

- ◆ 网络舆情监测与分析实务
- ◆ 大众麦克风时代的舆情观察家



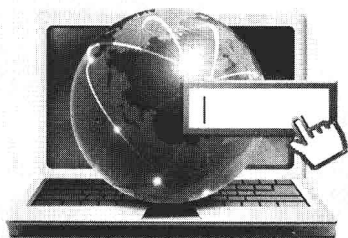
NEWS



如何应对网络舆情？ ——网络舆情分析师手册

人民网舆情监测室◎著

新华出版社



如何应对网络舆情？

——网络舆情分析师手册

人民网舆情监测室◎著
刘鹏飞◎执笔

新华出版社

图书在版编目(CIP)数据

如何应对网络舆情：网络舆情分析师手册 / 人民网舆情监测室著. —北京：新华出版社，2011.10

ISBN 978-7-5011-9758-3

I. ①如… II. ①人… III. ①互联网络—舆论—研究—中国 IV. ①G219.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第206461号

如何应对网络舆情：网络舆情分析师手册

著 者：人民网舆情监测室

责任编辑：张 程

装帧设计：李尘工作室

出版发行：新华出版社

地 址：北京石景山区京原路8号

网 址：<http://www.xinhuaupub.com> <http://press.xinhuanet.com>

邮 编：100040

照 排：李尘工作室

印 刷：河北省高碑店市德裕顺印刷有限责任公司

成品尺寸：170mm×240mm 1/16

印 张：17.25

字 数：200千字

版 次：2011年11月第一版

印 次：2011年11月北京第一次印刷

书 号：ISBN 978-7-5011-9758-3

定 价：35.00元

本社购书热线：(010) 63077122

中国新闻书店电话：(010) 63072012

图书如有印装问题，请与出版社联系调换 电话：(010) 63077101

……前言……

网络舆情监测和分析，在中国是一项崭新和重要的业务。网络舆情研究是在网络舆论影响不断增强的时代背景下产生和发展起来的。综合来看，目前国内有关网络舆情的研究主要继承和借鉴了新闻传播学、社会学、统计学和政府公共管理学四个学科的理论成果。在不同的学科维度中，网络舆情研究逐步形成了本学科的分析与观察视角。

网络舆情研究在新闻传播学维度上，主要集中在网络舆情监测和舆论导向的策略及传播途径、有关网民社会心理的分析、传统新闻与网络传播的规律性研究；在社会学维度上，主要研究网络舆情形成的社会背景、社会分层、过程、变迁、趋势和原因，网络舆情对人格的影响，社会舆论的引导，网络舆情与公共政策、法律制定和法院裁决的关系，以及通过网络舆情预测社会运动等等；在统计学维度上，主要从定性与定量两个方面，研究网络舆论所反映的社会舆论形态和舆论构成关系，媒体评论和网络言论的结构和观点分布，媒体和网民结构与背景的定性与定量分析等；在政府公共管理学维度上，主要研究网络舆情和政府公共决策的关系，另外还包括政府公共治理和政治学课题的研究等。

本书将以舆论传播、社会矛盾和公共管理等为核心概念，介绍网络舆情监测和研判的实务，包括舆情监测取样、分析、研判和应对方法等，还包括舆情工作流程、舆情报告写作规范、舆情从业人员技能和文化素养等，具有较强的专业操作性。本书引用了我国近期重大舆情案例，由个案

■ 如何应对网络舆情

分析上升为一般性舆情研判与应对规律，探讨如何对网络舆情进行科学的监测与研判等。网络舆情实务研究的目的，是推动政府治理和企业管理迈上新台阶，实现从被动应对到主动研究和管理，从感性决策到理性决策。

舆情分析师手册一书收录国内网络舆情领域最新案例和前沿资料，将舆情分析实务理论与舆情分析师日常工作内容结合，以网络舆论数据的科学监测和抽样分析为基础，全面地说明了舆情管理工作中内容（What）、场所（Where）、方法（How）、工具（Tools）、谁做（Who）的问题。网络舆情是党政高层、宣传干部、企业领导、研究学者、舆情分析师、媒体人士和观察人士等共同关心的话题。本书将为您提供网络舆情话题交流、决策和研究的有价值的参考。

…………… ■ 帮领导干部读网 ■ ……………

——序《如何应对网络舆情》

人民网总裁兼总编辑 廖玘

回首改革开放三十多年来，社会主义市场经济和互联网带动了
中国公共空间的发育。今天的中国已经进入“大众麦克风”时代，社会
舆论格局发生明显改变，每一位网民和手机用户都可能成为“公民报
道者”，互联网正在成为“思想文化信息的集散地和社会舆论的放大
器”，在一些突发公共事件中经常成为第一信源。特别是微博客异军突
起，成为新闻曝光和舆论发酵的重要平台。

面对如此庞大的舆论场，职业化的网络舆情分析师开始从传统的
新闻工作队伍中脱颖而出。舆情分析师要从海量庞杂信息中采撷精粹，
帮领导干部读网，还原社会真实的矛盾构成，已经成为网络时代官民
良性沟通、改善社会治理的重要桥梁。

早在 53 年前，毛泽东对晋绥日报社编辑人员发表谈话：“报纸的
作用和力量，就在它能使党的纲领路线，方针政策，工作任务和工作
方法，最迅速最广泛地同群众见面。”而刘少奇同年在西柏坡发表了
《对华北记者团的谈话》：“群众对我们，是反对就是反对，是欢迎就是
欢迎，是误解就是误解，不要害怕真实地反映这些东西……党的政策
到底对不对，允许你们去考察。如果发现党的政策错了，允许你们提

出，你们有这个权利。人民的呼声，人民不敢说的、不能说的、想说又说不出来的话……马克思主义的记者就真正上路了。”老一辈革命家对党的新闻工作使命作了全方位的定位阐述，通过“上情下达”和“下情上达”，达到党和人民、耳目和喉舌、宣传政策与考察政策、宣传党的主张与反映人民呼声的巧妙平衡。这些宝贵的思想，对于 21 世纪的“传媒新角色”——网络舆情分析师来说，具有重要指导意义。

近年来，存在两个舆论场，即以党报、国家电视台、新闻网站为代表的官方舆论场，和以民间口头交流，特别是网络“自媒体”为代表的民间舆论场。两个舆论场的隔阂和对话并存，互联网成为新闻宣传和舆论导向的难点所在。官方媒体的正面宣传在网络社区中经常受到质疑。实践表明，“两个舆论场”重叠的部分越大，舆论引导的针对性和有效性越强。因此，努力研究网络舆情传播规律，帮助党和政府及时准确地把握民意脉搏，咨诤善道、察纳雅言，发现基层社会矛盾，提示政府及早发现和解决，同时让党和政府的声音进入 BBS、博客特别是微博客，促进官民顺畅沟通和良性对话，打通两个舆论场，成为舆情工作者的重要任务。

人民网非常重视“两个舆论场”和网络舆情的研究，人民网舆情监测室自成立以来辛勤开拓，已经成为业界知名的舆情机构，相关成果也多次获得中央有关部门的肯定。这本网络舆情分析师手册是人民网一线舆情工作者的日常工作经验总结，不少内容首次发表。这将有利于国内同行的业务交流，便于外界正确地认识舆情工作的内容和价值，特别是为党政部门、企业和社会团体组建舆情监测队伍提供实用指南。

目前我国舆情研究正不断走向深入，舆情工作需要再接再厉，提高政府对突发事件和社会问题的敏感性和反馈速度，推动政府信息公开，加强和创新社会管理，为转型期中国实现经济社会全面协调可持续发展做出更大的贡献。

……………■ 绪 论 ■……………

网络舆情研究的兴起

互联网进入中国人的视野，是从1994年4月20日开始的。刚开始只是作为一种技术手段，渐渐成为一种新闻传播媒介，真正成为一种言论工具是在1999年5月8日。中国驻南斯拉夫使馆被炸，引起中国民众的强烈愤慨。5月9日晚上，人民日报网络版趁势开通“强烈抗议北约暴行BBS论坛”。网民反应非常热烈，每天帖子上万条。论坛后来改名为“强国论坛”，聚集了一大批关心中国时政的网民，被海内外誉为“天下第一坛”。由此，网络成为在传统媒体之外使民意下情上达的又一个功能更为全面、强大和便捷的渠道。2008年6月20日胡锦涛总书记做客强国论坛，这既是党和国家领导人对网络论坛这种平台的认可和重视，更是对网络民主的发展提供了不可估量的助力。

回顾中国互联网从新技术开始，作为第四媒体进入普通中国人的生活，只有短短的5年时间。网络媒体兴起以后，普通人也可以成为信息发布者、意见表达者，随着Web1.0升级为Web2.0，QQ、MSN等即时通讯工具、SNS社交网络尤其是微博的出现和3G手机等新媒体的蓬勃发展，中国已经进入了网络舆论空前活跃的“大众麦克风时代”。随着网络舆论引发或推动的大量热点事件层出不穷，网络“双刃剑”的作用也不断得以显露，网络舆情逐渐引起了各级党政机关和企业的重视，网络舆情监测和分

析工作正日益成为信息时代各级政府和大小企业的常规性工作，网络舆情分析实务和理论也不断在政企舆情工作实践的基础上得到长足的发展。

一、网络舆论走进历史

中国网络舆论开始对中国社会发展产生普遍而深刻的影响始于2003年，这一年因发生了数起网络舆论热点事件，而被媒体称为“网络媒体元年”。广州大学生孙志刚被收容致死案激起互联网上民怨沸腾，人民网发表评论《孙志刚案是谁在装聋作哑》。国务院在很短时间内废除了旧的收容遣送办法，这是新中国成立以来没有过的。在哈尔滨富家太太宝马撞人案中，网络舆论一度惊动中央，中纪委过问复查宝马撞人案，在事后悄悄惩治了与宝马案相关的法院官员和黑龙江省政协官员。还是在2003年，辽宁黑社会老大案，一审判判死刑，后改成死缓，招来网上一片骂声，最后还是改回了原判。

2003年末有媒体评论，网络舆论的空前影响是集体声音的初步胜利，认为当下一些个案已经看到了集体声音的权威性，虽然它只能通过网络来实现，虽然在权威性上，所有的网络媒体都没有办法和《人民日报》、新华社、中央电视台比，但新浪、搜狐加起来，其影响力肯定会超过央视，如果将人民网和新华网加进来，则抵得上两个央视、二十个《南方周末》的影响力。这也从侧面说明了网络媒体作为主流媒体，已经逐渐受到社会各界的肯定。

紧接着在2007年，网络舆论迎来了第二个高峰。厦门PX事件中，数千名市民走上街头，“集体散步”反对PX化工项目。厦门市民通过手机短信和QQ群来联络和聚集。厦门市政府最后倾听了市民呼声，把PX项目迁往漳州。而活跃知名网友以非媒体身份先后参与信息报道的现象也开始在重庆“史上最牛的钉子户”事件和厦门PX事件中出现。

2007年轰动全国的山西黑砖窑事件起因于河南网友辛艳华以“中原老皮”的网名在大河网论坛的帖子《400位父亲泣血呼救：谁来救救我们的孩子？》，之后多达四位中央政治局常委和一位政治局委员作出严厉批

示，中央多个部委派出联合调查组，赶赴山西洪洞县。在网络民意的强大压力下，山西省在全省发起一场“解救被拐骗农民工、打击黑砖窑行动”，山西省高层领导亲自出面回应和处置，才使事件逐渐平息。

而在华南虎照事件中，陕西省镇坪县农民周正龙拍摄了几十张虎照，随后受到当地政府确认和奖励，陕西省林业厅宣布镇坪发现已经绝迹了20年的野生华南虎。随后，天涯社区的贴图专区里出现了一个帖子《陕西华南虎又是假新闻？》，率先对虎照提出质疑，网易等网站和“色影无忌”等论坛跟进，连《人民日报》和中央电视台也加入了“打虎”行列。陕西省政府一直延宕到2008年大地震后，才由司法机关出面宣布周正龙作伪被逮捕，导致有关官员被问责。

二、网民权利意识觉醒

在2007年中国经历了网络舆论的热潮以后，社会各界都已经充分认识到了网络舆论的巨大力量。此后网络舆论一直保持高发态势，重大事件频发，波澜起伏。2008年，南京江宁区房产管理局局长周久耕因表示要查处开发商降价销售楼盘，引起网民质疑。有网友在网上展开“人肉搜索”，从一张会议新闻照片，发现他抽的是南京“九五之尊”高档香烟。由网民发起推动的“天价烟”事件最终导致该局长被调查和“双开”，并受到了司法处理。“天价烟”事件再一次显示了网络舆论的社会监督作用。

2009年的湖北巴东邓玉娇刺官案成为年度热点事件。湖北巴东警方把邓玉娇关进精神病院，拟以“故意杀人罪”起诉，网络舆论大哗。网友纷纷到巴东“旅游”以示关切，致使长江航线巴东码头自抗日战争以来首次停航，宾馆宣布“客满”不接待外地人。最终由于网络民意对当地政府产生的巨大压力，法院改判邓玉娇“防卫过当”，有罪免刑。

近年来，越来越多的网络舆论热点事件表明，舆论表象的背后是网民日益觉醒的权利意识。很多人已经不满足于网上发言和跟帖，而是在各级政府的规范和引导下，开始以不同的形式介入到社会现实生活和公共事务，河南洛阳甚至选出四位当地知名网友身份的市人大代表。在轰动全

国的“躲猫猫”事件中，云南晋宁县农民在看守所死亡，警方解释是跟狱友玩“躲猫猫”游戏致死。省委宣传部牵头，邀请网民参与调查。后来南京“徐宝宝”眼病致死事件，第二个调查组邀请网民参加，推翻了第一个调查组的结论，证实值班大夫确实在玩网络游戏，不过不是“偷菜”而是在下QQ围棋。由于第二个调查组公信力强，医院对家属提出的51万赔偿款，只用四五分钟就达成了协议。

短短几年的互联网发展历程，已经在某种程度上基本改变了中国传统媒体和网络媒体共同发展的社会舆论格局，网民的权利意识觉醒，“新意见阶层”开始出现，并对人们的生活产生了巨大的影响。网络论坛、博客、新闻跟帖是传统3种最强大的网络舆论载体。2009年，人民网舆情监测室统计了77件当年的热点事件，发现其中23件最初的发源地是网络爆料，而在这23件中，除2件来源于Twitter、3件不详外，全部来自天涯社区、新浪博客、百度贴吧等论坛、博客。但是，仅仅过了一年，微博客、网络社群等新媒体兴起。在2010年，网民爆料首选的媒体变成了微博，很多知名网友的主要活动阵地和舆论发酵平台也转到了微博上。

由此可见，亿万网民以前所未有的热情参与和推动网络舆论的成长壮大，成为比西方国家互联网还要发达的网络舆论场，而且这种影响方兴未艾。随着互联网技术和网络舆论形态的不断演变，人们对互联网的认识还有很多未知的前沿领域，其发展前景和深刻影响仍值得深入探索。

三、网络民意受到重视

互联网经历了从web1.0到web2.0技术的转变，web1.0只能发帖，不能跟帖；web2.0不仅可以发布信息，还可以互动，出现了跟帖、留言、博客、播客、QQ群、微博客等。新技术革命，特别是传媒技术革命，对政治的影响举足轻重，对执政党建设至关重要，并已经成为国际流行趋势。如互联网帮助美国总统奥巴马竞选成功，并建设“2.0政府”（government 2.0）。

发生在世纪之交的人类互联网信息技术革命，中国网络发展热潮已经

与欧美发达国家实现同步，而在网络舆论领域，则超过了后者。近年来中国网络民意的活跃，网络“意见领袖”的增加，越来越多的因网络舆论而起的社会热点事件也超过西方欧美国家，逐渐引起了包括各级党政机关和企业在内的社会各界的广泛关注。

（一）中央领导倾听民意率先垂范

在对于互联网的认识、建设、运用和管理方面，中央领导人对互联网的作用和地位也纷纷进行正面肯定和率先垂范。2008年6月20日，胡锦涛总书记来到人民日报社，走进人民网强国论坛，同网民在线面对面交流。胡锦涛指出：“互联网已成为思想文化信息的集散地和社会舆论的放大器，我们要充分认识以互联网为代表的新兴媒体的社会影响力，高度重视互联网的建设、运用、管理，努力使互联网成为传播社会主义先进文化的前沿阵地、提供公共文化服务的有效平台、促进人们精神生活健康发展的广阔空间。”获得了社会各界的广泛肯定和支持。

2011年2月19日，胡锦涛同志在省部级主要领导干部社会管理及其创新专题研讨班开班式上发表重要讲话，明确要求“扎扎实实提高社会管理科学化水平”，同时强调要“进一步加强和完善信息网络管理，提高对虚拟社会的管理水平，健全网上舆论引导机制”。温总理在2011年“两会”期间所作的《政府工作报告》中也指出，要加强和创新社会管理。所以，广开渠道倾听民声民意，运用虚拟社会管理智慧，提高社会管理水平，促进社会和谐健康有序发展，释放和化解社会矛盾，为社会稳定减压已是大势所趋。

近年来，在胡锦涛、温家宝等中央领导人的带动下，从中央到地方，各种网上“领导留言板”、网上访谈、网上信箱、网络问政等形式的政府与网民互动平台纷纷建立。不少中央部委和地方政府已经习惯于把网络舆论作为了解民意和施政的一个重要渠道。

另外，很多全国性与地方性的网络论坛/BBS、微博等也受到重视，很多政府机构和官员建立了官方ID或微博，官员级别涵盖了省部级和基层干

部等，与网友积极互动，引发强烈反响。制度化办理网民留言，也已经成为近年来各地推进网络问政的一种“时尚”。不少地方还纷纷建立网络舆情监测和定期报告制度，设立网络舆情工作办公室，将舆情工作与政府机构日常决策和办公紧密结合，提高了政府工作效率和决策水平。

（二）在网络杂音中提高执政能力

从近年来的舆情热点来看，网络具有开放性，有可能凸显或放大某些社会矛盾，使局部问题变成全局问题，把一般问题变成社会问题，把地区性问题变成全国性甚至国际性问题，酿成危机事件，威胁社会稳定。在部分网络舆情事件中，由于警惕性不高、疏于防范，或者事件性处置和舆情应对出现失误，网络客观上也为有害信息的传播和负面舆论导向提供了平台。

从国际传播大环境中来看，一些外部势力也企图“用互联网崩裂中国的长城”，认为“有了互联网，对付中国就有办法了”。因此，网络舆论的引导也需要把国家和地区安全放在重要位置，防止少数外部势力利用网络恶意歪曲丑化我国政府形象、危害社会稳定和国家安定团结的局面。

但是从现实情况来看，政府上网工程推进十几年，在以网民互动为特征的web2.0网络社区中，党和政府经常处于被质疑和批评的局面。网络究竟是利大于弊，还是弊大于利？对于网络，如何把握好管和用的关系？如何在网上架起党群、干群沟通新渠道，拉近党群、干群关系？

由于社会转型期许多社会矛盾的爆发和解决都离不开互联网这一载体，地方党政机关不同程度地都面临着诸如征地拆迁、维稳、城市管理等多方面的问题，常常置身于网络舆论的风口浪尖，面临极大的舆论压力。有些做地方工作的政府干部，觉得互联网把地方搞乱了，遇事就想封堵互联网，甚至有观点认为，互联网是中国社会正在扩散的“毒瘤”。但实践表明，这种态度和观点无疑是片面和错误的，部分仍坚持传统“维稳”和“宣传”思维的党员干部，落后的思想和粗糙的工作作风都需要转变。

现在网上民意汹涌，“意见领袖”多，党和政府的任何决策都要在

网上接受群众评说，借助互联网可以听取民意，修正决策，专家称为施放“决策气球”。首先，政府要学会倾听网络民意，建立实时的“网上听证会”机制。其次，对于不可预知、瞬息万变和结构复杂的网络言论进行及时监测、分析和研判，及时发现各种已经存在或可能发生的问题。第三，对于监测中及时发现的一些上升中的负面网络舆情，政府要做好舆情会商、舆情应对和舆论引导，把事件性处置和舆论引导有机结合，有效化解危机，防止舆情事态进一步扩大，维护政府形象和公信力。

如何在新媒体环境下探索网络问政途径、推动社会管理创新成为摆在各级党政机关面前的一个新课题。与此同时，许多地方党政机关也积极探索出了许多好的经验和做法，有很强的宣传与推广价值。总之，网络舆情业务及时、全面、有序地开展，促进各级党政机关密切联系群众，加深了官民沟通，提高了政府形象和舆论话语权，也提升了党政机关与不同网络意见打交道、在“杂音”中执政的能力。

（三）网络是晴雨表和减压阀

网络是一个具有开放性、匿名性和互动性的平台，其巨大的传播功能和正面价值毋庸置疑，客观来看，网络本身并不存在正面与负面的差别。

因此，要充分认识到网络是一把双刃剑，更重要的是如何对待和运用网络舆论的积极功能，有效监控网络流言、网络推手的消极危害，促进社会的良性发展。总体而言，无论从近期网络舆论的实践，还是从社会各界长期以来对于网络功能的评价来看，重视网络、加强网络工作、发挥网络的强大功能都是利大于弊的。首先应该肯定的，仍然是网络的正面价值。

我国处于社会矛盾凸显期，利益群体多元化。一方面，要通过互联网，暴露出现实生活中存在的各种问题和矛盾，提示政府及早发现和解决，让网络起到“社会晴雨表”的作用。另一方面，可以让老百姓的疑虑和不满得到释放、宣泄，可以起到“社会减压阀”作用。

体制内传统媒体，包括各级党报、电视台，关注和回应网络舆论，表达了政府改进公共管理的诚意，也常常对突发事件的解决起到一锤定音的

作用，如江西宜黄拆迁事件等，传统媒体与网络舆论的互动产生了空前的舆论影响力。

网络舆论有效扩大了社会监督的范围和深度，能够发挥社会权力制衡和抑制社会腐败的作用。南京周久耕事件、三鹿毒奶粉事件等就是有力的证明。在中国现阶段特殊国情下，在以自上而下领导和管理为特征的行政管理体制中，借助互联网手段引入自下而上的舆论监督机制，有利于维护中央权威，推进反腐倡廉，减少基层官场的暗箱操作和潜规则，最终有利于政治稳定和社会稳定。

同时，在虚拟的互联网空间扩大网民政治参与，是成本最低、风险最小的改革。当然，避免互联网上的非理性情绪走向极端和蔓延到网下，是意识形态和社会创新管理的新课题。网络问政和舆情工作已经成为各级党政机关的日常重要工作。网络舆情促进政府工作创新，上网交心、下网服务，正成为领导干部一种执政新方式。互联网等新媒体的运用水平、管理水平，网络舆论引导能力和危机管理能力，也是领导干部执政能力的重要体现。

四、网络舆情行业破冰

网络舆情监测和分析，在中国是一项崭新和重要的业务，近年来国内出现了大量的网络舆情监测与研究机构。据长期观察，几乎与“网络舆论”影响力的扩大同步，“网络舆情”也慢慢成为被政府官员、新闻媒体、大型企业、研究机构和公众人物等提及较多的新名词。那么，“网络舆情”和“网络舆论”两者之间到底存在哪些差别和联系呢？

（一）网络舆论和网络舆情

目前国内较为权威的观点认为，“舆情”是由个人以及各种社会群体构成的公众，在一定的历史阶段和社会空间内，对自己关心或与自身利益紧密相关的各种公共事务所持有的多种情绪、意愿、态度和意见交错的总和。天津社会科学院舆情研究所的刘毅认为：网络舆情是通过互联网表达

和传播的，公众对自己关心或与自身利益紧密相关的各种公共事务所持有的多种情绪、态度和意见交错的总和。

需要指出的是，舆情是人们的认知、态度、情感和行为倾向的原初表露，可以是一种零散的、非体系化的东西，也不需要得到多数人认同，是多种不同意见的简单集合。而舆论是人们的认知、态度、情感和行为倾向的集聚表现，是多数人形成的一致的一致意见，是单种意见的集合，即需要持有某种认知、态度、情感和行为倾向的人数达到一定的量，否则不能认为是一种舆论。这也是最容易将“舆情”和“舆论”混淆的地方。当舆情产生聚集时就可以向舆论转化，因此对舆情的监测引导就是要使舆情不转化为舆论或转化为良性舆论。

（二）人民网舆情研究取得重要成果

人民网从2006年开始，在网络舆情方面作了开拓性的尝试，居于国内领先地位，连续数年联合中国社科院发布《中国互联网舆情分析报告》，并率先在国内提出了“两个舆论场”研究、突发事件处置“黄金四小时”原则等重大舆情研究课题，及时发布研究成果，在国内外引起巨大反响。

2009年7月，人民网舆情监测室秘书长祝华新在《中国青年报》发表《给地方政府10条应对网络舆论的建议》。文章认为，我们已进入传媒聚光灯和大众麦克风时代。今天不仅有党报党刊、国营的电台电视台，还有都市报和网络媒体，以及境外媒体。特别是互联网已成为“思想文化信息的集散地和社会舆论的放大器”。在网络时代，每个人都可能成为信息渠道，都可能成为意见表达的主体。有个形象的比喻，就是每个人面前都有一个麦克风。地方政府在突发事件和敏感问题上缺席、失语、妄语、诳语，甚至想要遏制网上的“众声喧哗”，既不能缓和事态、化解矛盾，也不符合党的十七大提出的保障人民知情权、参与权、表达权、监督权的精神。

湖南省委宣传部官员讲得到位：发生新闻是第一位的，发表新闻是第二位的；堵了一个记者的口，堵不了所有记者的口；堵了所有记者的口，

■ 如何应对网络舆情

堵不了互联网网民的口。因此，如何正视网络舆论的兴起，正确应对公共突发事件和网络舆情危机，就成为党政机关、企业等共同关注的领域。

2007年以来，人民网舆情监测室联合中国社科院，连续数年发布《中国互联网舆情分析报告》。另外，人民网舆情监测室还连续发布大量社会和企业网络舆情分析年度、月度报告和排行榜，这些富有价值的研究成果均在国内产生强烈反响，引起政府、企业和社会各界的广泛重视。人民网舆情报告和排行榜内容十分广泛，如季度地方应对网络舆情能力排行榜、地方应对网络舆情能力分析报告、2010年度网络对话能力排行榜等。

人民网舆情监测室自2009年起，开始对企业应对网络舆情的状况进行研究，并定期发布研究报告，如金融危机以来企业舆情应对排行榜、央企网络舆情应对能力分析报告、2010年度中国企业家网络舆情声誉研究报告、2010年中国企业舆情应对能力与声誉管理研究报告、2010年食品企业声誉管理报告、2010年央企正面舆情传播效果报告、十大家电企业网络声誉排行榜、2011年第一季度IT行业报告等等。

人民网副总编辑、人民在线总经理董盟君接受中央媒体采访时，点评《2010年央企舆情应对能力报告》，并揭示出“央企网络舆情应对的九大规律”，指出央企在面对舆情时其实也是弱势群体，并据此给出积极建议，引起业界关注和认可。

2011年人民网舆情监测室发布了2010年度《中国企业舆情应对与声誉管理能力研究报告》，被解读为2010年中国企业面临的公关危机及其应对能力的全面呈现。报告课题组长、人民网舆情监测室副秘书长杜登斌在接受《新京报》采访时介绍，面对网络舆情负面突发事件，最理想的情况是“快报结果、慎报原因”，因此人民网舆情监测室秉持的“黄金四小时”理念，是希望企业在4小时内作出结果性回应，再复查原因。但在很多情况中，这种理想状况并未出现。杜登斌认为，随着互联网的迅猛发展，舆情传播速度越来越快，企业应该建立常态的舆情监测和应对机制，并培养好企业新闻发言人和网络发言人。