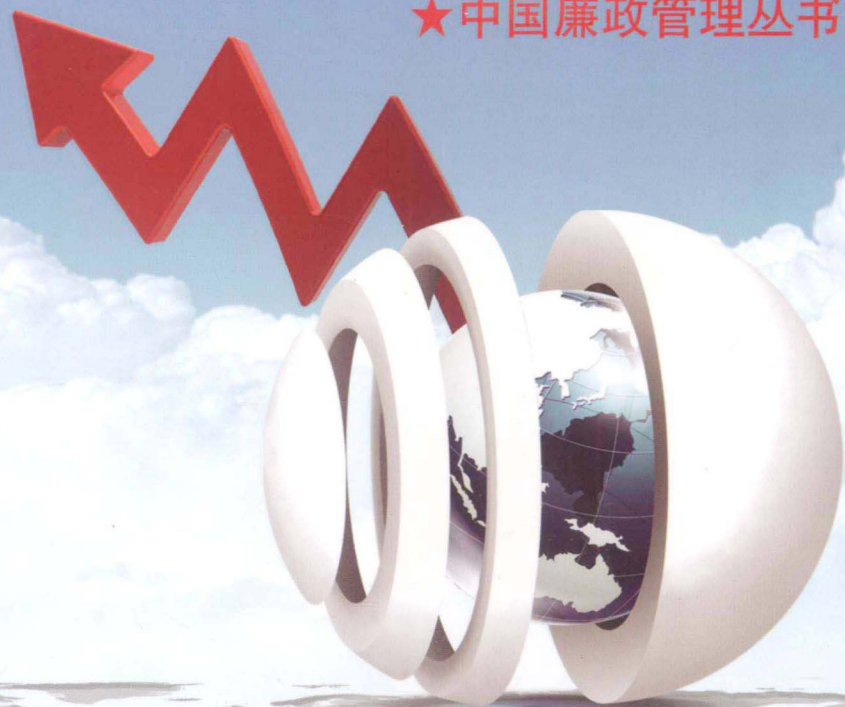


★中国廉政管理丛书



董英豪 陈玉荣 著

微时代的 危机公关



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

中国

董英豪 陈玉荣 著

微时代的 危机公关



中国水利水电出版社
www.waterpub.com.cn

内 容 提 要

本书在介绍微时代危机公关基本概念、特点、原则及意义的基础上，重点从实际案例入手，阐述了微时代的政府或企业在灾难事情发生后，如何学会运用新媒体来正确地引导舆情、了解其利益相关者的言行举止、密切监测品牌或产品服务的网络口碑，控制事态的发展，杜绝危机的快速传播，并对如何防范和应对危机提出相应的解决方案和措施。

图书在版编目（C I P）数据

微时代的危机公关 / 董英豪，陈玉荣著. -- 北京：
中国水利水电出版社，2013.6
（中国廉政管理丛书）
ISBN 978-7-5170-0988-7

I. ①微… II. ①董… ②陈… III. ①公共关系学—
研究 IV. ①C912.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 142602 号

书 名	中国廉政管理丛书 微时代的危机公关
作 者	董英豪 陈玉荣 著
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路 1 号 D 座 100038) 网址: www.waterpub.com.cn E-mail: sales@waterpub.com.cn
经 售	电话: (010) 68367658 (发行部) 北京科水图书销售中心 (零售) 电话: (010) 88383994、63202643、68545874 全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京双子山峰文化传媒有限公司
印 刷	三河市鑫金马印装有限公司
规 格	170mm×240mm 16 开 23.5 印张 330 千字
版 次	2013 年 6 月第 1 版 2013 年 6 月第 1 次印刷
印 数	0001—2000 册
定 价	48.00 元

凡购买我社图书，如有缺页、倒页、脱页的，本社发行部负责调换
版权所有·侵权必究

中国廉政管理丛书

编辑委员会

顾问

- 顾秀莲 全国人大常委会原副委员长，全国妇联原主席，中国关心下一代工作委员会原主任
- 蒋正华 著名人口学家，全国人大常委会原副委员长，农工民主党中央原主席
- 李成瑞 著名经济学家，统计学家，国家统计局原局长，原国家主席李先念秘书
- 王梦奎 经济学家，中共中央办公厅研究室原主任
- 高尚全 原国家体制改革委员会主任
- 李连仲 中共中央政策研究室经济局局长
- 谢恒达 中央纪律检查委员会信访局原副局长
- 宋树友 农业部原副部长
- 张文范 原全国老龄委员会主任
- 周天勇 中共中央党校国际战略研究所副所长、教授
- 陈文玲 国务院研究室综合司司长

主任

- 田淑兰 国家教育部党风廉政建设领导小组副组长，中共中央纪律检查委员会驻教育部纪检组组长
- 朱朝英 国家民政部监察局局长，党风廉政建设领导小组办公室副主任

副主任

- 霍建国 国家商务部研究院院长
- 张佑才 全国人大常委会财政经济委员会原副主任委员，财政部原副部长

执行主任

董英豪 中国地方政府管理研究所国际交流中心主任

陈玉荣 《中国信息报》副主编

委员

任兴洲 国务院发展研究中心市场所所长

向 欣 国家商务部流通业发展司司长

董俊山 中共中央宣传部宣教局副局长

刘福垣 国家发展和改革委员会宏观经济研究院原副院长

贾 康 国家财政部财政科学研究所所长

靳东升 国家税务总局税收科学研究所副所长

陈 忠 中国地方政府管理研究所副所长

陈乃醒 中国社会科学院中小企业中心主任

章 政 北京大学经济学院副院长，信用研究中心主任

吴晶妹 中国人民大学财政金融学院教授，博士生导师

何炼成 西北大学经济管理学院教授，博士生导师

林钧跃 中国市场学会信用工作委员会副主任

张滋生 中国犯罪学研究会常务理事，预防犯罪专业委员会秘书长

何传启 中国科学院中国现代化研究中心主任，中国现代化战略研究课题组组长

张 弥 中共中央党校科社部教授，经济学博士

马家辉 香港社会学博士、文化评论学者、台湾问题研究员

福瑞特 美国克里夫兰市肯特州立大学信息传播学院与大众传播系主任、教授

来向武 西北大学公共传播研究所所长、清华大学传播学博士后、中国人民大学新闻学博士

大 卫·法林顿 著名国际犯罪学专家，剑桥大学博士

罗伯特·蒙代尔 诺贝尔经济学奖得主，哥伦比亚大学经济学教授

总序言

ZONGXUYAN

现代化是中华民族几代人的奋斗目标，无数中华民族的优秀儿女为此前赴后继、浴血拼搏。记得毛泽东同志在研究中国民主革命问题的时候，曾经在《中国革命战争的战略问题》一文中有过这样一段极为精彩的话语，他老人家指出：“战争的规律——这是任何指导战争的人不能不研究和不能不解决的问题；革命战争的规律——这是任何指导革命战争的人不能不研究和不能不解决的问题；中国革命战争的规律——这是任何指导中国革命战争的人不能不研究和不能不解决的问题。”

现在，中国正在进行伟大的“第二次革命”——中国社会主义现代化建设。无论从深度和广度，还是从艰巨性和复杂性而言，都是绝不亚于中国民主革命的那场第一次革命的。中国民主革命的胜利，正如毛泽东同志所说是新的“万里长征第一步”，现在我们正在进行这场新的万里长征。如何夺取这场新的革命长征的最后胜利？上述毛泽东同志的话，正是对我们的谆谆教导。我们不妨类比地写道：“现代化规律——这是任何指导现代化事业的人不能不研究和不能不解决的问题；社会主义现代化的规律——这是任何指导社会主义现代化事业的人不能不研究和不能不解决的问题；中国社会主义现代化的规律——这是任何指导中国社会主义现代化事业的人不能不研究和不能不解决的问题。”

“看似寻常最奇崛，成如容易却艰辛”。新中国成立以来，特别是改革开放30多年来，我国社会主义现代化建设取得了举世瞩目的巨大成就，从经济规则到道德规范，从民主政治到社会管理，从社会保障到文化建设，从局部突破到顶层设计，都发生了翻天覆地的变化，国际影响力显著增强，已经从2002年的经济总量排名世界第六位跃居为2012年的世界第二位的历史性跨越，负责任的大国形象逐渐确立。但是，我们的经济基础还很薄

弱，我国人均产值还很落后，比起发达的资本主义国家，我国的科学技术水平还有差距。社会主义初级阶段还要经历相当长的时期。随着党的十八大的召开和新的中央领导集体的形成，一个现代化历程的新时代将展现在国人的面前。英国前首相布朗在贺函中说，中共十八大即将做出的决策不仅对中国人民意义重大，也将对世界其他国家产生重要影响。我坚信，党的十八大将为中国继续坚持和平发展道路、保持经济可持续增长、建设高效的现代化国家和实现更大程度社会公平与公正奠定基础。

正如习近平总书记在党的十八大会议上指出：“中国在改革开放和现代化建设过程中，在不断总结自身经验教训的同时，也注意借鉴其他国家的经验教训。经过改革开放 30 多年来的努力，中国取得了不小的发展成就。在这个过程中，中国人民享受了前所未有的开放和自由，中国的人权事业取得了举世瞩目的成就，这其中的关键就在于找到了一条适合中国国情的发展道路。中国将坚定不移地沿着这条道路走下去。”

鉴古而知今，读史以明志。我国近现代历史已经昭示，只有中国共产党才能救中国，只有中国特色社会主义，才能发展中国，才能把中国带向光明的未来。中国特色社会主义事业，是一项前所未有的伟大事业。这项事业，就是全面建设小康社会，实现社会主义现代化，并通过社会主义现代化，实现中华民族的伟大复兴。完成中国特色社会主义事业宏伟大业，这是当代中国共产党人的历史责任。在这伟大事业的进程中，我们必须坚持解放思想，研究新情况，解决新问题，不断深化对中国特色社会主义的认识，进而实现理论创新、体制创新和科技创新；我们必须坚持改革开放，通过改革开放，不断解放和发展生产力，为中国特色社会主义奠定雄厚的物质基础；我们必须坚持科学发展，社会和谐，转变发展观念，创新发展模式，提高发展质量，建设资源节约型、环境友好型社会，在经济发展的基础上，注重社会公平，实现人与人、人与社会、人与自然的和谐，实现经济社会又好又快地发展；我们必须坚持全面建设小康社会，通过全党和全国人民坚持不懈努力，到 2020 年实现全面建设小康社会的目标，把我国的社会主义现代化建设不断推向前进。

但是，改革开放必将贯彻整个现代化进程，只有改革开放才能走出一条中国特色社会主义道路，才能使我们的经济和社会发生更大的变化，给

人民带来更多的实惠，我们的民族才能在世界民族之林昂起头来，坚强不倒。随着改革开放和社会主义市场经济的不断发展，党风廉政建设面临着许多新情况、新问题，要使党风廉政建设和反腐败斗争取得新的更大成效，我们就必须在坚持与时俱进，探索新路子，总结新经验的同时，善于借鉴历史留给我们的经验教训。

目前中国正处在改革开放和社会主义现代化建设承前启后、继往开来的关键时刻，多重转型的叠加和各种矛盾的累积，特别是不平衡、不协调、不可持续问题需认真加以解决，我们面临的挑战和困难不少，使我国的社会主义现代化建设的体制转轨和制度重建时具有前所未有的复杂性，不会有简单的办法解决转型中的所有问题，也不可能一夜之间解决所有问题。为此，我们在讨论、制定改革和发展战略的时候，需要警惕那种乌托邦式的思维方式，需要充分考虑中国问题的长期性和系统性。这个历史性命题尤其显得重要，显得紧迫。至于说为什么是现代化历程的关键跨越呢？我认为至少有下面几重含义。

一、新起点、新阶段要有新的目标和新的要求。改革开放 30 多年来，我国经过全国人民的共同努力和艰苦奋斗，已经站在了一个新的起点上，促进我国新的发展是全国人民的共同心愿。面对国内外环境的复杂变化和重大风险挑战，中国经济能不能在新时期的竞争中实现“十二五”规划的经济发展目标，能不能实施正确而有力的宏观调控，充分发挥我国社会主义制度的政治优势，充分发挥市场在资源配置中的基础性作用，使国家面貌发生新的历史性变化，现在正是打下基础的关键时刻。

二、中国的社会主义改革，中国社会主义现代化事业，经过 30 多年来百折不挠的努力和持续渐进的推行，现在已经到了质的飞跃的关键时刻。能否完成这一质的飞跃，将决定中国社会主义现代化事业的成败。

三、在中国社会主义改革和现代化建设取得辉煌成就的同时，也出现和积累了许多问题，现在也已到了非要解决这些问题的关键时刻了。如果不能顺利解决这些问题，就可能成为中国社会主义现代化事业前进的羁绊，根本无法实现中国现代化历程的关键跨越。

这不是被动的策略性选择，而是对新情况新问题的主动应对，是发展观嬗变之路上的重大突破。准确把握国情世情，深刻认识发展规律，理论

意义与实践意义相得益彰。在“为谁发展”上高扬人本旗帜，在“怎样发展”上坚持科学要求，经济发展和社会发展相辅相成。保持中国现代化建设的连续性，增加人类发展道路的丰富性，历史意义与创新意义相互辉映。科学发展观树立起中国特色社会主义理论的又一座里程碑，呈现出当代共产党人对于发展规律的深刻思考。

正是在这样的关键时刻，青年学者董英豪、陈玉荣两位作者共同合作，撰写了中国廉政管理丛书。丛书全面总结和展示了党的十一届三中全会以来全国廉政管理系统取得的理论成果、制度成果和实践成果，具有很强的思想性、理论性、指导性，对于丰富新时期反腐倡廉理论，进一步加强廉政管理系统建设，弘扬社会主义先进文化具有重要意义，不仅是中华民族的优秀文化传统，也是中国社会主义民主的崭新体现。

我不敢说他们所提问题都十分准确，观点都绝对正确。但是，万事开头难。即使先行者的错误，也会是后继者正确的先导。因此，我敢说，这是一项有重大价值的工程，是一切关心中国社会主义现代化事业的人值得认真关心的事业。而本书的两位作者所提出的建立中国现代化转型时期关键跨越的创造性思维，是供人们进一步思考的阶梯，应当引起学界与社会的关注。这种研究当然要求高度的专业训练与技术能力，但人文知识分子的学术良心与社会正义感更是不可或缺的。中国社会主义现代化的问题和规律，无法也不可能依靠别人来解决，只有脚踏实地地站在中国大地上为中国社会主义现代化卧薪尝胆地耕耘的人们，才可能真正认识、透彻了解和认真解决它。历史已经显示，并将越来越证明，2013年是中国命运的关键一年。让我们在以习近平同志为总书记的党中央的坚强领导下，在国际国内局面错综复杂的情势下，深刻把握国际国内两个大局，抓住战略机遇期这个关键，走出一条举世瞩目的中国道路，并一定能够把中国现代化历程更辉煌的历史写在未来的。

李成瑞

2013年2月6日

于北京

(作者系国家统计局原局长，原国家主席李先念秘书)

前言

QIANYAN

当今社会越来越多的事物被冠以各种“微”字的名号占据了人们的新生活，从微博、微信、微小说，到当下炙手可热的微电影、微旅行、微力量、微公益，等等。他们都以微小的特点，传递着微信息、写着微博、制造着微语录、进行着微公益，将话语权散播到世界的各个角落，不仅带来了信息传播的高效率，而且其传播力、互动性、影响力似乎都要比博客、网络论坛等网络载体强得多。这些从草根中来、到草根中去的新鲜事物，自主、便捷、随时、随地，越来越贴近人们的日常生活，已由初期的普通社交平台发展成为继新闻、论坛之后又一新兴舆论集散地。微事物如雨后春笋般登上互联网舞台，让现代化的中国悄然进入了一个前所未有的微时代。

正如美国著名传播学大师麦克卢汉曾经提出：“媒介是社会发展的基本动力，也是区分不同社会形态的标志，每一种新媒介的产生与运用，宣告我们进入了一个新时代。”现在，越来越多的网民纷纷转入这一载体，不仅使传统媒体更加边缘化，就连其他几个前几年人气旺盛的网络载体，如网络论坛、博客、贴吧等也风光大不如以前。门户网站的新闻影响力也在降低，新闻跟帖数量大大减少。社会网络的传播机制的种种迹象昭示着信息传播“微时代”的来临。通过微事物的出现与发展分析出如今社会文化的趋向，发掘出微事物出现的原因并折射出当代人们的社会生活。

但是，随着社会化媒体全面步入微时代，政府或企业面对浩如烟海的网络资源爆出的危机事件却层出不穷。纵观近年来发生的一系列重大公共舆论和热点事件，基本上都与微时代中的微博等有着千丝万缕的联系。不是在微博上引发，就是在微博上放大。不论是江苏省溧阳市某局长“微博开房”，还是“郭美美事件”，再到四川省会理县领导“悬浮照”，诸多

热点事件似乎都是在微博上酝酿、发酵。以“郭美美事件”为例，无数“微友”参与爆料，相关发言就有64万余条。这既让人看到微博的巨大力量，也让社会管理者看到，网络与现实，无论是舆论场还是社会管理，都在打通交织，成为一体。“开房局长”自以为微博调情不会为人所知，却在网民围观中付出了沉痛的代价；而“悬浮照”曝光后，当地政府通过微博及时道歉，避免了又一起“虎照风波”。

目前仅新浪微博用户就已突破1.4亿。微博风生水起，客观上推动了地方政府和领导干部公共沟通和舆情应对能力的提升。从陌生、茫然，到积极研究、利用，微博问政已经成为很多地方的执政实践。近日，广东省、浙江省等地组织领导干部参加有关微博的学习和研讨，南京市规定突发事件发生1小时内要进行微博发布，都是可喜的探索和尝试。

根据复旦大学发布的《中国政务微博研究报告》，到今年3月，实名认证的政府机构微博仅1708个，政府官员微博仅720个。巨大反差反映出一些社会管理者对这片舆论阵地的陌生。尽管一些领导干部还不能适应微博时代的舆论新格局，但公众通过微博介入公共事务、表达个人观点，已经成为不可逆转的现象。涉及到政府决策、公共管理、领导言行的话题，往往能迅速成为热点。实际上，微博上大多数人的“围观”或参与，归根到底还是出于关注地方政府工作的善意，出于帮助地方政府改进不足的诚意。正是这样的善意和诚意，使微博可以成为一个回应关切的最好平台。如果扬长避短、因势利导地做好舆论沟通和引导，积极通过微博平台了解民意、汇集民智，及早发现问题、处置问题，完全可以构建一个广泛参与、有序互动的微博舆论新环境，使微博成为社会情绪的“减压阀”、官民关系的“润滑剂”。

从传播学角度来说，微博时代下每个个体都是大众传播的重要环节。微博作为一种新媒体，它所具有的裂变式的极速传播方式改变了我们的信息环境与思维方式。微博信息传播的碎片化、泛娱乐化以及平庸化倾向，看起来似乎容易把主流声音淹没在众多的情感宣泄和无意义的呻吟之中。但是一旦遇到那些涉及公共利益与公共话题的事件时，就能够很快地在微博上被扩散，意见被聚合形成舆论场。尤其是当微博上的“名人”和认证博主介入后，微博的“放大器”作用就更为明显。据2012年中国传媒大

学网络舆情(口碑)研究所统计,微博已经成为我国第二大舆情源头,形成了当前一个最重要的舆论场。那些反映当今社会主要矛盾的事件、与弱势群体相关的事件极易引起微博作者的共鸣,并有可能在短时期内形成强大的微博传播信息流、评论流和转发热潮,以此引起网络世界的广泛关注和网络舆论的形成。

那么,在“微时代”背景下,到底我们应该如何利用以“微博”为代表的微时代的新型社交媒体网络所引爆的传播力量,根据这些新媒体的特点和需要,正确地引导网络舆情,迎接互联网时代的新问题和新挑战,重新赢得公众对企业或政府产生负面的评价甚至失去信任呢?在此背景下,微时代的危机公关就显得尤为重要。

为此,本书专门以《微时代的危机公关》为题,在介绍微时代政府危机公关和企业危机公关的基本概念、特点、原则及意义的基础上,重点从实际案例入手,阐述了微时代的政府或企业在灾难事情发生后,如何学会运用微时代的新媒体微博来正确地引导舆情、了解其利益相关者的言行举止、密切监测品牌或产品服务的网络口碑,控制事态的发展,杜绝危机的快速传播,并对如何快速高效地运用微时代的有效工具,如何有效地互动,如何加强管理和规避风险等,提出了一些具体的操作建议。

希望本书的出版能够对政府部门和企事业单位在新的舆论格局形势下开展新闻发布、舆论引导和危机公关工作有所裨益。但由于水平有限,恐怕会力有未逮。另外,书稿中也肯定有许多不当之处,敬请广大读者朋友、各位专家学者和业界同仁,提出宝贵的意见和指正。

董英豪 陈玉荣
2013年5月15日
于北京

目录

总序言

前言

第一章 导论.....1

 第一节 问题的提出.....2

 第二节 研究目的和意义.....26

 第三节 概念的厘清和国内外的研究现状.....33

 第四节 研究目标和内容.....62

 第五节 研究方法和可能的创新.....64

 第六节 研究框架安排.....67

第二章 微时代公关危机的相关理论评述.....69

 第一节 危机公关管理理论的评述.....69

 第二节 对知情权理论的评述.....73

 第三节 利益相关者理论评述.....84

 第四节 博弈论理论评述.....89

 第五节 议程设置理论评述.....95

 第六节 形象重塑理论评述.....108

第三章 微时代的发展及其对危机信息的传播作用和影响.....116

 第一节 微时代微博的发展历程.....117

第二节	微时代微博的功能设置·····	126
第三节	微时代微博的传播特点·····	135
第四节	微时代微博的优劣势分析·····	144
第五节	微时代的环境变化及其对危机公关的影响·····	154
第四章	微时代微博的危机传播现状及其引发危机的原因·····	158
第一节	微时代微博危机信息的传播现状·····	158
第二节	微时代危机信息传播的类型和特征·····	186
第三节	微时代微博危机信息传播的途径和内容·····	190
第四节	微时代微博危机信息传播对传统公关的挑战·····	195
第五节	微时代微博危机信息引发的原因·····	197
第五章	微时代企业危机公关面临的挑战及应对策略·····	210
第一节	微时代企业危机公关面临的挑战及原因·····	211
第二节	双汇“瘦肉精”事件企业危机公关案例分析·····	230
第三节	微时代企业危机公关处理的原则·····	235
第四节	微时代企业危机公关的处理方式和对策·····	245
第五节	微时代企业公关人员的危机公关策略·····	252
第六章	微时代政府危机公关的角色定位、 传播特点和应对策略·····	266
第一节	微时代政府危机公关的角色定位分析·····	267
第二节	微时代政府危机公关的功能定位·····	275
第三节	微时代政府危机公关的传播特点·····	297
第四节	微时代政府危机公关面临的新困境·····	303
第五节	微时代政府危机公关的新要求·····	306
第六节	微时代政府危机公关实证案例和 公关失当及原因剖析·····	312

第七节 微时代政府危机公关的处理原则和应对策略·····	325
第七章 研究结论和建议·····	349
第一节 研究结论·····	350
第二节 后续的研究和建议·····	351
参考文献·····	354
后记·····	355

第一章 导 论

当今社会各种“微”占据着我们的新生活，比如微小说、微电影、微信、微博、微力量、微公益，等等，他们都有“微小”这一特点。这些从草根中来、到草根中去的新鲜事物，越来越贴近人们的日常生活，为大众所喜爱，并带动了一场全民参与的微时代公关活动的新高潮，标志着我们已经渐渐进入了一个前所未有的微时代。同时，这场改变人际交流方式、刷新人们交流观念的革命如火如荼，盛行的文化传媒现象必然酝酿并昭示着一定的趋势，而通过以微博为首的微时代的出现与发展，分析出当今社会文化的趋向，发掘出微时代出现的原因，并折射出当代人们的社会生活。

如果按弗洛伊德的心理理论来看待微博与微信，微信乃本我，微博乃超我，而如今微博与微信都具有了本我与超我的功能，其实是一件好事，这叫互相利用、优势互补，客户体验度好就够了，我们消费者才会去继续用你的东西。无论你们商家之间怎么开展争夺战，最终落脚点还是用户体验度。今天，我们就从心理学角度来分析微博和微信的社交属性和媒体属性。根据2012年7月19日，中国互联网络信息中心在京发布的《第30次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2012年6月底，我国微博用户数达到2.74亿，较2011年底增长9.5%，其中手机微博延续2011年快速增长的势头，手机微博用户数量由2011年底的1.37亿增至1.70亿，增速达到24.2%，微博在手机网民中的使用率提升5.3个百分点至43.8%，成为使用率增幅最大的手机应用。以微博作为传播媒介代表，以短小精炼作为文化传播特征的微时代正悄悄地改变着人们的生活方式和社

交方式，微博的异军突起成为备受追捧的舆论新阵地，网络成为促进社会民主开放和健康平衡的一个重要平台，同时也促进了微力量的崛起。

回顾近几年发生的“郭美美微博炫富”、“小悦悦事件”、“7.23温州动车事件”、“甘肃正宁校车事故”、“药家鑫案”、“山东泰安袭警事件”、“涉日保钓事件”……这一个个事件都显示出微力量的强大，它决定着事态的发展，成为推动社会改良的中坚力量。在此微时代下，政府或企业由于具有特殊的政治性和敏感性，极易成为舆论关注的“焦点”，舆情应对工作面临着前所未有的挑战。政府或企业如何正确认识微博的传播特性，如何在微时代下有效提高对于舆情的应急处置能力，是摆在我们面前的一个重要的课题。为此，从本章开始，作者将结合微时代到来后的文化背景，简要阐述以微博为首的微时代新媒体的新特征、新问题和新的挑战。以期当下政府或企业和更多的人懂得趋利避害，积极能动地利用微时代的新媒体服务自身，服务生活，服务社会。

第一节 问题的提出

传媒大师麦克卢汉说过，媒介是区分不同社会形态的重要标志，每一种新媒介的产生与运用，都宣告一个新的时代的来临。当前，随着信息技术的迅速发展，以“微博”为代表的微传播迅速影响着人们的思想行为，人们写着微博客、制造着微语录、尝试着微阅读、进行着微公益，这些细微的语言和行为反映着人们内心世界的细微变化，并进行着相互的细微影响。一个新的时代——“微时代”已经悄然来到我们跟前。微时代是当今快速的社会生活催生的产物。如果说互联网是对传统媒体的一次革命，那么微时代的各种微产物就是对互联网的一次革命。微时代来临，微博作为微时代传播媒介的代表，已经成为政府或企业对外沟通的重要平台；同时，微博又在各类危机的爆发、传播和升级中扮演起愈加重要的角色。政府或企业如果运用得当可为其带来巨大利益，反之亦可成为杀伤力巨大的武器。

在微时代里，人们付诸行动更愿听从自己内心的感受，参与意识普遍增强，对热点事件或者是生活小事，人们大都愿意通过微传播的方式表达自己的意见和看法。在微时代里，微民用属于自己的声音，用自己的方式，凝聚起无组织的强大力量，作为时代一个微小的碎片，尽己所能，拼出时