



2015年 河北省互联网发展报告

2015NIAN HEBEISHENG HULIANWANG FAZHAN BAOGAO

河北省互联网信息办公室 著



河北人民出版社



2015年 河北省互联网发展报告

2015NIAN HEBEISHENG HULIANWANG FAZHAN BAOGAO

河北省互联网信息办公室 著



河北人民出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

2015年河北省互联网发展报告 / 河北省互联网信息办公室著. — 石家庄: 河北人民出版社, 2016.11
ISBN 978-7-202-11522-0

I. ①2… II. ①河… III. ①互联网络—研究报告—河北—2015 IV. ①TP393.4

中国版本图书馆CIP数据核字 (2016) 第294354号

书 名 2015年河北省互联网发展报告
著 者 河北省互联网信息办公室

责任编辑 王 颖 赵 蕊
美术编辑 于艳红
封面设计 张 宾
责任校对 余尚敏

出版发行 河北人民出版社 (石家庄市友谊北大街330号)
印 刷 石家庄市汇文印刷有限公司
开 本 787毫米×1092毫米 1/16
印 张 17.75
字 数 217 000
版 次 2016年11月第1版 2016年11月第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-202-11522-0
定 价 60.00元

版权所有 翻印必究

编委会名单

编委会主任：张砚平

编委会常务副主任：牛兰东

编委会副主任：陈莉萍

编委会成员：张砚平 牛兰东 陈莉萍 葛 军

苗鹏飞 李 静 刘 建 梁跃民

仝文瑶

主 编：梁跃民

目 录

基本情况篇

河北省网络舆情引导研究报告·····	3
河北省移动政务新媒体发展报告·····	25
河北省网络文化发展报告·····	46
河北省领导干部的新媒体素养基本情况报告·····	73

专项研究篇

河北省主流媒体移动端转型发展报告·····	99
河北省利用互联网传播社会主义核心价值观调查报告·····	120
河北省智慧城市建设的问題与对策研究·····	141
河北省微电影发展报告·····	166

对策建议篇

河北省网络环境治理基本情况及对策建议·····	189
河北省移动互联网发展策略研究·····	208

河北省县级媒体融合发展报告.....	231
河北省互联网高端人才需求调查报告.....	253

附 录

党的十八大以来重要互联网政策法规文件名录.....	275
---------------------------	-----

后记	277
----------	-----

基本情况篇

河北省网络舆情引导研究报告

中国互联网信息中心（CNNIC）发布的《第37次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2015年12月，中国网民规模达6.88亿，全年共计新增网民3951万人，增幅较去年略有提升。互联网普及率为50.3%，较2014年年底提升了2.4个百分点。手机网民规模达6.20亿，较2014年年底增加6303万人，网民中使用手机上网人群占比由2014年的85.8%提升至90.1%。这样的数字意味着网络愈发成为舆论生成和演变的重要平台，而现实也不断证明了这一点。2015年，全国大量舆论事件在网络生成并发酵，持续影响现实生活。如何看待和引导网络舆情已经成为摆在政府相关部门面前的严肃课题。河北省2015年网络舆情事件较多，有些事件持续发酵，影响较大。随着网络舆情应对意识的不断清晰和应对能力的成熟，2015年河北省网络舆情态势总体平稳，舆论生态环境明显改善，呈现出舆情应对的正向发展。

一、河北省网络舆情概况

（一）议题结构特征

1. 题材范围

从2015年河北省热点网络事件来看，热点事件话题涉及

多个领域，话题主要分布在京津冀一体化、吏治反腐、涉法涉警、教育舆情、突发事件等方面。其中，关于京津冀一体化的热点话题主要为张家口成为2022年冬奥会举办城市。由于它很大程度上促进了张家口以及河北经济的发展，也事关京津冀发展一体化，所以，一度成为河北网络热点话题。另外，关于吏治反腐的“河北检察官授课稿透露刘铁男、谷俊山等贪腐细节”也在事件发生后一度引起众多的关注。热点话题关于涉法涉警的事件，如：“石家庄灵寿县民警过劳殉职”一事。该事件的广泛传播，引起了广大民众对警察的深刻敬意和守法护法的决心。另外，关于教育的舆情也是历年来长盛不衰的热点话题，如“衡水二中教学楼装防护栏”一事，此消息在4月20日曝光后便引发了媒体的转载，事件持续发热了一周之久。

除了以上几个方面，河北省热点网络事件中谣言诈骗、环保治污、食品安全等话题也引发了较大关注。比如：“河间假微信引来真爱心”，一条假微信引来了一场真的爱心行动；针对严重的雾霾，河北实行尾号限行措施，结果各市的限行尾号没有统一给大家的出行带来不便，“河北多市雾霾限行尾号不统一”的话题一度成为网络热点话题。此外，食品安全也是热点之一，“藁城作坊年产百吨假腰子”曝光后便迅速引发了媒体和网友的关注，当日即达到舆情热度峰值。

从河北这一年的网络舆论热点来分析，与2014年相比，涉冀负面舆情的数量略有下降，非负面舆情占据主流，占比达72%。虽说存在的个别负面舆情事件产生了一定影响，但总体的应对还是及时有效的，处在可控范围之内，并未造成很大的恶劣影响。

2. 时间特征

2015年河北省热点网络事件中，大多数的热点产生的高潮呈现时间都较为集中，一般都是在事件曝出后持续三天左右的高潮，之后会慢慢回落。呈现为一段波峰后，开始直线下降。根据事件性质的不同，会有一些持续时间长度上的差别。在一

些突发事件中，一般都是在媒体报道三天左右，形成关注和讨论的高潮，接着关注度就开始下滑，大致一周左右舆论就会不再。另外还存在个别的由于事件本身的性质或者后续的关注和发展在之后会再次出现关注的小高潮，舆论持续的时间就相对较长。这类事件舆论发生的时间较为分散，呈现小波浪段式的时间特征。

第一种，呈现短时间内单个波峰的案例：石家庄“2011年以来超九成房地产项目涉违法”事件。新华社在3月18日的上午发表文章，指出河北自2011年以来房地产的违法项目数量之多令人震惊，之后，迅速引起百余家网站关注、转载，其中包括腾讯、凤凰网等知名网络媒体。之后，在贴吧论坛等也引起热议，事件从爆发到形成舆论高潮仅仅在几个小时之内。紧接着舆论在高潮中发酵，大批量的评论文章出现，其中重量级的央视也在当天报道关注了这一事件。到第四天，舆论渐渐平息。这就是一般舆论出现的时间特征，事件发生被媒体报道后，迅速出现舆论高潮，在蜂拥的报道和关注中持续三天左右，而后走向平息。

第二种，舆论热点呈现时间分散和热度起伏的特点，表现为波浪式，分为几段高潮。这类事件主要是由于事件本身的发展、媒体的再次关注亦或者是类似事件的再次发生导致再次关注。比如：河北2015年的雾霾，一再将河北推上舆论的风口浪尖。首先刚入冬时，河北的空气质量在全国排名倒数，一度成为各大媒体报道的热点，比如腾讯网的《2015年上半年空气质量“倒数十名”河北占6席》，凤凰网的《河北2015年后两月雾霾日45.9天为历年同期最多》等，都是针对河北严重的雾霾情况所做的各个角度的报道。一时间河北、环境污染、雾霾等一系列关键词成为舆论热点。各大网站、传统媒体的报道让舆论持续。之后，随着报道的减少，讨论度逐渐下降。但在12月初，贴吧一则“北京的雾霾都是从河北吹来的”论断再度将河北雾霾推上舆论高潮，各大媒体开始纷纷针对此事进行评论。

之后，人民网发表文章《专家正名：北京雾霾不是从河北飘来的》，河北的媒体也发声，长城网发表时评《我们都是雾霾的受害者》，针对这个议题发表观点，澄清事实真相，舆论才渐渐平息。所以，在关于雾霾这个再次出现的议题中，舆论引发事件也是呈现波浪式的几段高峰。

3. 议题的长尾表现

目前，网络舆论事件呈现出的影响已远远超过事件本身，由于大量公共事件涉及民生，关注度较高，而相似事件的出现极易勾连出网民在以往舆论事件中积淀下来的情绪和情感，因此舆论事件的发生发酵以及结果往往并不终结于当下。尽管从表面看，事件已趋淡化，相关当事人的处理有了初步结果，网民高涨的情绪逐渐平稳，然而事件带给网民的心理和情感冲击并未结束，沉淀下来形成了深层的立场判断。尤其当事件处理结果和网民期望有差异时，负面情绪会变异成为“刻板印象”，从而在日后任何相似相关的事件出现时再度爆发。如此反复，刻板印象愈加稳固，极大程度上制约良好沟通的形成。

2015年，出现大量与舆论事件相关的网络热词，这些带有强烈情感情绪色彩高度约化的热词成为网民对于舆论事件最直接最有力的判断，不难看出，这些流行词在相当长的时间里会不断地在各类场合反复提及，持续固化着网民对于新闻事件中涉及的人物、地域、部门。对于河北省而言，“雾霾”之于城市整体形象的荫蔽已经缓慢呈现，燕赵千年慷慨文化的符号化标识被天路之收费、天价蟹等伤害，应该引起相关部门关注。

（二）网络舆情生成路径

网络舆情的传播主要通过两大媒介，传统媒体和网络媒体。在舆情发生后，其生成过程中，根据传统媒体和网络媒体所起的不同作用，主要分为四大路径，包括：一、传统媒体触发，之后在网络媒体上形成舆论高潮。二、网络首先发声，紧接着传统媒体开始关注，从而引起舆论高潮。三、网络热点形

成,传统媒体未曾介入或介入有限,但是网络讨论热度不减。

四、传统媒体触发,网络反应平淡。

1. 传统媒体触发—网络

在舆情的生成路径中,第一类就是从传统媒体到网络媒体而形成的一股舆论热潮。传统媒体凭借自身在信息的掌握以及对于事件深度的思考上所具有的优势,首先对事件进行报道,引起网络媒体的关注,网络由于本身具有传播信息速度快,传播范围广,受众多的特点,对于事件一经转载报道,就会迅速引起各方的关注讨论,从而形成舆论高潮。

比如在“衡水二中教学楼装防护栏”事件中,作为传统媒体的《河北青年报》首先曝光此事,紧接着迅速引发网络媒体转发,新华网、光明网、中国新闻网、腾讯网、凤凰网等多家知名网站进行了转载,短时间内在网络上掀起了舆论热潮。

2. 网络—传统媒体

在舆情的生成路径中,还有一种是事件的曝光源头来自网络媒体,紧接着引起传统媒体的关注,在其做了相关的报道后,各方关注度升高,从而形成舆论高潮。

比如“北京雾霾是从河北吹来的”事件中,首先就是在网络媒体中出现,一则名为“北京雾霾是从河北吹来的”的帖子霎时间引起热烈的讨论,紧接着就引起了传统媒体的关注,《人民日报》发表文章对此事进行评论,并对所说的雾霾的来源进行解释,引发更多人的关注,使得舆情热度持续高涨。

3. 网络热点形成,传统媒体未曾介入或介入有限,但是网络讨论热度不减

在热点的舆情中,还有一种是其产生、发展、高潮以及淡出人们的视线,整个过程基本上都是在网络上完成的,且讨论热度一直持续,但传统媒体未曾介入,或者介入的程度很小。比如“河北传媒学院老师被曝猥亵女生”事件。该事件自11月13日在网络曝出后逐步引发社会关注。在持续一周的时间内,微博、微信、论坛网站等网络上讨论的热度很高,并且在今日

头条转载了相关报道后当日舆论热度达到峰值。只有少量的传统媒体提到了此事，但是没有广泛的关注。一直到河北传媒学院在官方微博回应称“将开展全面调查”，舆论热度才开始降温。所以，从整个舆论事件来看，其曝光、被关注以及最后的解决都是通过网络媒体的形式，传统媒体在舆情的生成上起的作用很小。

4. 传统媒体触发，网络反应平淡

网络舆情生成路径中还包括第四种方式，即主要是通过传统媒体形成舆论热潮，引发人们的关注，而网络对于舆情的反应较为平淡。

比如“藁城作坊年产百吨假腰子”事件，该事件是作为传统媒体的《新京报》首先在4月20日做了专版报道，详细披露产自石家庄藁城区的用添加剂黏合而成的“包油”腰子的制售过程，引发了网友和媒体的关注。22日《新京报》再次刊文报道，27日北京、河北两地官方回应，出现两个舆情小高峰；
8 随着相关查处工作的落实舆情热度才趋向平稳。纵观此次事件的舆情热度走势，传统媒体在此次的舆情生成中起了主要的作用，网民关注呈现时间分散和热度起伏的特点。

（三）网络舆情生成过程中平台的表现

任何舆情的生成都需要依靠一定的平台，而在对2015年河北舆情生成的具体相关事件进行分析和研究后发现，其网络舆情的生成过程主要依托这三大类平台：第一类是传统媒体和新闻网站；第二类是论坛社区；第三类是微平台，包括微博、微信等新媒体网络平台。

1. 传统媒体和新闻网站

传统媒体和新闻网站，是网络舆情最主要的生成平台。由于这两种平台本身都具有一定的权威性，受众极为广泛，事件一经其关注和报道，就会在很短的时间内引起较大范围的关注。分析2015年河北省的舆情可知，大多数舆论的发酵、高潮

都是在传统媒体和新闻网站的推动下生成的。

比如“沧州肃宁枪击案”“河北部分钢厂因冬奥会考察限产停产”等事件都是传统媒体的报道与新闻网站的持续关注转载，共同促成了舆情的高涨。

2. 论坛社区

论坛由于本身所具有的内容丰富广泛、参与人群复杂、言论表达自由等特点，很多的舆情的源头都出现在这里。但是相对于传统媒体和新闻网站来说这个平台的权威性和真实性有待考量，所以，对于舆情高潮的出现其所具有的力量还相对较小。

如“石家庄北高营村村支书春节被枪杀”事件，其发生后就是最先被名为“热帖台有人”的网友在百度贴吧石家庄吧曝出的。帖子一发布跟帖就达到了六百多条，网友们纷纷质疑和答问，对于事件的真实性进行确认。有真实了解情况的网友就表示确有其事，当然还是有一些质疑声，所以，总体来说，事件是在小范围内引起了讨论。一周之后，中国新闻网登载该事件的相关报道，并被人民网、新华网等主流媒体纷纷转载，舆论高潮爆发。

3. 微平台

以微博、微信为代表的新媒体在近些年成为舆论生发的重要渠道，微平台开始显示出越来越强大的力量。微博微信拥有较为庞大的群体，其使用者遍布各地，在信息传播上最为迅猛即时，并且由于其言论自由、传播自由，使用者可以对于事件随时进行评论、转发，利用强大的朋友圈和微博圈子，能够在短时间内将事件推上舆论的风口浪尖。

比如河北邢台的“王宝强亲属在南和被撞身亡”舆情中，微博这个微平台就起了关键性的作用。王宝强作为名人，其微博受到的关注度比较高，所以当其在微博上对此事发表声明的时候，迅速引起了大量网友的转发关注，之后微信、秒拍等平台还流传一段王宝强在受害者家拍摄的视频，视频中王宝强

称“撞了人不认错，还去找关系”“这事儿不解决，我绝不回去”。在这样的基础上，网络媒体一经报道，不到半天的时间，就让事件达到舆论高潮。在此事件中，正是由于微博的广泛迅速的传播，微信、秒拍等平台的视频转发推动，才使得这一件看似平常发生的事情成为影响较大的舆论浪潮。微平台成为舆情发生、发展、高潮、平息的主要平台。

（四）网络舆论事件中的受众分析

如今，网络媒体尤其是新媒体得到快速发展，由于其本身具有强大的互动性、开放性、平等性等传播特征，使得受众在网络舆论事件中以前所未有的方式参与到其中，通过这些平台表达自己的观点，并且推动舆情的变化和发展。因此，受众是网络舆论事件中一个不可忽视的重要因素，他们对于舆情的进展起着关键性的推动作用。接下来主要从受众的人群结构、参与程度、参与心理三个方面来对其进行解析。

10

1. 人群结构

网络媒体凭借自身的内容的开放性、传播的广泛性、互动性、活跃性等特点，拥有了大量的使用者和参与者，而这些使用者往往会参与到网络热点事件中，从而推动舆论的生成。在舆情传播的参与者中，人群的结构是相对较为多元的，主要包括三类：第一，与事件相关的当事人和家属；第二，与事件有关的利益共同体；第三，与事件有关的情绪共同体。

首先事件关联的当事人和家属肯定是舆情生成必不可少的一个因素。所以主要来说明后两类人群。与事件有关的利益共同体包括经济共同体和政治共同体。经济共同体与事件的当事人有着类似的经历或者命运，把解决当事人的这件事当作是解决自己的经济利益的一种方式。而政治共同体是指与当事人有着共同的政治立场，希望通过参与这个事件，表达自己的观点看法，从而进行政治参与的群体。他们都是舆论事件的积极参

与者和推动者。

例如，在“内蒙古大量‘高考移民’家长为河北干部”事件中，舆论的推动者大多是一些与高考有着千丝万缕联系的学生、家长，他们大多对高考的公平有着强烈的追求愿望，对于高考的不公平现象敏感而排斥。在这篇报道的近乎八千条评论中，可以看到大多数的人群都是在讨论我国在各地的不平衡的高考政策，从热议的人员来看，经历高考的学生和河北、北京、山东等地的关注高考资源和政策的人居多。他们与高考这个话题有着直接或间接的利益，高考政策的平衡与否对于他们有着一定的影响，所以当事件发生后，这些人通过各种方式纷纷发表看法，也让舆情在短时间内形成。

第三类是情绪共同体，主要是指那些对于突发的事件有着相同的情绪感受，如怜悯、愤怒、兴奋等，他们本身和事件没有直接的关系，只是因为情感的触动而参与到其中，形成一种感情上的共识。他们利用有着共同情绪的人的参与，进行情感观点的阐发和宣泄，形成一种舆论氛围，很多时候是比较激烈的，或强烈支持、喝彩，或强烈反对、指责，往往能够对舆论的发展和转变起到重要的作用，有时甚至会影响舆论的反转。

11

比如，在关于张家口申奥成功的事件中，新闻一经发布，立即引起广泛关注，不论是张家口人还是河北人，亦或是其他各地的人，都将视角转向这里，关注着张家口这座城市。微博微信的个体、网站各个媒体转发相关新闻，发表自己对于此事的心情与祝福。这些人可能本身与张家口主办冬奥会没有直接的关系，但是由于具有共同的爱国情感，一种油然而生的为国骄傲的情绪使得大家一起关注，从而与媒体共同促成一种舆论氛围。当然，这是一种较为正面的舆情事件，在这样的一次舆情中，这些情绪共同体起着重要的推动作用。

2. 参与程度

在网络舆论事件中，受众参与这一点是众所周知的，但是不同的受众，其在事件中的参与程度是不同的。从总体上来