

《舆论传播危机与风险管理》课程教学大纲

一、课程基本信息

课程代码：20230392

课程名称：舆论传播危机与风险管理

英文名称：Public Opinion Spreads Crisis and Risk Management

课程类别：专业选修课

学时：32

学分：2

适用对象：大二

考核方式：考查

先修课程：无

二、课程简介

本课程是广告专业学生的一门专业选修课。系统介绍舆论学相关的基本概念、理论，舆论产生、形成、发展的过程，以及对社会的影响。通过案例介绍、理论分析，使学生全面了解社交网络时代舆论的新特征与新发展。使学生从理论和实践上掌握网络舆情发生发展的机理和规律，教会学生如何对网络舆情进行检测、分析、研判和引导。

三、课程性质与教学目的

本课程是广告学专业选修课程。通过本课程的学习，使学生了解《舆论学》基本概念和基本原理、理论舆论的本质特征，内在的构成要素以及它的演变过程和社会功能，掌握舆论的客观法则和重要规律以及民意测验的各种手段和途径，并熟悉其基本技术和方法步骤，以便能够认识社会思潮的激变，洞察社会舆论的发展趋势，具备对舆情信息的经营和管理能力，以及有效地应对突发事件网络舆情的能力。通过本课程的学习，使学生对网络舆论环境具有双面性的认识，提高媒介素养，加强对网络信息的辨识能力，为实现社会治理的现代化做好服务工作。

四、教学内容及要求

第一章 绪论

（一）目的与要求

了解舆论的定义与分类、舆情与舆论的差异

了解改革开放以来社会舆论演进的基本阶段

熟悉舆论概念的误区与争议、中国舆论生态演进的基本规律

掌握自媒体崛起后社会舆论演进现状及特征

(二) 教学内容

第一节 什么是舆论

1. 主要内容

舆论的概念；舆论的初级形态：意见、态度；舆论的成熟形态：舆论与民意；舆论的发展形态：舆情；舆论概念的演进。

2. 基本概念和知识点

舆情、舆论、民意。

舆论概念的使用误区

3. 问题与应用

民意与舆论的异同。

第二节 社会舆论的历史演进

1. 主要内容

前互联网时代的社会舆论演进；网络进入中国以后的社会舆论演进；自媒体崛起后的社会舆论演进；中国社会舆论演进的基本规律

2. 基本概念和知识点

两个舆论场、民粹主义、网络民族主义、自媒体

3. 问题与应用

结合具体案例对舆论生态演进划分的三个主要阶段的特征进行分析。

(三) 思考与实践

如何看待中国情境下政治、技术、社会、资本四个要素对舆论生态的影响？

(四) 教学方法与手段

课堂讲授、课堂讨论、案例分析、多媒体演示

以教师 PPT 课堂讲授为主，学生自学为辅，选择具有代表性的舆论传播案例，组织学生案例讨论。教学过程中运用现代多媒体教学手段与音视频演示以及问答启发式教学方法。

第二章 舆论的本体

(一) 目的和要求

了解舆论的基本存在形态、不同信息形态。

熟悉留言与谣言的差别及其传播特征。

掌握网络流行语、网络表情包与社会心理的关系及其传播规律

(二) 教学内容

第一节 舆论的基本形态

1. 主要内容

基本形态：潜舆论、显舆论、行为舆论

信息形态：信息形态的舆论，意见形态的舆论，艺术形态的舆论

2. 基本概念和知识点

情绪性潜舆论、显舆论、自傲舆论、行为舆论、“集群行为”理论

信息形态的舆论，意见形态的舆论，艺术形态的舆论

第二节 舆论的异化

1. 主要内容

网络谣言、网络流行语、网络表情包。

2. 基本概念和知识点

谣言的概念、谣言的生产与传播；网络谣言的基本议题特征；后真相时代；圈群化。网络流行语的基本类型、传播特征、发展趋势。网络表情包发展的阶段、传播逻辑；集体狂欢；草根文化

3. 问题与应用

你如何看待网络流行语的变化及传播规律

谣言或流言都是有害的吗？如何正确看待网络谣言和网络流言现象？正确认识网络谣言，引导学生正确看待网络言论，树立正确的人生观价值观

（三）思考与实践

结合舆论异化形态相关案例，分析当前社会心态和流行文化的体现。

（四）教学方法与手段

课堂讲授、课堂讨论、案例分析、多媒体演示

以教师 PPT 课堂讲授为主，学生自学为辅，选择具有代表性的舆论传播案例，组织学生案例讨论。教学过程中运用现代多媒体教学手段与音视频演示以及问答启发式教学方法。

第三章 舆论的主体

（一）目的和要求

了解网民群体画像与网络舆论之间的关系及影响。

了解信息搬运工与网络意见领袖的区隔及角色

熟悉网络意见领袖的群体画像及其特征。

熟悉网络水军对社会舆论的影响及作用

（二）教学内容

第一节 近代以来“舆论主体”的内涵变迁

1. 主要内容

清末及五四时期：登上历史舞台的“国民”。

马克思主义初入中国：有共识的“平民”

新时期：“人民”与“自由公民”

2. 基本概念和知识点

舆论主体与政治的关联性

第二节 网民的特征及心态

1. 主要内容

网民群体特征素描

中国网民心理特征刻画

2. 基本概念和知识点

网民群体的整体特征；社会参与；群体极化；网络暴力

3. 问题与应用

你如何看待中国网民群体的“三低”问题？网民群体是如何决定舆论质量的？

第三节 意见领袖及其特征

1. 主要内容

舆论意见领袖的特征；舆论意见领袖的类型；舆论意见领袖人格特质；互联网时代意见领袖的新变化与新特点。

2. 基本概念和知识点

意见领袖的群体行为，意见领袖的媒介接触，意见领袖的测量方法，互联网时代相较传统时代意见领袖的新变化与新特点。

3. 问题与应用

你认为网络意见领袖群体是否成熟？哪些因素决定了中国意见领袖群体的“低素质”？

第四节 信息搬运工及其特征

1. 主要内容

信息搬运工的定义；信息搬运工特征描述

2. 基本概念和知识点

信息搬运工与传统媒体、意见领袖、网络编辑、网络水军等的区别与联系

3. 问题与应用

信息搬运工群体在微信传播平台的基本作用及角色如何

第五节 网络水军（网络推手）及其特征

1. 主要内容

网络水军、网络推手的概念；网络水军的演变发展；网络水军的行为特点；网络水军的组织机制；网络水军影响效力；理性看待应对自媒体时代的网络水军

2. 基本概念和知识点

网络水军，网络推手；网络水军在论坛时代、微博时代及后微博时代三个阶段的发展与演变；舆论操控

3. 问题与应用

谈谈你对网络水军对网络舆论生态的影响及作用大小的看法，引导学生提升媒介素养，远离水军和键盘侠行为，提升其社会网络环境治理的责任感和使命感。

（三）思考与实践

结合具体案例分析舆情四类主体在危机事件信息传播中的角色、功能及传播效果

（四）教学方法与手段

课堂讲授、课堂讨论、案例分析、多媒体演示

以教师 PPT 课堂讲授为主，学生自学为辅，选择具有代表性的舆论传播案例，组织学生案例讨论。教学过程中运用现代多媒体教学手段与音视频演示以及问答启发式教学方法。

第四章 舆论的客体

（一）目的和要求

了解舆论议题生成的元场域。

了解网络议题的话语修辞特征及规律

熟悉舆论议题分布及基本规律

（二）教学内容

第一节 舆论议题生成的元场域

1. 主要内容

网络及网络社会的崛起；网络化生存和网络社会的崛起对人类心理的普遍影响；中国社会处于深刻转型时期；转型期中国社会大众心理。

2. 基本概念和知识点

网络社会，网络化生存，网络族群，转型期中国社会的基本现实分析及整体社会结构分析，现阶段我国社会大众心理

3. 问题与应用

如何看待舆论议题与中国社会现实之间的辩证关系

第二节 舆论议题特点

1. 主要内容

舆论议题分布及特点；舆论议题的历史演变规律；舆论议题的话语修辞特征。

2. 基本概念和知识点

（1）舆论议题分布话题领域与基本特点。

（2）舆论议题的历史演变规律

（3）舆论议题的话语修辞特征

3. 问题与应用

如何看待舆论议题分布的时间，空间特征，舆论议题分布是否有规律可言？

（三）思考与实践

对 2020 年的热点舆论议题进行统计分析，大致总结出舆论议题分布的话题领域与基本特点。结合 2020 年疫情期间的网络舆论议题，分析重大公共卫生事件发生时，舆论的作用，在议题的探讨中使学生感受疫情期间医务工作者无私奉献，舍小家为大家的职业精神，培养其树立正确的职业道德和职业精神

（四）教学方法与手段

课堂讲授、课堂讨论、案例分析、多媒体演示
以教师 PPT 课堂讲授为主，学生自学为辅，选择具有代表性的影视营销案例，组织学生案例讨论。教学过程中运用现代多媒体教学手段与音视频演示以及问答启发式教学方法。

第五章 舆论的生成与传播

（一）目的和要求

了解舆论启动的基本模式及类型。

掌握舆论的生成及传播规律。

掌握舆论情感动员的主要模式及动员机制。

（二）教学内容

第一节 舆论的生成机制

1. 主要内容

舆论的启动模式；舆论的生成模式。

2. 基本概念和知识点

舆论的启动模式：信息爆料启动模式；情绪启动模式。

舆论生成模式：爆米花模式、风吹浪起模式、飘雪模式、瀑布模式和沉默的螺旋模式

3. 问题与应用

除了课程介绍的舆情启动范式，你认为是否还有别的舆论启动范式？

第二节 舆论的传播规律

1. 主要内容

舆论的发源地；网络舆情的时间分布；网络舆情的空间分布；社会舆论场的地域特征；网络舆情的关涉主体。

2. 基本概念和知识点

舆论的发源地：随着媒体的不断升级变化不断的演进变化（传统大众媒体时代、web1.0、自媒体时代、移动互联时代）

网络舆情的时间分布特点：4-6 月和 11-12 月两个高峰期

空间分布：东部沿海为西部欠发达地区设置舆情议程；集中在湖南、广东和河南

等。

社会舆论场的地域特征：不同地区的民众对不同的热点话题关注度的特征

网络舆情的关涉主体：公检法、职能部委、明星、市级政府、县级官员及以下……

3. 问题与应用

如何看待不同媒体发展时代的舆论传播发源地及其规律

第三节 舆论的情感动员机制

1. 主要内容

后真相时代的社交网络与情感动员；后真相时代的社交网络与情感动员行为表征；后真相时代网络事件的情感动员策略。

2. 基本概念和知识点

情感动员行为表征：（1）通过主动发布信息寻求情感建构和情感共鸣（2）通过转发、评论、点赞等行为表达情感（3）通过线下集群行为表达强烈情感。

情感动员策略：怀疑策略、示弱策略、简单归因策略、贴标签策略、拔高策略

3. 问题与应用

网络上的舆论情感动员与线下群体的情感动员的差异。

（三）思考与实践

后真相时代舆论的情感动员机制；使学生意识到后真相时代下，众多舆情爆发是基于情感动员机制，应客观理性看待网络言论，提升自身媒介素养，有基本的判别能力。

（四）教学方法与手段

课堂讲授、课堂讨论、案例分析、多媒体演示

以教师 PPT 课堂讲授为主，学生自学为辅，选择具有代表性的影视营销案例，组织学生案例讨论。教学过程中运用现代多媒体教学手段与音视频演示以及问答启发式教学方法。

第六章 舆论传播周期及阶段

（一）目的和要求

了解学界对舆论传播阶段的基本划分标准及代表学者。

熟悉不同信息导入型的舆论传播阶段的异同及特点

掌握社交媒体崛起后网络舆论传播周期及传播阶段的新特点、新变化与新趋势

（二）教学内容

第一节 舆论传播阶段研究

1. 主要内容

学界对舆论传播阶段的基本划分标准及代表学者

2. 基本概念和知识点

疾病研究视角下的传播阶段研究

危机管理研究视角下的传播阶段研究

传统舆论研究视角下的传播阶段研究

第二节 网络舆论传播阶段

1. 主要内容

六阶段划分及依据：网络舆论传播各阶段的界定和大致时长；不同信息导入型网络舆论传播阶段；社交媒体时代舆论传播阶段的新变化

2. 基本概念和知识点

六阶段划分：潜伏期、爆发期、蔓延期、反复期、缓解期、长尾期

网络首发型舆论传播阶段模型、传统媒体首发型舆论传播阶段模型

社交媒体时代舆论传播阶段的新变化：社交媒体爆料阶段、大V转发的热点化阶段、媒体跟进报道的新闻化阶段、扎堆曝光集中化阶段、全民参与的段子化阶段、刻板印象构成的标签化阶段

3. 问题与应用

草根媒体导入型和新闻媒体导入型网络事件传播阶段的差异有哪些？

（三）思考与实践

结合反转新闻相关案例，分析其舆论传播阶段演化过程，使学生对“后真相时代”有全方位的感知，能客观理性看待网络舆论传播，树立正确的舆论价值观。

（四）教学方法与手段

课堂讲授、课堂讨论、案例分析、多媒体演示

以教师PPT课堂讲授为主，学生自学为辅，选择具有代表性的影视营销案例，组织学生案例讨论。教学过程中运用现代多媒体教学手段与音视频演示以及问答启发式教学方法。

第七章 舆论传播的媒介形态

（一）目的和要求

了解舆论传播的主要媒介形态及其特点

熟悉不同媒介的舆论扩散特点

掌握新媒体环境下危机信息转播及危机营销的策略

（二）教学内容

第一节 即时通讯工具(IM 软件)、博客、网络社区、搜索引擎

1. 主要内容

在即时通讯工具、博客、网络社区、搜索引擎中危机信息的呈现。

在即时通讯工具、博客、网络社区、搜索引擎中危机信息的扩散

在即时通讯工具、博客、网络社区、搜索引擎中危机信息沟通

2. 基本概念和知识点

即时通讯工具(IM 软件)、博客、网络社区、搜索引擎传播特点、受众特点以及如何利用其开展危机营销

3. 问题与应用

能结合案例分析符合利用媒介传播特点展开危机营销

第二节 社交媒体危机议题传播模式

1. 主要内容

微博传播的特点、优势；网络社群内部议题生成的特征和模式

2. 基本概念和知识点

(1) 节点：参与信息互动的用户。

节点的三种类型：核心节点、桥节点、长尾节点

(2) 微博传播特征：成本低、速度快、多样化、开放性；信息交换频繁有效；“弱连带”；圈层化传播

(3) 网络社群：空间的跨地域性，成员高度专业化，

3. 问题与应用

结合微博热议话题谈一谈微博舆论传播的特征及效果

(三) 思考与实践

你认为传统媒体和新媒体作为网络与传播源头，在推进网络舆情演变过程中，各自起什么作用？

观看两会 Vlog 报道视频，分析新媒体环境下，传统主流媒体转型策略，在时政新闻的观看过程中一方面帮助学生理解主流媒体转型之路，同时了解当下国家政策，培养其关心时事政治的基本素养，弘扬家国情怀的良好风尚。

(四) 教学方法与手段

课堂讲授、课堂讨论、案例分析、多媒体演示

以教师 PPT 课堂讲授为主，学生自学为辅，选择具有代表性的影视营销案例，组织学生案例讨论。教学过程中运用现代多媒体教学手段与音视频演示以及问答启发式教学方法。

第八章 舆论测量与监测

(一) 目的和要求

了解舆论调查发展的基本历史脉络；了解网络舆情监测技术。

熟悉焦点小组对舆情热点分析的方法；熟悉网络舆情监测的操作流程。

掌握内容分析法的基本流程；掌握词频分析法。

（二）教学内容

第一节 舆论测量方法与监测技术

1. 主要内容

传统舆论测量方法；互联网舆论测量方法；网络舆情监测技术

2. 基本概念和知识点

传统舆论测量方法：邮寄调查、入户调查、电话调查、焦点小组、内容分析；

互联网舆论测量方法：网络问卷调查法、社会网络分析法、词频与社会语义网；

网络舆情数据采集基本技术：网络爬虫、网页去重、数据采集原理

数据分析基本技术：全文检索技术、文本挖掘技术、可视化技术

第二节 网络舆情的监测与搜集

1. 主要内容

网络舆情监测的基本要素；网络舆情信息采集；网络舆情监测的操作流程；舆情信息的搜集；网络舆情监测的工作机制。

2. 基本概念和知识点

网络舆情监测的特点及优势，网络舆情的需求主体，网络舆情监测的不同要求，网络舆情的需求调研，舆情监测的原则。

网络舆情信息采集站点选择，信息采集策略，网络舆情监测的流程。

网络舆情信息搜集：舆情案例的搜集、舆情观点的搜集、热词词频的统计、一般信息数量的搜集、其他信息的搜集

网络舆情监测的工作机制：日常值班机制、舆情预警机制、团队协作机制、舆情会商机制、数据管理机制

3. 问题与应用

网络舆情监测中的站点选择和传统的抽样调查中的样本抽取有何异同？

（三）思考与实践

选择最近发生的热点舆情信息，采集梳理关于该事件的观点和言论。

网络舆情监测对于政府和企业有哪些意义？通过对该问题的探讨使学生认识到舆情危机对社会环境的危害，培养其网络空间治理的责任感和使命感。

（四）教学方法与手段

课堂讲授、课堂讨论、案例分析、多媒体演示

以教师 PPT 课堂讲授为主，学生自学为辅，选择具有代表性的影视营销案例，组织学生案例讨论。教学过程中运用现代多媒体教学手段与音视频演示以及问答启发式教学方法。

第九章 网络舆情信息的经营与管理

（一）目的和要求

了解网络舆情的价值、产业链特点。

熟悉网络舆情主要环节价值创造、网络舆情产业发展存在的问题。

（二）教学内容

第一节 网络舆情信息的经营

1. 主要内容

网络舆情的价值；网络舆情产业链的特点；网络舆情主要环节价值创造；网络舆情产业的主要经营模式；网络舆情产业的发展

2. 基本概念和知识点

网络舆情的价值：信息价值、经济价值、社会价值、技术价值；

网络舆情产业链的特点：各环节关联度高，长周期与短周期交集，产业分工趋向细化

网络舆情产业的主要经营模式：“技术+服务”模式；“技术+增值”模式；“服务+增值”模式，“技术+服务+增值”模式

3. 问题与应用

大数据时代网络舆情可以释放出更大价值吗？

第二节 网络舆情的管理

1. 主要内容

网络舆情管理的目的与意义；网络舆情管理的方式和内容；网络舆情管理的国外经验

2. 基本概念和知识点

网络舆情管理的目的与意义：基于国家和社会稳定管控网络舆情；以净化网络舆情环境为原则规范网络媒体行为；控制网络舆情边界以保护公众个人权益。

网络舆情管理的方式：法律规范、行政管理、互联网信息服务自律、技术支持、主流意识形态引导

3. 问题与应用

为什么必须重视网络舆情管理？

（三）思考与实践

网络舆情的价值体现在哪些方面？如何做好经营管理。

讨论河南水灾期间，网络舆论体现出的价值。通过该案例分析，一方面让学生看到网络舆论对于社会价值观正确引导的积极作用，另一方面让学生感知“一方有难，八方支援”的中华民族团结一致的优良美德。

（四）教学方法与手段

课堂讲授、课堂讨论、案例分析、多媒体演示

以教师 PPT 课堂讲授为主，学生自学为辅，选择具有代表性的影视营销案例，组织学生案例讨论。教学过程中运用现代多媒体教学手段与音视频演示以及问答启发式教学方法。

第十章 网络舆情与社会治理

(一) 目的和要求

熟悉网络舆情与国家形象、政府决策的关系
掌握舆情引导与控制的基本手段及效果差异。

(二) 教学内容

第一节 网络舆情与突发事件、社会形象、政府决策

1. 主要内容

突发事件概念、类型、特点；突发事件对网络舆情的影响；突发事件网络舆情的危机管理；危机管理的基本理论；突发事件网络舆情的风险评估；网络舆情与国家形象传播；网络舆情与政府决策

2. 基本概念和知识点

突发事件类型：自然灾害、事故灾难、公共卫生事件、社会安全事件

突发事件的特点：突发性、危机性、破坏性、不确定性

突发事件网络舆情的影响：激化社会矛盾，影响社会稳定；对核心价值观产生冲击；影响政府与民众的关系

危机管理的基本理论：制度论、公共关系论、全面整合论

突发事件网络舆情的风险评估方法：定量分析法、定性分析法、专家会议法、德尔菲法、概论风险评估法

网络舆论下的中国国家形象，网络舆情与机构形象，网络舆情与地区形象，网络舆情与个人形象

网络舆情与公共政策，网络舆情与公共参与，网络舆情与社会和谐

3. 问题与应用

突发事件网络舆情风险评估结果如何运用？

网络舆论对国家形象有什么重要影响？

网络舆论中如何塑造政府形象？

第二节 网络舆论的引导与控制

1. 主要内容

对事实信息的引导与控制；对传播通路与传播节点的控制与引导；对舆论客体的控制；对意见信息的引导与控制；对情绪的引导与控制

2. 基本概念和知识点

舆论应对的基本误区：思维误区、做法误区

3. 问题与应用

有人不主张使用“舆论引导”的概念，认为舆论无法引导但可以控制，你是如何看待这个观点。

(三) 思考与实践

如何看待舆论引导的“时、度、效”三原则

(四) 教学方法与手段

课堂讲授、课堂讨论、案例分析、多媒体演示

以教师 PPT 课堂讲授为主，学生自学为辅，选择具有代表性的影视营销案例，组织学生案例讨论。教学过程中运用现代多媒体教学手段与音视频演示以及问答启发式教学方法。

五、各教学环节学时分配

内 容	讲课	习题课	讨论课	实验	其他教学环节	小计
舆论传播概述	2	0	0	0	0	2
舆论的主客体	3	0	1	0	0	4
舆论的生成与传播	1.5	0	0.5	0	0	2
舆论传播周期及阶段	1.5	0	0.5	0	0	2
舆论传播的媒介形态	3	0	1	0	0	4
舆论测量与监测	3	0	1	0	0	4
网络舆情信息的经营与管理	1	0	1	0	0	2
网络舆情与社会治理	3	0	1	0	0	4
新媒体环境下舆论危机应对专题	1	0	1	0	0	2
小组期末汇报	0	0	0	0	2	2
期末复习	2	0	0	0	0	2
期末随堂考试	0	0	0	0	2	2
总计	21	0	7	0	4	32

六、推荐教材和教学参考资料

1、教材：李彪《舆论学教程》中国人民大学出版社 2020.07

2、参考资料：

《网络舆情概论》 周蔚华，徐发波 中国人民大学出版社 2016.01

《中国社会舆情年度报告（2020）》喻国明，李彪 人民日报出版社 2020.10

《新媒体环境下的危机传播及舆论引导研究》 喻国明 经济科学出版社 2017.06

七、说明

无

大纲制订人： 徐嘉徽

大纲审定人：

制订日期：2021年08月