

提升网络舆情应对能力的实务指导

微博问政与 舆情应对

深刻透视网络舆情发展规律，全面掌握政务微博管理法则

周 滨◎主编



深刻透视网络舆情发展规律，全面掌握政务微博管理法则

WEIBO WENZHENG
YU YUQING TINGDUI



人民出版社

提升网络舆情应对能力的实务指导

微博问政与 舆情应对

深刻透视网络舆情发展规律，全面掌握政务微博管理法则

周 滨◎主编



深刻透视网络舆情发展规律，全面掌握政务微博管理法则

WEIBO WENZHENG
YU YINGQING YINGDUI

人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

“微博问政”与舆情应对/周滨主编. —北京: 人民出版社, 2012
ISBN 978-7-01-010683-0

I. ①微… II. ①周… III. ①互联网络-应用-行政管理-研究-中国②互联网络-舆论-研究-中国 IV. ①D630.1-39②G219.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 022726 号

“微博问政”与舆情应对

WEIBO WENZHENG YU YUQING YINGDUI

周 滨 主编

责任编辑: 鲁艳芳

出版发行: 人 民 大 学 出 版 社

地 址: 北京朝阳门内大街 166 号

邮 编: 100706

邮购电话: (010) 65258589 65250042

印 刷: 北京季蜂印刷有限公司

经 销: 新华书店经销

版 次: 2012 年 3 月第 1 版 2012 年 3 月北京第 1 次印刷

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

印 张: 15

字 数: 190 千字

书 号: ISBN 978-7-01-010683-0

定 价: 36.00 元

著作权所有 侵权必究

前 言

微博即微型博客，以简单、迅捷、互动性强的特性著称，使用者不必考虑文章的标题、叙述的起承转合等“繁文缛节”，只须用短句写下自己的话就可以在网上传播和交流。中国社科院 2009 年发布的《社会蓝皮书》特别指出中国微博的一大特点就是“强烈关注时事”，网民通过“跟从”链接而形成的微博客群落，相当于一个小型的时政新闻平台和论坛。由普通网民临时客串的“公民报道者”，可在微博客上对突发事件进行“现场直播”。这种有线载体（互联网）和无线终端（手机）的结合将构成“杀伤力最强的舆论载体”。因为快捷，微博是很多新闻记者和编辑发现线索的地方；因为参与，内容生产者众多的普通百姓。

微博作为互联网信息传播的一种新应用在我国发展迅猛。2009 年 8 月，新浪网推出“新浪微博”内测版，成为中国门户网站中第一家提供微博服务的网站，微博正式进入中文上网主流人群视野。2010 年，作为中国互联网的“微博元年”，新浪、腾讯、搜狐、网易等门户网站巨头先后大张旗鼓地进军微博服务。进入 2011 年，“微博问政”成为“两会”的新亮点。据当时不完全统计，有 122 位全国人大代表、166 位全国政协委员在新浪微博专区开通了微博。很多代表委员将自己准备的议案、提案和建议发到微博上和网友互动，用以更好地反映民意。中国微博用



“微博问政”与舆情应对

WEIBO WENZHENG YU YUQING YINGDUI

户呈现爆炸式增长。中国互联网络信息中心（CNNIC）2011年7月发布的《第28次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2011年6月底，中国网民规模达到4.85亿，微博用户数量以高达208.9%的增幅，每天更新帖文达2亿多条，成为用户增长最快的互联网应用模式。这些数以亿计的、最长不过140字的声音“碎片”彼此碰撞，有嬉笑怒骂，有针锋相对，有公议热点，有私密情感。随着微博对社会生活的介入和渗透，已经显示了其在社会变革中日益扩大的影响力。

关注就是力量，围观改变中国。若说围观是通向公共话题的第一步，那么微博就是将“围观”迅速变成一种社会普遍姿态的力量。我们长久以来所谈论的民主政治、良性社会，正是始于人们表达自身存在并关注公共事件的意愿，正是发轫于公民的见证与记录。尤其需要引起高度重视的是，在网络影响力进一步提升的背景下，社会各界积极争取网络话语权，大量不同背景的网友表现活跃。在多种因素的共同作用下，网络舆论正改变着传统的社会舆论格局，微博也成为汇聚民意、反映民情的重要平台。一大批政务机构与党政干部率先走上这一平台的实践表明，微博已经成为信息时代践行党的群众路线不可回避也必须争取的重要阵地，是新时期群众路线与时俱进的生动体现。

“微博问政”是政府网络舆情应对的必修课。中国社会处于转型期，各种矛盾集中显现，网络舆情监测也就成为了解民意的重要手段。许多情况下，人们产生听信谣传的倾向和从众行为，是因为得不到来自政府方面的权威信息。因此，对于党政干部而言，如何在发现某种舆论动向的同时，以足够量的、优质的信息来引导舆论并影响公众，是一项需要认真对待的重大课题。为帮助各级党政干部全面把握网络舆情发展规律，深入了解微博等新媒体手段，掌握如何建立网络舆情监测、预警机制以

前 言

及提升突发事件应急决策水平、新媒体应对能力和知识素养，我们精心编著了本书，希望能够给读者带来助益。

本书在编写过程中参考和借鉴了一些专家学者的观点，在此一并深深致谢。作为一家之言，我们深知自身的学识有限，书中定有不少疏漏和缺憾，敬请同行和广大读者不吝批评指正。

CONTENTS 目录

第一讲 自媒体时代的公共传播..... 1

一、自媒体的内涵及载体.....3

二、自媒体传播的主要特点.....5

三、自媒体的优势和影响力.....9

四、自媒体对传统媒体的挑战.....12

五、自媒体传播环境的优化.....15

【延伸阅读】 自媒体时代，人人都是“记者”吗..... 21

自媒体时代的自律和他律..... 23

第二讲 “微博问政”的兴起与发展..... 25

一、微博：自媒体时代的“微革命”.....27

二、微博问政：引领中国政坛新气象.....33

三、微博问政的类型.....36

四、政务微博与其他微博的区别.....40

五、政务微博的潜在风险及有效规避.....42



【延伸阅读】 2010 中国微博十大事件	48
----------------------------	----

第三讲 政务微博的管理与运营

一、政务微博渐成政坛新热点	53
二、电子政务创新与微博运用	55
三、理性认识政务微博运营管理的风险	61
四、政务微博的运营策略与传播技巧	64

【延伸阅读】 公安部提出构建公安微博群，实现运行常态化 管理	67
他山之石：美国政府运用微博等社会化媒体的 主要做法	70
“问政银川”打造政务微博群	73

第四讲 领导干部的微博运用能力与素养训练

一、用好微博：领导干部的必修课	77
二、微博展现“围观”力量：国外政要忙“开推”	82
三、网络时代干部的“本领缺陷”	85
四、提升领导干部“微能力”和“微素养”	89

【延伸阅读】 人民网舆情监测室提出名人使用微博的六项 建议	100
国信办主任王晨撰文希望领导干部通过微博 问政于民	107



第五讲 网络舆情的生成与传播..... 111

一、网络舆情的现状 113

二、网络舆情的生成与传播 118

三、网络舆情的传播载体 122

四、网络热点事件的产生与疏导 126

【延伸阅读】 网络媒体混沌系统中的“蝴蝶效应” 130

甘肃正宁县幼儿园校车事故网络舆情观察 132

福建省重要舆论阵地领导干部培训班在福州

开班 135

第六讲 网络舆情的主要特点和有效应对 137

一、网络舆情的主要特点 139

二、网络舆情的发展趋势 146

三、网络舆情的监测与研判 149

四、网络舆论的应对策略与技巧方法 152

【延伸阅读】 上海火灾舆情应对策略研究 157

四川会理领导应对“悬浮照”事件 163

山东济南女狱警街头打人事件的舆情应对 165

第七讲 网络群体性事件的疏导与处置 169

一、网络群体性事件的内涵和特点 171

二、网络群体性事件产生的原因及发展态势 177

三、网络群体性事件的应对之策 185



“微博问政”与 舆情应对

WEIBO WENZHENG YU YUQING YINGDUI

【延伸阅读】 媒体盘点 2010 年度十大网络事件	191
网络在群体性事件中扮演什么样的角色	196
群体性事件常与网络舆论相联系	200

第八讲 微博热潮中意见领袖的培养和引导..... 201

一、什么是意见领袖	203
二、微博时代网络意见领袖的新变化	207
三、微博意见领袖的主要特点	211
四、微博意见领袖在舆情事件中的作用及局限	214
五、如何面对微博意见领袖	219

【延伸阅读】 部分官员成网络意见领袖，掌握权威消息常爆 猛料	222
舆情专家何辉：意见领袖要考虑为言论的社会 影响负责	225

第一讲
自媒体时代的公共传播

互联网的发展普及,已经使全球成为一个公共信息平台。在第四媒体——互联网面前,报纸、电台、电视等传统媒体正在经历的自身变革还尚未结束,Web 2.0 又引发了一场新的媒体变革。博客、微博等传播载体的出现,让人人都有了成为记者、媒体的可能,一个被称为“自媒体”的时代应运而生。自媒体的产生依托于互联网技术,扎根于普通公众,区别于传统媒体,特别是在传播媒介、传播渠道、受众、反馈等各方面与传统媒体迥异。自媒体时代的到来,给传统公共传播带来前所未有的挑战,在很大程度上颠覆了以往的新闻生产流程和媒体价值观。把握这一特点和趋势,是新的时代条件下对党政领导干部提出的一项基本的能力和素养要求。

一、自媒体的内涵及载体

自媒体这一概念,最早出现在 2002 年 Dan · Gillmor 对其“新闻媒体 3.0”概念的定义中。他归结为:“1.0”指传统媒体或旧媒体(oldmedia);“2.0”指新媒体(newmedia);“3.0”指自媒体(wemedia)。

什么是自媒体呢?美国新闻学会的媒体中心于 2003 年 7 月出版了由谢因·波曼(Shayne Bowman)与克里斯·威利斯(Chris Willis)在一个名为“自媒体”的研究报告中提出来,该媒体中心副主任戴尔·帕斯金(Dale Peskin)在该报告导言中对自媒体给出了如下定义:“自媒体是通过数字技术链接全球知识,从而提供一种了解普通大众如何提供和分享自身经历和新闻的途径。”这就是说,自媒体主要应有数字链接(互联网技术)和个人传播的自主性两个条件。自媒体的个体传播强化了民众的公民属性,调动了民众参与公共事务的积极性。个人通过网络上的自由表



达与沟通，在理性辩论的基础上对公共权力领域及其政策进行批判、达成共识，最终达到监督国家权力和影响国家公共政策的目的。这些参与自媒体传播的个体就构成了中国的网络公民。

自媒体的主要载体为博客、微博、播客、论坛、即时通讯等，其中即时通讯中的 MSN、ICQ 出现最早，不仅用于聊天，还可以传送文件。1995 年，MSN 网络在美国推出；1996 年，以色列特拉维夫的 Mirabilis 公司的三个年轻人开发了一款即时通讯软件，命名为 ICQ，即“ISEEKYOU”的谐音，中文意思为“我找你”；1998 年，中国腾讯公司效仿 ICQ 开发了 QQ。但真正标志自媒体时代到来的是博客的广泛普及。博客最初是 1997 年一些程序员尝试在网上推出的超链接形式日记，内容主要是他们在技术层面的思考心得与个人生活感悟，后来才发展成为一些网络热衷者开发的博客网站简便维护工具，从此互联网上形形色色的博客网站遍地开花，迅猛发展起来。自媒体最具代表性的托管平台是美国的 Facebook 和 Twitter、中国的 Ozone 和 Rebio。

自媒体有别于由专业媒体机构主导的信息传播，是由普通大众主导的信息传播活动，由传统的“点到面”的传播转化为“点到点”的一种对等的传播概念。从表达渠道来看，论坛、博客以及新兴的视频网站构成了自媒体现存的主要表达渠道。然而，随着个人用户对互联网的深度使用，个人门户类网站将成为自媒体的新兴载体。

第一，除了传统博客的信息发布功能，个人门户的个性化聚合功能还能精准并即时地获取信息，从而构成一条双向的即时信息通道。这种通道的存在有利于培养更加广大的信息受众，从而支持起更加旺盛的信息表达诉求。



第二，个人门户能够将数据挖掘和智能推送结合在一起，从而通过一种用户乐于接受的方式推动自媒体的传播。例如，阔地网络科技有限公司首创的阔地热闻模式，会自动将每天推荐人数最多的并且是用户感兴趣领域的内容自动推送给用户。相较而言，传统的博客虽然也有排行榜显示信息的热度，但是无法达到信息推送的智能程度。

第三，个人门户建立的社区生态链加强了用户之间的联系纽带，使得信息的发布者与接受者们沟通更加紧密，联系也更加稳固。每一个成功的自媒体背后必然存在一个支持群体，博客所能提供的简单留言评论的方式已不足以满足建立一个忠实的 fans 圈（fans 的谐音“粉丝”代表忠实的歌迷、影迷等狂热者）的需求，传统的做法是再辅以论坛和即时通讯，现在这些功能需求都被聚合到个人门户这种新兴载体中，因此个人门户理所当然地将成为自媒体的最佳表达途径。

二、自媒体传播的主要特点

在 2011 年的日本强震报道中，日本东海大学的教授叶千荣 1 小时之内连续发布 11 条微博，成为中国人了解日本灾情的“关键人物”；2008 年 10 月初，一个名为“JohnTw”的注册用户在公民新闻网 iReport.com 上发布假消息说苹果公司董事长乔布斯心脏病发作被送往医院，消息在网上迅速传播并被广泛转载，导致苹果公司的股价暴跌，市值一度缩水 90 亿元。如此这般，众多的新闻记者们早已习惯通过博客、微博来寻找新闻线索。

自媒体之所以爆发出如此大的能量，之所以对传统媒体有如此大的威慑力，取决于以下几个特点。



1. 传播主体多样化、平民化和普泛化

第一，多样化。自媒体的传播主体来自各行各业，相对于传统媒体从业人员单个行业的知晓能力来说覆盖面更广。在一定程度上，他们对于新闻事件的综合把握可以更具具体、更清楚、更切合实际，他们的专业水准并不比媒体从业人员差，甚至还更有优势。比如，在“华南虎事件”中，参与的动物学、植物学专家以及非政府组织、摄像家以及图片处理专业人士等都在揭发假华南虎的过程中发挥了重要作用。他们或从老虎的体态出发，或从老虎周围的植被出发，利用各自专业知识，做出了详细的技术论证。

第二，平民化。自媒体的传播主体来自社会底层，自媒体的传播者因此被定义为“草根阶层”。这些业余的新闻爱好者相对于传统媒体的从业人员来说体现出更强烈的无功利性，他们的参与带有更少的预设立场和偏见，他们对新闻事件的判断往往更客观、公正。

第三，普泛化。自媒体最重要的作用是增大了普通民众的话语权，更多地体现了民情和民意。这种普泛化的特点使“自我声音”的表达越来越成为一种趋势。《2010 中国网络舆情指数年度报告》指出，2010 年中国以腾讯、新浪为代表的微博用户就突破了 1.8 亿人。伴随着自媒体主体的普泛化程度的日益提高，来自基层舆论的力量也在积聚成长。自媒体成为了平民大众张扬个性、表现自我的最佳场所。

2. 门槛低、运作简单

对电视、报纸等这样的传统媒体而言，媒体的运作无疑是一件复杂的事情，它需要花费大量的人力和财力去维系。一个媒介的成立，需要



经过国家有关部门的层层核实和检验，其门槛高得让人望而生畏。但是，在互联网文化高度发展的时代，网上团购、祭祀、拜年改变了人们的生活方式；网上互助、联盟为网友参与慈善事业提供了平台；微博、博客、视频分享、QQ聊天使人们联系更紧密，沟通更便捷；网上图书馆、博物馆、剧场让人们不出门就能遨游知识海洋……普通平民有属于自己的“媒体”也成为可能，如在类似新浪博客、优酷播客等所有提供自媒体的网站上，用户只需要通过简单的注册申请，根据服务商提供的网络空间和可选的模版，就可以利用版面管理工具发布文字、音乐、图片、视频等信息。这表明，拥有自媒体不需要投入任何成本，也不要求有太多的专业知识，进入门槛低、操作简单让自媒体大受欢迎且发展迅速。

3. 交互性强、传播迅速

互联网让我们没有了空间和时间的限制，任何人在任何时间、任何地点都可以经营自己的“媒体”，信息能够迅速地传播，时效性大大地增强。一件文学艺术作品从制作到发表极其迅速、高效，是传统的电视、报纸媒介所无法企及的。自媒体能够迅速地将信息传播到受众中，受众也可以迅速地对信息传播的效果进行反馈。自媒体与受众几乎是零距离的接触，如某明星于2006年8月在博客上发表子女有身体缺陷的博文仅6小时后，就有近1600条信息回复，浏览量达到近112000次。这说明其交互性和传播速度是任何传统媒介望尘莫及的。

4. 良莠不齐

由于人类思想观念的纷繁复杂，代表着个人的自媒体也显示出良莠不齐的状态。人们可以自主成立“媒体”，媒介主人发布信息也完全凭个