

公共传播文丛·专著

舆情引导与危机处理

Public Opinion Guidance and
Crisis Management

杨兴坤◎著

中国传媒大学出版社

传播文丛·专著

情引导与危机处理

Public Opinion Guidance and
Crisis Management

杨兴坤◎著

图书在版编目(CIP)数据

舆情引导与危机处理/杨兴坤著. —北京:中国传媒大学出版社, 2015. 12

(公共传播文丛·专著)

ISBN 978-7-5657-1471-9

I. ①舆… II. ①杨… III. ①舆论—社会管理—中国

IV. ①C912.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 194652 号

公共传播文丛·专著

舆情引导与危机处理

著 者 杨兴坤
策划编辑 阳金洲
责任编辑 李 明 蒋 倩
责任印制 日 新
封面设计 拓美设计
出 版 人 王巧林

出版发行 中国传媒大学出版社

社 址 北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编:100024
电 话 86-10-65450528 65450532 传真:65779405
网 址 <http://www.cucp.com.cn>
经 销 全国新华书店

印 刷 北京易丰印捷科技股份有限公司
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 14
版 次 2015 年 12 月第 1 版 2015 年 12 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-5657-1471-9/C·1471 定 价 58.00 元

版权所有

翻印必究

印装错误

负责调换

导 论

随着网络技术和通讯技术的快速发展,网络已经成为人们日常生活、工作中不可或缺的一部分。根据 2014 年 7 月 21 日中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第 34 次中国互联网络发展状况统计报告》,截止到 2014 年 6 月,中国网民有 6.32 亿,互联网普及率达到 46.9%。在 6.32 亿网民中,手机网民规模达到 5.27 亿,占网民总量的 83.4%。

随着互联网的普及,网络已成为最重要的舆论阵地,成为舆论、舆情最重要的“发源地”,网络媒体成为影响社会舆论的中坚力量。网络已然革命性地重塑了现代社会的舆论生态,其对社会生活的影响超越了任何一种传统媒体的力量。同时,网络也改变了党政机关人员的工作方式。各级党政机关和广大公务人员绝不能低估网络的社会影响力和作用,尤其是对思想、宣传、舆论工作的影响和冲击。广大公务人员应顺应潮流,主动迎接和适应这种冲击。为此,习近平同志在 2013 年 8 月 19 日召开的全国宣传思想工作会议上强调,宣传思想工作一定要把围绕中心、服务大局作为基本职责,胸怀大局、把握大势、着眼大事,找准工作切入点和着力点,做到因势而谋、应势而动、顺势而为。因此,各级党政机关及其公务人员应加强舆情工作,提升舆情引导能力,加大重视网络舆情工作力度,增强网络舆情工作的主动性。

一、加强舆情工作,提升公务人员的舆情引导能力

1. 舆情工作是公共部门的基本工作,各级党委、政府不能游离于舆情工作之外

简而言之,舆情工作就是信息处理工作,即从纷繁复杂的舆论中发现问题、分析问题、解决问题。从管理学的角度来说,管理者每天主要的工作内容就是处理信息,与相关人员进行交流和沟通。

从本质上来说,政府公务人员作为社会公共事务的管理者,每天的主要工作也是处理信息。无论是处理公文,还是基层调研,抑或是从事拆迁、城管执法等政策执行性质极强的工作,都涉及信息处理与交流沟通的问题。从这个意义上来说,舆情工作乃是各级党委、政府及其公务人员的基本工作,任何忽视信息工作、忽视舆情工作的观念或做法都将抑制工作的开展。各级党委、政府的重要工作之一,便是从社情民意中及时发现问题和矛盾,将社会矛盾化解于萌芽状态。

2. 全球化背景下地球村时代的来临凸显了舆情工作的重要性

从洪荒时代开始,人类就进行着包括信息传递在内的各种社会交往。随着交往的进一步发展,地理空间距离产生的屏障被一步步打破,世界范围内的全球化趋势愈发明显。网络技术和通讯技术的快速发展使地球村时代已然成为现实。人们的交往日益增多,尤其表现为不同民族、不同国家、不同地域文化上的互通有无。

在全球化来临的今天,国家的界限将会变得更加模糊,国与国之间、民族与民族之间的交流也会越来越多。各国社会经济的相互影响势必加深,而不同文化间的差异和冲突始终存在,负面影响在所难免,国外敌对势力对我国的文化渗透也将长期存在。美国社会经济的一则利空消息可能会形成“蝴蝶效应”,导致全球股市震荡。如何化解地球村时代由于交往频繁、信息传递快速对社会经济带来的负面影响和冲击,是检验各级党委、政府和公务人员在当今时代的执政能力和工作能力的重要试金石。一条信息或情报可以决定一场战争的走向和胜负,在如今也可能成为影响经济发展的重要因素。因此,信息时代的信息工作、舆情工作比以往更为重要,而不是可有可无的。

3. 提升舆情引导能力,壮大主流思想舆论,是贯彻十八大精神的明确要求

党的十八大报告的第六部分“扎实推进社会主义文化强国建设”中明确指出要“牢牢掌握意识形态工作领导权和主导权,坚持正确导向,提高引导能力,壮大主流思想舆论”。因此,提升舆情工作能力和舆情引导能力,是十八大精神对各级党委、政府和公务人员的明确要求。

在日常工作中,各级党委、政府和每一位公务人员都会涉及信息工作和舆情工作。所以,认为舆情工作仅仅是宣传部门、信息中心、网络中心等部门的事情的观点是极其错误和有害的。提升舆情工作能力和舆情引导能力是各级党委、政府和每一位公务人员的职能所在,唯有如此,才能把握舆情导向,把控舆论主导权。

4. 知民情、晓民意,加强舆情信息工作是密切党同人民群众血肉联系的内在要求

党的群众路线是“一切为了群众,一切依靠群众,从群众中来,到群众中去”。因

此,加强舆情信息工作就是要求各级党委、政府和公务人员要知民情、晓民意,及时了解人民群众关心什么、议论什么、有什么困难和难处、满意和不满的是什么,真正做到始终代表最广大人民群众的根本利益,这正是党的群众路线的内在要求。

各级党委、政府和公务人员经常地、深入细致地走访群众,了解群众思想动态,做到察民情、解民意、听民声、解民忧,想群众之所想,急群众之所急,才能反映最广大人民群众的根本利益。这样才能真正密切党同人民群众的血肉联系,架起党和政府与人民群众沟通、交流的桥梁,巩固党的群众基础,切实维护党中央的执政安全。

5. 舆情信息反映社情民意与社会热点、焦点问题,加强舆情工作是促进决策科学化、民主化的要求

实现决策科学化的前提条件是掌握全面的信息。一般来说,社会舆情及网络舆情反映的是社会热点、焦点问题,反映人民群众的呼声,加强舆情信息工作,有助于各级党委、政府和公务人员了解实际情况,了解群众当前的迫切需要,有利于促进科学决策,提高执政能力。舆情信息反映广大人民群众普遍关注的问题和他们的思想状况。谁最先占有信息,谁掌握的信息最全面、最准确,谁就获得了工作主动权。把握舆情,就是要及时了解人们的所思所想、所急所盼,尽早发现带有苗头性、倾向性的问题,增强决策的科学性、主动性、针对性。

决策民主化就是要求决策要反映人民群众的要求和愿望,让广大人民群众参与决策。加强舆情工作,就是在决策前了解人民群众的要求和愿望的过程,并将人民群众的要求和愿望带到决策中来,这是实现人民群众参与决策的一种形式。作重要决策和重大决策前,也应有目的地通过舆情了解人民群众的呼声,从而使决策更加科学、合理。

6. 舆情引导不当或不及时是触发危机的重要因素,提升公务人员的舆情引导能力是当务之急

各种突发事件、社会焦点和热点问题往往会引发舆论热点,而从各级政府的工作实践来看,舆情引导不当或不及时也是引发突发事件、形成危机的重要因素,这从另一个侧面表明提升各级公务人员舆情引导的工作能力,是当前较为重要和迫切的工作。

2007年1月17日四川省达州市大竹县发生的“1·17”群体性事件就起源于某网民在网络上捏造并传播“杨代莉是被三个高官在酒中下药后轮奸致死的”等内容,而事件真相迟迟未得到有关政府部门的澄清,公众的情绪走向失控,情绪迅速升温,最终导致该次群体性事件的发生。如果有关部门对相关舆情及时作出回应和引导,此次群体性事件是完全可以避免的。从当前我国的社会现实来看,很多群体性事件都是可以避

免的,由于相关部门对小的舆情不重视,对群众的合理诉求没有及时回应,导致矛盾积压,事情一拖再拖,最后爆发群体性事件。

二、重视舆情工作,增强公务人员网络舆情工作的主动性

在网络时代,舆情更多地以网络舆情的形式表现出来,因此,各级党委和政府应重视网络舆情,加强舆情工作,提升舆情引导能力,增强网络舆情工作的主动性,做到学网、懂网、上网、用网。

1. 各级党政机关公务员要自觉学网

增强舆情工作的主动性,各级党政机关公务员要自觉学习使用网络,做到会上网。尽管网络的发展已有几十年的时间,但并不是每一个公务人员都能熟练地使用网络,尤其是部分年龄较大的公务员和领导干部,他们不乐于接受新事物,不太熟悉电脑操作和上网的基本知识,部分领导干部经常将一些计算机和网络的事务交给下属去“代劳”,而对网络不太熟悉。因此,不会使用网络或不太熟悉网络的公务人员应加强相关知识的学习。只有学会使用网络,在信息时代才不至于在信息获取方面落伍。

2. 各级党政机关公务员要力求懂网

增强舆情工作的主动性,各级党政机关公务员务必要懂得网民的心。人民群众想什么,爱什么,喜欢什么,憎恶什么,在现实生活中不一定直接地溢于言表,但是在网络世界中往往会表露无遗,因为在现实世界中,人们出于种种顾虑,敢怒而不敢言,有话不敢讲,害怕被“穿小鞋”“戴高帽”或遭报复,而在网络世界里则没有那么多后顾之忧。有的网络言论或许过于激烈,缺乏理性,但是,正好可以从中了解人民群众的真实想法和意图,真正懂得网民的心。同时,对大多数网民来说,言论都是中肯的,即便言辞过于激烈,其出发点都是好的,因此,公务人员应“亲自”上网,才能真正“懂网”。

3. 各级党政机关公务员要坚持上网

增强舆情工作的主动性,各级党政机关公务员要坚持上网。网络技术和通讯技术发展快速,新的网络技术和各种软件层出不穷,例如,微信就是2013年新出现的网络交流平台。只有坚持上网,才能学会使用新的网络技术和软件。同时,在网络时代,最新的信息都会通过网络传播,只有坚持上网,才能了解社会经济发展中的最新资讯;如果不经常上网,将难以了解社会发展中的热点和焦点问题,也难以读懂网络热词,进而难以读懂网民的心。

4. 各级党政机关公务员要主动用网

为了增强舆情工作的主动性,各级党政机关公务员要主动用网。主动用网,就是要求各级党委、政府和公务人员积极主动地使用网络、利用网络,及时更新政府或部门网站的内容和相关资讯,引导舆情,抢占舆论阵地的制高点,及时解疑释惑,快速回应人民群众的关切。现在很多政府部门都开通了政务微博,能做到及时回应网民,快速发布重要信息。发生重大突发事件或爆发舆情时,有关党委、政府或相关公务人员也应及时、主动地通过网络与网民互动。只有做到主动用网,才能及时、有效地引导舆情。

案例分析:你儿子今后可以不用喝酒了

2013年9月14日晚,浙江省一位母亲在微博上发文称,在国税局工作的儿子不能喝酒,却常常需要陪领导喝酒,并求助时任浙江省委组织部部长蔡奇,由此引发网友们的广泛关注。9月15日晚,蔡奇转发并回复该微博:“告诉我你儿子在国税哪个单位?今后可以不用喝酒了。”一时间,这次互动事件成为互联网的热门话题。

早在2010年5月,蔡奇便开通了实名政务微博,并公开倡导公务人员开通微博。2012年全国两会期间,杭州市发生一起恶犬伤人事件,网络舆论的矛头指向某党政机关。蔡奇在第一时间注意到这条微博,他立即打电话向相关单位询问、求证,并将事实发布在微博上,有效地化解了这场舆论风波。

舆情简评

这是党政机关坚持上网、主动用网的典范,值得学习。同时,在舆情引导方面,蔡部长做到了及时引导、主动引导。在反对大吃大喝等铺张浪费行为的当下,网络舆论关于陪酒的问题极易引发网友热议,加之事件由一位母亲引发,更具新闻性。蔡部长及时回应,在一天之内即在网上回复了这位网友。杭州市恶犬伤人事件在网上引发网民热议后,身处两会中的蔡部长立即打电话向相关单位询问、求证。上述做法体现了舆情引导工作的要求:快速回应,主动引导。

三、公务人员舆情管理:监测、预警与引导

人类正处于信息时代和网络时代,地球村已然成为现实。这给人们带来诸多便利的同时,也给人类社会生活的方方面面带来挑战。公务人员的工作方式和方法也受到了前所未有的挑战,舆情引导和危机处理能力便是公务人员需要重点培养的工作能力之一。为了回应这种现实需要,提升公务人员的舆情引导和危机处置能力,我们写作

了《舆情引导与危机处理》一书,本书的主要内容包括舆情的基础知识、舆情监测及预警、舆情引导,重点内容为舆情引导。全书可以分为三大部分:

第一部分是(网络)舆情的基础知识,包括第一章和第二章。第一章主要介绍了什么是网络和网络时代、网络的发展概况、网络时代的信息传播特征,使读者对上述内容有概况性的了解。第二章主要介绍什么是舆情、网络舆情和舆情引导,以及网络舆情的特点及其对公务人员日常工作的影响,最后介绍了博客、微博、微信等网络时代的信息传播方式。

第二部分是舆情监测与预警,包括第三章和第四章。第三章主要介绍了突发事件的类型、舆情引导在危机管理中的作用,以及四大类突发事件中舆情引导工作的重点和主要方式,并以四川省成都市公交车燃烧事件为例进行了案例分析。因为突发事件极易引发谣言,因此,在第三章最后我们对谣言产生的原因以及如何进行谣言引导进行了专题性的探讨。第四章主要介绍了舆情监测与预警的方法。舆情监测主要通过舆情软件、门户网站、突发事件进行监测;舆情研判与预警主要是对舆情的内容、风险、走向、趋势、引导策略作出预测和预判。

第三部分是舆情引导,包括第五章、第六章和第七章,是全书的核心内容。第五章介绍了我国当前舆情引导工作的基本要求、主要原则及观念误区。第六章介绍了舆情引导的十大策略性方法和十大技巧。其中,对舆情引导的十大策略性方法进行了案例分析,并对每一种方法的使用情景和操作要点进行了详细论述和概括性提炼。鉴于当前各级党政机关负面新闻频出,第六章就政府丑闻的应对和处置进行了专题性探讨,并以美国水门事件和武汉经适房六连号事件进行了案例分析。第七章介绍了舆情引导工作的主要组织和主体、舆情引导的日常工作流程、舆情引导的工作机制,对各级党政机关建立舆情工作体系、完善舆情工作机制具有重要的参考意义。

目 录

CONTENTS

导 论 / 1

第一章 网络时代及其信息传播 / 1

第一节 网络与网络时代 / 2

第二节 网络时代信息传播的特征 / 8

第二章 舆情与网络舆情的特点 / 17

第一节 舆情与网络舆情 / 17

第二节 网络舆情的产生与发展规律 / 21

第三节 网络舆情的特点及其对机关工作的影响 / 27

第三章 危机状态下的舆情引导 / 46

第一节 舆情引导在危机处理中的作用 / 46

第二节 突发事件处置中的舆情引导 / 51

第三节 谣言的产生与应对 / 61

第四章 舆情监测与预警 / 76

第一节 舆情监测 / 76

第二节 舆情研判与预警 / 98

第五章 舆情引导工作的指导思想、原则与误区 / 109

第一节 舆情引导工作的指导思想 / 109

第二节 舆情引导工作的主要原则 / 114

第三节 舆情引导工作的观念误区 / 123

第六章 舆情引导的方法与技巧 / 131

第一节 舆情引导的策略与方法 / 131

第二节 舆情引导的技巧 / 164

第三节 政府丑闻的应对与处置 / 169

第七章 舆情引导工作与工作机制 / 184

第一节 舆情引导的组织与主体 / 184

第二节 舆情引导的工作流程 / 193

第三节 舆情引导的工作机制 / 199

附录 有关网络舆情工作的法律法规 / 209

参考文献 / 211

后 记 / 213

第一章

网络时代及其信息传播

阅读材料:什么是网络^①

通常,计算机网络包括两台或多台连接到一起的计算机,这样,它们便可以共享数据、文件和信息。除 PC 机外,网络主要由两部分组成:硬件组件(如插板)以及控制 PC 机间数据流动的软件组件。

简单的网络,如零槽局域网,不过是插到每一台计算机串行口或并行口上的一根电缆。零槽局域网不需要在主板上插入插板。这一类系统速度相当慢,而且只限于二三个设备,因而它能做的事情也很有限。

像简单网络一样,复杂网络也需要物理连接,只是它需要用复杂的电子设备将若干个工作站连接到一条电缆上。复杂网络好比一条长长的街道,两旁有若干间房屋。每间房屋都有一条车道与街道相连。在某一时刻,街道上的汽车既可以单向行驶,也可以双向行驶。当一辆车到达目的地后,便通过车道到达房间。

网络允许若干个用户访问服务器上的同一组数据,若干个用户可同时对文件进行操作。如果没有网络,每项工作都不得不单独完成。

纵观人类历史,从传播学的角度来看,人类经历了口语传播时代、文字传播时代、印刷传播时代、电子传播时代等多个不同的历史发展阶段。从结绳记事到文字的出现,从竹简到帛书,从木刻到雕版印刷,从烽火狼烟传信、飞鸽传书到电报和电话的出现,从广播到电视,从有线通讯到无线通讯,从报纸杂志到互联网,不仅记录了人类社会发展的历程,也展现了人类信息传播越来越便捷的发展趋势。随着计算机的发明,

^① 参见《什么是 Internet》,《电脑采购周刊》2000 年第 6 期。

互联网的出现,乃至近年世界各国都在努力推进的“三网融合”^①,已然昭示人类社会正式进入了网络时代。

第一节 网络与网络时代

一、网络及其发展概况

关于网络(Network)一词,有多种释义,简单地说,网络是由两台或两台以上的、相互连接的计算机所组成的交互系统。一旦计算机连接到网络中,人们就可以共享文件,以及调制解调器、打印机、磁带备份驱动器或光盘驱动器等外围设备。不同地理位置的多个网络通过通信服务商提供的服务相连,人们就可以收发电子邮件,共享全球 Internet 的链路,或与其他远程用户举行实时视频会议。

在计算机领域中,网络就是用物理链路将各个孤立的工作站或主机连在一起,组成数据链路,从而达到资源共享和通信的目的。凡将地理位置不同,并具有独立功能的多个计算机系统通过通信设备和线路连接起来,且以功能完善的网络软件(网络协议、信息交换方式及网络操作系统等)实现网络资源共享的系统,一般称为计算机网络。网络是信息传输、接收、共享的虚拟平台,它把各个点、面、体的信息联系到一起,从而实现这些资源的共享。

现在经常提及的“三网”,即电信网络、有线电视网络、计算机网络。本书主要论及计算机网络,即狭义的网络,也就是因特网。

现在通常所说的网络即指把整个因特网整合成一台巨大的超级计算机,实现各种资源的全面共享。当然,网络并不一定非要这么大,也可以构造地区性的网络,如中关村科技园区网络、企事业内部网络、局域网网络,甚至家庭网络和个人网络等等。网络的根本特征不在于它的规模,而是资源共享,消除资源孤岛。

实现网络一般需要具备以下四个要素:(1)通信线路和通信设备,(2)有独立功能的计算机,(3)网络软件支持,(4)实现数据通信与资源共享。

按照不同的标准,网络可以有多种分类,一般来说,人们常常按覆盖范围进行分类,可分为以下三类:局域网 LAN(作用范围一般为几米到几十公里)、城域网 MAN(介于 WAN 与 LAN 之间)和广域网 WAN(作用范围一般为几十公里到几千公里)。

^① “三网融合”又叫“三网合一”,意指电信网、有线电视网和计算机通信网的相互渗透、互相兼容并逐步整合成为全世界统一的信息通信网络。

1946 年,世界上第一台电子计算机诞生,在之后的十多年时间里,由于价格极其昂贵、体积庞大等原因,计算机数量极少。早期所谓的计算机网络主要是为了解决这一矛盾而产生的,其形式是将一台计算机经过通信线路与若干台终端直接连接,我们可以把这种方式看作最简单的局域网雏形。

1969 年,在美国诞生了世界上第一个计算机网 ARPANET,这是当时冷战的产物,ARPA 即美国国防部高级研究计划局的简称。ARPANET 历经变迁,在 1990 年被自己派生出来的新网络代替,但 ARPANET 开创了网络的先河,功不可没,现代计算机网络的许多概念和方法,如分组交换技术都来自 ARPANET。到了 20 世纪 80 年代,开始出现一些小型的网络,在学校、科研机构、企业渐渐推广,这些网络现今被称为局域网(LAN)。随着网络规模的不断扩大,网络已拓展到全球绝大部分国家和地区,形成全球性的网络 Internet,即因特网。1991 年 6 月,在接入 Internet 的计算机中,商业用户首次超过了学术界用户,这是 Internet 发展史上的一个里程碑,从此 Internet 的成长速度一发不可收拾。

迄今为止,计算机网络的发展主要经历了以下四个阶段。

表 1-1 网络发展历程

代际	阶段	时间	网络	特点
第一代	远程终端连接	20 世纪 60 年代早期	面向终端的计算机网络	主机是网络的中心和控制者,终端(键盘和显示器)分布在各处并与主机相连,用户通过本地的终端使用远程的主机。 只提供终端和主机之间的通信,子网之间无法通信。
第二代	计算机网络	20 世纪 60 年代中期	局域网	多个主机互联,实现计算机和计算机之间的通信。终端用户可以访问本地主机和通信子网上所有主机的软硬件资源。 电路交换和分组交换。
第三代	计算机互联	20 世纪 60 年代末期至 20 世纪 80 年代初期	广域网、Internet	实现不同厂家生产的计算机之间的互联。 TCP/IP 协议的诞生。
第四代	信息高速公路	20 世纪 80 年代中期至今	宽带综合业务数字网	ATM 技术、ISDN、千兆以太网。 高速,多业务,数据量大,交互性,可视化。

(资料来源:作者整理)

二、我国网络发展概况

我国的网络发展以 1987 年通过中国学术网 CANET 向世界发出第一封 E-mail 为标志。经过几十年的发展,形成了四大主流网络体系,即中科院的科学技术网 CST-

NET、国家教育部的教育和科研网 CERNET、原邮电部的 CHINANET 和原电子部的金桥网 CHINAGBN。

随着网络基础设施的改善、用户接入技术的创新、接入方式的多样化和运营商服务能力的提升,上网速度越来越快,从而促进更多的应用在网上实现,我国网民数量也逐年攀升。中国互联网络信息中心(CNNIC)2014年1月16日在北京发布了《第33次中国互联网络发展状况统计报告》,该报告数据表明,截至2013年12月底,中国网民^①规模达到6.18亿,全年新增网民5358万人;互联网普及率为45.8%,较2012年底提升3.7个百分点;综合近年来网民规模数据及其他相关统计,中国互联网普及率逐渐饱和。数据还显示,截至2013年12月,中国手机网民规模达到5亿,年增长率为19.1%,手机继续保持上网第一大终端的地位。网民中使用手机上网的人群比例由2012年底的74.5%提升至81.0%,远高于其他设备上网的网民比例,手机是中国网民增长的主要驱动力。^②

表 1-2 2003 年 12 月至 2013 年 12 月网民数量统计表

日期	网民数量(万)
2003.12	7950
2004.12	9400
2005.12	11100
2006.12	13700
2007.12	21000
2008.12	29800
2009.12	38400
2010.12	45700
2011.12	51300
2012.12	56400
2013.12	61800

(数据来源:据中国互联网络信息中心的数据绘制^③)

① 中国互联网络信息中心(CNNIC)第20次“中国互联网络发展状况统计调查”对网民的定义为:半年内使用过互联网的6周岁及以上的中国公民。第19次及以前的“中国互联网络发展状况统计调查”将网民定义为:每周上网不少于一个小时的6周岁及以上的中国公民。“每周上网一小时”的统计口径是为了在互联网起步阶段统计出更具有实质意义的活跃网民数。国际上对网民定义采用较多的说法是“半年内用过互联网的人”。随着互联网的发展和普及,目前我国上网人群已绝大多数是活跃网民,“每周上网一小时”和“半年内用过互联网”这两个统计口径之间调查出来的数据已非常接近(差距在3%以内)。为了能跟国际接轨,CNNIC此次将网民的统计口径从“每周上网一小时”调整为“半年内用过互联网”。

②③ 中国互联网络信息中心:《第33次中国互联网络发展状况统计报告》,http://www.cnnic.net.cn/hlwzfzyj/hlwxxzg/hlwztjbg/201403/p020140305346585959798.pdf。

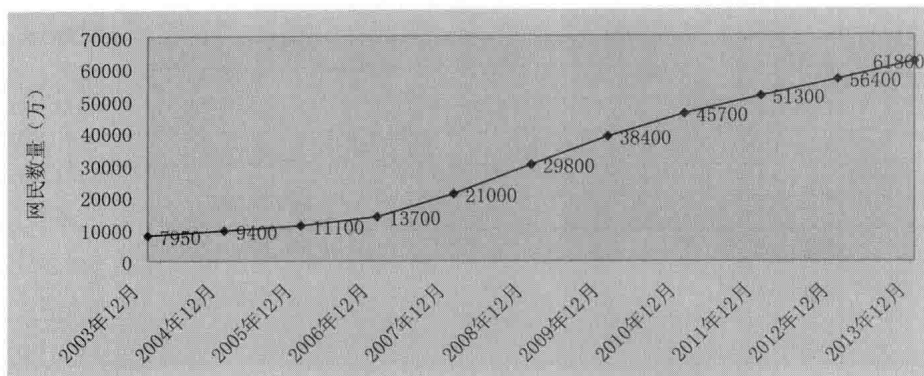


图 1-1 2003 年 12 月至 2013 年 12 月网民数量统计图

(数据来源:据中国互联网络信息中心数据绘制^①)

我国手机用户的数量发展更为迅猛,根据工业和信息化部 2013 年 12 月通信业主要指标完成情况,我国手机用户已达到 122911.3 万户。随着手机用户的快速发展,手机网民的数量也快速增加,使信息的传递更加方便、快捷,也更呈现出网络化特征。如今我们可以看到,很多信息和舆情都是率先从网络发布和传播开来的。随着手机上网的普及,微博用户也越来越多,对于重大事件和爆炸性新闻,网民通常用手机上网,经微博转发,几分钟便可转发数万次,可以说革命性地改变了信息传播的路径和特征,网络舆情的研判、引导与管理对各级政府相关部门来说显得尤为重要。

表 1-3 2003 年 12 月至 2013 年 12 月中国手机用户数量统计表

日期	移动电话(手机)用户(万户)
2003. 12	26869. 3 ^②
2004. 12	33482. 4 ^③
2005. 12	39342. 8 ^④
2006. 12	46108. 2 ^⑤
2007. 12	54728. 6 ^⑥

① 中国互联网络信息中心:《第 33 次中国互联网络发展状况统计报告》, <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hl-wxzb/hlwtjbg/201403/p020140305346585959798.pdf>。

② 数据参见中华人民共和国工业和信息化部:《2003 年 12 月通信行业统计月报》, <http://www.miit.gov.cn/n11293472/n11293832/n11294132/n12858447/12864342.html>。

③ 数据参见中华人民共和国工业和信息化部:《2004 年 12 月通信行业统计月报》, <http://www.miit.gov.cn/art/2005/01/21/n11293832/n11294132/n12858447/12864257.html>。

④ 数据参见中华人民共和国工业和信息化部:《2005 年 12 月通信行业统计月报》, <http://www.miit.gov.cn/art/n11293832/n11294132/n12858447/12864172.html>。

⑤ 数据参见中华人民共和国工业和信息化部:《2006 年 12 月通信行业统计月报》, <http://www.miit.gov.cn/art/n11293832/n11294132/n12858447/12864088.html>。

⑥ 数据参见中华人民共和国工业和信息化部:《2007 年 12 月通信行业统计月报》, <http://www.miit.gov.cn/n11293472/n11293832/n11294132/n12858447/12864004.html>。

续表

日期	移动电话(手机)用户(万户)
2008. 12	64123. 0①
2009. 12	74738. 4②
2010. 12	85900. 3③
2011. 12	98625. 3④
2012. 12	111215. 5⑤
2013. 12	122911. 3⑥

(数据来源:据中华人民共和国工业和信息化部数据绘制)

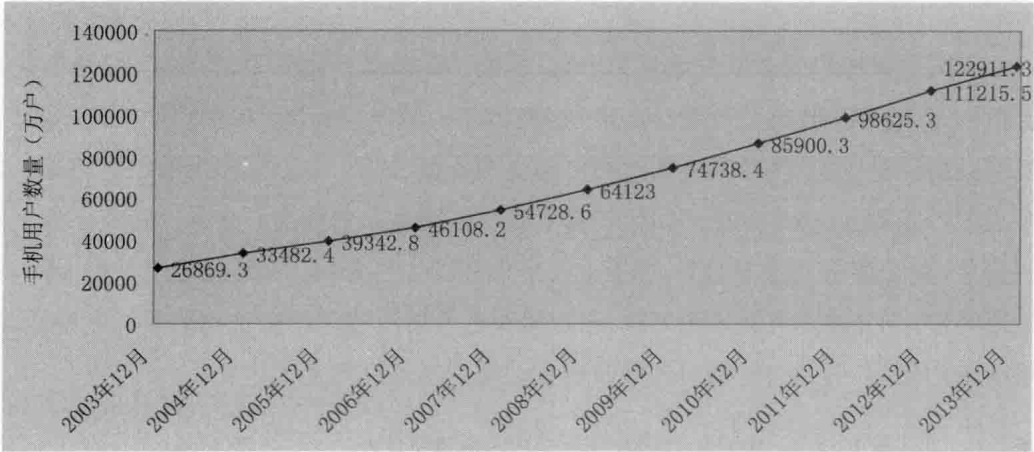


图 1-2 2003 年 12 月至 2013 年 12 月手机用户数量统计图

(数据来源:据中华人民共和国工业和信息化部数据绘制)

从上述两项数据可以看出,中国网络得到了快速发展,逐渐成为人们信息交流和沟通的主要渠道,为此,新的信息传播渠道也给各级政府提出了新的挑战。可以预见的是,各级政府也将越来越重视和关注网络信息的传播以及网络舆情的引导。

① 数据参见中华人民共和国工业和信息化部:《2008 年 12 月通信业主要指标完成情况》, <http://www.miit.gov.cn/n11293472/n11293832/n11294132/n12858447/12864623.html>。

② 数据参见中华人民共和国工业和信息化部:《2009 年 12 月我国通信业主要指标完成情况》, <http://www.miit.gov.cn/n11293472/n11293832/n11294132/n12858447/12985105.html>。

③ 数据参见中华人民共和国工业和信息化部:《2010 年全国电信业统计公报》, <http://www.miit.gov.cn/n11293472/n11293832/n11294132/n12858447/13578942.html>。

④ 数据参见《2012 年 1 月通信业主要指标完成情况(二)》, <http://www.miit.gov.cn/n11293472/n11293832/n11294132/n12858447/14495243.html>。

⑤ 数据参见《2012 年全国通信业运行状况统计分析》, <http://www.cctime.com/html/2013-1-24/20131241224183494.htm>。

⑥ 数据参见中华人民共和国工业和信息化部:《2013 年 12 月通信业主要指标完成情况(二)》, <http://www.miit.gov.cn/n11293472/n11293832/n11294132/n12858447/15858099.html>。