 单远举

责任编辑 / 单远举

出 版 / 社会科学文献出版社 · 社会政法分社 (010) 59367156

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367018

印 装 / 北京季蜂印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 21.75 字 数: 360 千字

版 次 / 2017 年 12 月第 1 版 2017 年 12 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5201 - 1731 - 9

定 价 / 98.00 元

皮书序列号 / PSN B - 2011 - 235 - 1/1

本书如有印装质量问题, 请与读者服务中心 (010 - 59367028) 联系

 版权所有 翻印必究

舆情蓝皮书编委会

主 编 谢耘耕

执行主编 刘 锐 陈 虹

副 主 编 荣 婷 万旋傲

编 辑 乔 睿 刘 璐 付 翔 姬雁楠 张旭阳
刘 丛 张 玉 吕圆圆 陈 琛

主编简介

谢耘耕 文学博士，上海交通大学媒体与设计学院副院长，特聘教授，博士生导师，中国新闻史学会舆论学研究委员会会长，国家社科基金决策咨询点首席专家，上海市哲学社会科学创新基地“新媒体与社会研究中心”主任，上海市人民政府决策咨询研究基地谢耘耕工作室首席专家，国家社科基金重大项目、重点项目首席专家，教育部“新世纪优秀人才”支持计划获得者。主编舆情蓝皮书《中国社会舆情与危机管理报告》、民调蓝皮书《中国民生调查报告》《中国城市品牌认知调查报告》，以及《新媒体与社会》和《舆论学研究》集刊等。研究方向：新媒体、公共舆论、传播学。

摘要

当今中国，全球化、市场化、城镇化等带来的利益重新分配，使得某些社会矛盾逐渐凸显；新媒体技术的发展，信息传播速度的加快，客观上增加了社会舆情事件曝光频率。社会舆情不断面临新挑战。科学、全面、系统地开展社会舆情研究，把握社会舆情演变规律，预测未来舆情走向，尤为重要。

舆情蓝皮书依托上海交通大学舆论学研究院舆情研究优势，凝聚国内舆论学优质资源，借助大数据挖掘、社会调查、内容分析、统计分析技术等，运用多学科专业理论知识，对国际和国内重大舆情事件进行系统研究。秉承与时俱进、锐意创新原则，2017年舆情蓝皮书在2016年增加国际舆情研究比重的基础上，继续作出重大调整，将其拆分为两个系列图书，分别为《中国社会舆情与危机管理报告（2017）》和《国际涉华舆情报告（2017）》，其中前者主要关注国内舆情，后者重点聚焦国际涉华舆情，形成目前国内舆情和国际舆情研究并重的格局。

《中国社会舆情与危机管理报告（2017）》分为“总报告”“分报告”“专题研究”三大板块，重点分析2016年中国国内社会舆情状况及其传播规律。研究发现，2016年，中国网络舆论场呈现“三微一端”主导，知识分享类网站、网络直播平台、弹幕网站等新媒体平台崛起的媒介生态格局，网络社会治理体系建设初见成效，顶层设计加强，网络治理行动密集展开，政府“两微一端”建设稳步推进，协同治理机制进一步形成。中国网络舆情出现新特点，表现在：重大舆论焦点事件振奋国民信心，释放正面舆论能量；民粹主义席卷全球，暗藏社会风险；社会中间阶层走向网络舆论前台，发展出全国性集体认同；资本与公知合流，商业思维与资本逻辑影响舆论场；境内境外舆论场交互，中国更为积极主动地引领国际舆论；政府等干预主体的舆情响应速度提升，舆论引导力增强；权益相争引爆群体性事件，线上线下互动增强；舆论反



转频现，“标签化传播”考验媒体、网民辨别力。

《中国社会舆情与危机管理报告（2017）》由中国新闻史学会舆论学研究会、上海交通大学舆论学研究院主编，已被列入教育部人文社会科学研究报告培育项目。本书适合社会学、政治学、公共管理、工商管理、新闻传播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。

序言

构建中国舆论学知识谱系 完善舆论学人才培养框架

新世纪以来,随着媒介技术的社会化发展,社会公众获取信息、共享资源、沟通交流、表达意见的渠道更加多元,各种反映社情民意的舆论场极其活跃,舆论话题、舆论事件成为政府、民众、媒体都十分关注的重要问题,舆论学也被认为是社会科学研究领域的一门显学。但舆论本身形态十分复杂,涉及问题广泛,许多学者从舆论的形态、理性程度和政治功能等角度对舆论展开阐释,一些人认为“舆论是由许许多多人的成熟或不成熟的意见集合形成的特定合量”^①,或“是对于人们普遍关注的问题的合适的解决方法的意见”^②,是“社会中一个具有相同知觉的团体,针对一个具有普遍重要性的问题,进行公开讨论后,形成对问题的社会性判断”^③;还有些人对舆论持怀疑态度,认为“舆论是虚构而非现实的,是不确定的而非稳定的,是一种情绪化倾向而非理性倾向”^④。尽管学界关于舆论定义的争议较大,但对舆论的重要性及其影响却基本一致认同。近年来,舆论学研究获得了长足发展,许多舆论研究机构竞相成立,相关研究论著纷纷问世,国内外一些高校也开设了舆论学专业。但与此同时,舆论学也面临诸多发展瓶颈。

一方面,舆论研究方法开始遭遇前所未有的困境。从2012年奥巴马竞选并连任总统,到2016年英国脱欧、美国大选,各大民意调查机构以及大数据挖掘公司的事前调查预测结果都与实际结果大相径庭。学者纷纷开始反思,传统民意

① Gault, R. H., *Social Psychology*, New York: Henry Holt and Co, 1923, p. 177.

② Graves, W. B., et al., *Reading in Public Opinion*, New York: Appleton, 1928, p. 101.

③ James T. Young, *The New American Government and Its Work*, New York: The Macmillan Co., 1923, pp. 577-578.

④ Landshut, S., *Volkssouveraenitact und offentliche Meinung*, in *Festschrift fur Rudolf Laun zu Seinem 70. Geburtstag*, Hamburg, 1953, p. 583.



调查和大数据挖掘为何愈来愈难以准确地反映社会舆论？我们应如何保证舆论调查的准确性、抽样方法的科学性、样本的代表性？众多学者纷纷探究其原因：传统的民意调查可以采用随机方式进行调查，在访问前能够最大程度地排除人为因素干扰，典型的调查方法如电话调查等。但是随着用室内电话的人愈来愈少，愿意花时间的受访者也愈来愈少，回应率愈来愈低。同时，传统民意调查方法忽略了许多实际的社会发展情况，愈来愈多的人不乐意公开真实的想法（即使是匿名民调），导致样本的准确性难以把握。不少人提倡民调中心应发展大数据分析技术，促使民调更符合现实发展需要，提升结果准确性。如人工智能 MogIA AI 系统就通过收集谷歌、Facebook、Twitter 和 YouTube 的大量数据来做分析，“谷歌趋势”也通过呈现网友的搜索趋势，获得社会议题被讨论的多寡、分布和变化等信息，但问题是：（1）并不是所有人都上网，也不是所有网民都发声，网民观点还存在群体极化、沉默螺旋等效应；（2）大数据呈现与现实结果之间的逻辑关系复杂，多种现实因素都可能影响到网民搜索行为，导致大数据的解释力和预测力不稳定。

另一方面，舆论学研究散见于各学科中，知识结构分散杂乱，不成体系。在现实社会中，舆论不仅密切涉及政治、传播、管理以及个人社会行为、社会关系等方方面面的问题，而且舆论本身也是传播学、语言学、心理学、社会学、哲学、公共管理、计算机科学等学科的重要研究对象、工具和手段。尽管舆论学理论、方法、应用均散见于各学科领域，但舆论学很少作为独立、成熟的学科被其他成熟学科提及。2016年5月17日，习近平总书记在哲学社会科学工作座谈会上强调：“要加快发展具有重要现实意义的新兴学科和交叉学科，使这些学科研究成为我国哲学社会科学的重要突破点。”舆论学作为一门新兴学科，对于社会和谐发展的重要性不言而喻，但目前学科知识体系还不健全，学科建设还比较薄弱，我们亟待联合全国研究力量，将各个学科分散化的研究成果集成、归纳、整理，形成一套完备的舆论学知识体系，并积极推进专业化的人才培养，这既是回应现实的需求，也是推进舆论学研究走向深入的必然任务。

一 构建我国舆论学科知识谱系

（一）舆论学理论体系

恩格斯曾言：“一个民族要想站在科学的最高峰，就一刻也不能没有理论

思维。”^①关于舆论学的理论阐释，相对于方法体系和应用体系已较为成熟。目前，舆论学理论体系建设有以下几项重要工作。

1. 完善现有理论框架

基于原有成果，进一步讨论和完善舆论学的理论框架，厘清舆论学的相关概念、历史、属性、功能、形态、要素、形成、传播、演变、调控、引导、社会影响等一系列问题，推动舆论学理论框架的科学化和系统化。

2. 吸纳多学科理论

广泛吸纳政治学、新闻传播学、社会学、公共管理学、哲学、语言学、文学等学科的理论研究成果，积极借鉴、吸收相关学科的理论精华，并在此基础上加强理论创新，大胆构建原创性的舆论学理论模型，为科学地阐释舆论现象、有效进行舆论监管提供理论依据和指引。

3. 不断检验和发展原有理论

在新科技革命的不断冲击下，社会的政治结构、信息格局、传播环境、传播心理、社会文化乃至个体的生活方式和观念都发生了一系列的变化，我们应密切关注媒介生态环境和社会文化背景，重新审视、论证和检验原有理论，包括被广泛应用的经典理论，如议程设置、二级传播、沉默螺旋等，根据现实情况不断探索新规律，补充解释原理论框架，修订、更新和升华原理论体系。

4. 拓宽舆论学的研究范畴

随着新媒体的发展和全球一体化，舆论场日益复杂化，各大舆论场的形态更丰富、交互性更强，并进入加速融合状态。舆论研究的范畴应该随之拓宽，密切关注当前较为活跃的社交媒体舆论、国际舆论，以及隐性舆论、社会思潮等问题，加强比较舆论学研究，探索各大舆论场的差异、互动和融合趋势，扩大舆论研究领域，不断发现新规律。

（二）舆论学方法体系

民意调查方法和大数据挖掘方法尽管面临一些困境，但也并没有被全盘否定。诸多学者、研究机构和企业正在着眼于当前复杂的社会环境，探索、调

^① 《马克思恩格斯全集》（第26卷），人民出版社，2014，第958页。



整、改进研究方法，设计出一些令人瞩目的调查研究模型。如美国纽约州立大学石溪分校政治学教授赫尔穆特提出初选模型和摇摆效益模型，并据此成功预测了自2000年起的5届总统大选；美国政治史学家艾伦·里奇曼提出“入主白宫的13个关键”也成功预测了其后的30多年的8届总统大选。

总体而言，传统的预测模型仍然经得起检验，但在当下，传统的调查研究还需结合新科技，配合大数据和人工智能，综合更多交叉求证工具做预测。如何在理论的指导下，促进多元研究方法相互融合、支撑和完善，科学、准确地测量舆论所包含的复杂信息，建立和发展舆论研究的方法体系，是我们应该关注的一个重要问题。

1. 重新审视现有研究方法的不足，完善研究方法体系

目前舆论学研究尽管有大数据挖掘、民意调查、焦点小组座谈、控制实验、内容分析及民族志研究方法等多种方法，但每一种方法的预测效果都不尽如人意，难以真实反映社会舆论原貌。随着民意调查遭遇危机，大数据挖掘方法的应用刚刚起步，其他研究方法的成熟度和应用性都有限，我们不仅很难真正了解各个议题的舆论现状，而且难以把握舆论问题或事件的生成、演变、传播及其背后的影响因素。^①因此，建设舆论学知识体系的首要任务是保障舆论研究方法应用的多样性和普遍性，增强舆论研究方法的科学性。

2. 引入新的研究方法和研究工具

在快速发展传统的舆论研究方法的基础上，积极借鉴现代科学技术发展背景下的新兴研究方法和研究工具，也是提升舆论学研究方法体系的一个重要突破口。一方面，在研究方法上，借力模拟仿真技术，对网民的社会情绪聚类过程、群体极化现象等进行模拟仿真；发展Web信息挖掘、语义识别、情感分析等数据挖掘技术，对海量舆情信息进行深度挖掘；引入社会计算方法，根据舆论主体之间的交互、互动数据，构建社会网络拓扑模型，研究动态社会群体在网络中的链接形成行为模型、动态情感模型等。另一方面，在研究工具上，借用卫星定位等先进技术，解决当前社会背景下人口快速流动、人口结构变迁以及人们生活方式变化导致概率抽样调查越来越难以实现、获取特定研究对象

^① 谢耘耕主编《中国社会舆情与危机管理报告（2016）》，社会科学文献出版社，2016，第3~6页。



的难度增大等问题。

3. 协同创新, 构建综合舆论研究框架, 采用多元研究方法反复论证问题, 寻找最客观真实的结果

其一, 目前传统的民意调查、新兴的大数据挖掘技术以及其他社会科学研究方法, 对舆论的掌握力和预测力都有限, 我们不能仅仅依赖单一的研究方法来研究社会舆论; 其二, 不同的舆论场具有不同的活跃群体, 代表着部分群体的集体意见, 不同舆论场之间关于同一问题的意见可能大相径庭^①, 因此, 围绕同一问题, 应该广泛关注多个舆论场的声音, 避免过度依赖某一群体的“民意”, 将其夸大为全体民意; 其三, 舆论作为一种具象性话语或文本, 关于舆论的解释和研判常常具有多面性, 从宏观或微观层面出发, 或从不同群体的利益出发, 或采用不同的研究方法, 都可能出现多样性的解释。因此, 针对同一问题, 我们还应该综合使用多元方法研究同一问题, 构建综合舆论研究框架, 寻找最客观真实的研究结果。

(三) 舆论学应用体系

舆论学应用体系侧重于研究舆论学理论与方法在现实社会生活中的应用问题, 获得对舆论传播与舆论引导的规律性认识, 提出相应的舆论传播、应对策略和问题解决办法。在社会运作过程中, 舆论充斥在人们社会生活、社会行动的方方面面, 每个人都在有意无意地生产、传播、接受、(被) 影响舆论。舆论学应用范畴十分广泛, 主要包括如下几个方面。

1. 舆论学应用研究

舆论是对社会现象、社会话题、社会问题展开研究的重要着眼点, 也是最直接的研究对象。相关的社会现象或问题包括环境污染、医疗问题、教育问题、食品安全、贪污腐败、女权主义、亚文化、违法犯罪、灾害事故、社会道德、国际问题、青少年问题、农村问题、性观念、家庭婚姻问题等。

2. 舆论管理实务

舆论学可为宣传部门、企事业单位、社会团体/组织等提供舆情管理、舆论引导决策支撑, 防范舆论风险。相关人才应掌握舆论的监测、采集、分析方

^① 乔睿:《突发公共事件中的多元舆论场互动机制研究》,《新媒体与社会》2017年第3期。



法,了解舆论的生成演变机制,熟谙媒体的运作规律,预测舆论风险,有效应对舆论危机,做好舆论引导工作。

二 完善我国舆论学人才培养框架

舆论学发展应从专业化的人才培养抓起,实施以育人育才为中心的长期发展战略,培养一批功底扎实、锐意进取、开拓创新的专业化人才队伍。在当今社交媒体迅猛发展、虚拟社会与现实社会交织渗透的背景下,新闻传播学人才培养进入了调整、改革期,舆论学人才的培养也应该紧密结合当前的社会背景和传播环境,建构合理的人才培养体系,为舆论学的长足发展积蓄力量。

(一) 舆论学专业人才培养设想

1. 培养理念:综合培养舆论学人才的精神品格和思维能力

习近平总书记在哲学社会科学工作座谈会上的讲话中指出:“高校哲学社会科学有重要的育人功能,要面向全体学生,帮助学生形成正确的世界观、人生观、价值观,提高道德修养和精神境界,养成科学思维习惯,促进身心和人格健康发展。”舆论学专业人才的首要素养是拥有正确的思想观念和良好的精神品格与道德修养,面对社会价值取向和思想观念日趋活跃、社会思潮纷纭激荡、社会矛盾和问题不断呈现、国际政治经济文化环境深刻变化的新形势,我国人才队伍应更加坚定不移地坚守马克思主义意识形态,践行社会主义核心价值观,不断提高自身精神境界和道德修养,更好地发挥我国专业人才队伍的社会价值和个人价值。

其次,思维能力的培养是我国教育事业的核心理念和重要任务。美国教育领域也早在20世纪70~80年代就对思维能力的培养加大重视,相应的培养方案也纷纷出笼,主要聚焦于批判性思维、创新性思维、实践性思维三方面。批判性思维是通过提出疑问、弄清情况、分析问题等对事物加以考察的过程^①,主要涉及分析、判断、评价、比较、解释、检验等能力;创新性思维是产生各种有用、有价值的新观点、新思想的认识过程,强调创造、发现、生成、想象

^① 何云峰、金顺尧:《论批判性思维和创造性思维及其相互关系》,《中共浙江省委党校学报》1998年第5期。



和设想等能力；实践性思维则聚焦于问题解决，涵盖实践、使用、运用和实现等能力。依照斯滕伯格的思维三元理论，好思维是批判的、创造的和实用的信息加工过程三者的平衡。^① 舆论学人才的思维训练需要紧密结合社会现实问题，一方面充分挖掘和培养学生的分析、洞察能力，对事物的发生、发展和背景根源保持敏感性和批判精神；另一方面大胆地运用发散思维，创新思想，优化发现和解决问题的方法，综合提升舆论学专业人才的批判、创新和实践思维能力。

2. 教学培养模式：通识教育与专业教育相结合

舆论学是一门跨学科、跨行业、跨领域、跨背景的复杂学科，同时也具有较强的专业性，舆论学人才培养应该格外注意通识教育与专业教育之间的平衡。通识教育源于19世纪，当时不少欧美学者有感于现代大学学术分科太过专门化导致学科知识被严重割裂，特提出通识教育方法，目的是培养受教育者对不同学科的基本认识和融会贯通能力，使学生获取更广博的知识和更宽广的视野，具备通行于不同群体、情境和社会问题之间的综合能力与素养。20世纪以来，通识教育已泛化为欧美大学的必修科目。美国新闻与大众传播教育认证委员会（ACEJMC）认证有9项标准，其中一项要求学生必须修读72个非新闻传播专业课程学分，占学生修课总学分的60%左右。ACEJMC认为，只有拥有广泛的社会科学和自然科学基础，才能更好地理解现代社会的复杂性和多样性。舆论学专业的人才培养，应该让学生接受跨学科教育，综合了解新闻传播学、语言学、政治学、经济学、社会学、法学、心理学、统计学、文学、管理学知识和一些计算机专业技能，使学生储备大量的非专业性、非职业化的学科知识，避免舆论学研究与实践应用过程中因知识面窄、视野狭隘、技能单一导致后劲不足的问题。

除了通识教育之外，舆论学还需要强化专业教育，为社会实践打好基础。舆论学本身是一门实践应用性较强的学科，需要掌握不少专业知识和实践技能。一方面，舆论学专业人才应充分理解舆论的发展历史、属性特征、表现形态、生成演变路径及其内在根源，掌握获取舆论、监测舆论、分析舆论、预测舆论、引导舆论的基本方法和技巧，并结合通识教育，深入了解政治舆论学、

^① 武宏志：《批判性思维：语义辨析与概念网络》，《延安大学学报》（社会科学版）2011年第1期。



网络舆论学、国际舆论学、舆论危机管理、舆论传播学、舆论心理学、舆论引导等专业知识分支体系；另一方面，舆论学专业人才还需要掌握不少实践技能，如电脑编程、数据监测、舆情可视化、新媒体运营、音频视频制作、新闻剪辑、多媒体运用等，并懂得协调相关部门、机构、技术资源、媒体资源、专家资源，为具体的舆论管理、舆情应对、舆情预警、舆论引导等实务工作服务。但在通识教育与专业教育的力度分配上，舆论学专业的人才培养也应该更注重通识教育，为强化舆论学人才对专业知识和技能的运用能力打好基础。

（二）舆论学专业的教学培养内容

在精神品格教育之外，舆论学人才的专业能力方面最缺失的还是系统的方法训练，方法的短板也为舆论学理论体系、应用体系发展带来了巨大阻力。舆论学专业人才的教学培养内容如下。

（1）舆论学综合知识：舆论学及相关学科（如政治学、传播学、社会学、哲学、公共管理、语言学、心理学、法学、文学等）的导论、理论、历史等基础知识。

（2）舆论学研究方法：研究方法类（舆论学方法论、问卷调查、实验法、民族志研究方法、协商民调、混合研究手段、文本挖掘、话语分析、社会网络分析、内容分析、数据处理、数据融合、可视化、监测技术应用等）、统计分析类（初级分析法、高级分析法）、实用软件运用类（Excel、SPSS、Stata、SAS、S-plus、Eviews等统计分析软件，以及一些问卷调查分析软件和其他专业分析软件）、技术建模类（模拟仿真、社会计算、情感识别等）、计算机编程技术类（爬虫、深度学习、自然语言处理等）等。

（3）舆论学分支知识体系：网络舆论学、国际舆论学、政治舆论学、舆论心理学、舆论危机管理、中国舆论学史、西方舆论学史、舆论学理论等。

（4）舆论学实践课程：案例学习、舆论引导实战课程、舆论引导技巧学习、舆论管理培训。

（三）舆论学人才培养的设备配置

（1）舆情监测设备：建设或购入较为成熟的“全网舆情监测系统”，抓取海内外舆情数据，形成“海量舆情案例库、数据库”，为受教育者实时获取、

监测、分析舆情信息提供必要的条件。

(2) 社会调查设备：成立社会调查实验室，购入计算机辅助问卷调查设备、网络调查软件等。

(3) 心理实验设备：根据研究方向，配置一定的心理实验设备，如眼动仪、听力计、记忆鼓、深度知觉仪、速度知觉仪、反应计时器等。

(四) 舆论学人才培养的职业方向

(1) 为教育、科研机构培养舆论学及相关交叉学科的学术研究人才；

(2) 为政府宣传部门培养一批舆论管理与舆论引导人才；

(3) 为企业培养品牌管理人才，承担行业主管部门高层次的舆论建设与品牌管理工作；

(4) 为媒体培养业务人才。

舆论关系到国家的长治久安，曾被视为社会发展的“掘进机”、历史前进的“第一推力”，一直备受古今中外有识之士和执政者的重视。当今，面对新的媒介生态环境下更纷繁的信息、更多变的情绪、更难以捉摸的舆论心态、更复杂的舆论引导技巧，舆论研究的重要性不断彰显并强化。尽管舆论研究的分散性和交叉学科属性为舆论学科发展带来不少阻力，但也为其发展带来了独特优势和更广泛的力量来源。正如习近平总书记所强调，我国的新兴学科、交叉学科建设比较薄弱，下一步，要突出优势、拓展领域、补齐短板、完善体系。我国舆论学发展需要把握当前各学科舆论研究的鼎盛状态，聚合多学科多领域的舆论学研究工作者的思路、视角、方法与成果，形成专门的舆论学研究、交流、合作、共享平台，聚合各大学科的专业优势共同致力于舆论学研究，并在此基础上构建合理的舆论学人才培养体系，培养舆论学专业化人才，推动舆论学学科快速发展。

中国新闻史学会舆论学研究委员会会长

上海交通大学舆论学研究院执行院长

谢耘耕

2017年6月26日

目 录



I 总报告

B.1	2016年中国网络舆情年度报告	上海交通大学舆论学研究院 / 001
一	2016 年网络生态变迁和网络社会治理	/ 003
二	2016 年网络舆情新特点	/ 010
三	2016 年网络舆情数据分析	/ 025
四	2017 年网络舆情预测	/ 063

II 分报告

B.2	2016年企业财经舆情年度报告	上海交通大学舆论学研究院 / 066
B.3	2016年中国教育舆情年度报告	上海交通大学舆论学研究院 / 101
B.4	2016年环境舆情年度报告	上海交通大学舆论学研究院 / 140
B.5	2016年反腐倡廉舆情年度报告	上海交通大学舆论学研究院 / 168
B.6	2016年全国食药舆情年度报告	北京迅奥舆情研究中心 / 191