

舆情与社会管理黄皮书

热点事件舆情调查研究 2



ISBN 978-7-80257-654-4



9 787802 576544 >

定价: 39.80元

「社会管理黄皮书」

广州市人文社会科学重点研究基地资助成果
暨南大学舆情与社会管理协同创新中心资助成果

点事件與情调查研究 2

Redian Shijian Yuding Diaocha Yanjiu 2
彭伟步 主编



經濟日報出版社



图书在版编目(CIP)数据

热点事件舆情调查研究. 2/彭伟步主编. —北京:经济日报出版社,2014. 6
ISBN 978 - 7 - 80257 - 654 - 4

I. ①热… II. ①彭… III. ①舆论 - 调查研究 - 中国 IV. ①D668
②G219. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 120970 号

热点事件舆情调查研究 2

主 编	彭伟步
责任编辑	王 瑛
责任校对	孙 楠
出版发行	经济日报出版社
地 址	北京市西城区右安门内大街 65 号(邮政编码:100054)
电 话	010 - 63567960(编辑部)63588445(发行部)
网 址	www. edpbook. com. cn
E - mail	edpbook@ 126. com
经 销	全国新华书店
印 刷	北京昌平新兴胶印厂
开 本	690 × 960 毫米 1/16
字 数	200 千
印 张	16
版 次	2014 年 7 月第一版
印 次	2014 年 7 月第一次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 80257 - 654 - 4
定 价	39. 80 元

版权所有 盗版必究 印装有误 负责调换

编委会主任：林如鹏

编委会成员：林如鹏 范以锦 杨兴锋 支庭荣
杨先顺 张晋升 林爱珺

总 序

輿情是公众在一定时期内对现实社会中各种事件、现象和问题所表达的信念、态度、意见、情绪等的总和，可以看成是民众的意见或心理的一种反映。当民众的社会政治态度通过公开表达形成了整体的共同看法时，輿情就接近于舆论。

輿情古已有之，但是在互联网和其他新媒体越来越发达的背景下，网络化的輿情呈现出许多新的特征：实时性与全球性、海量性与虚拟性、互动性与爆发性等。从另一方面来看，在社会生活中，輿情信息的功能，不限于仅仅呈现社情民意的某种样貌，还可以为政府的社会管理，以及为企业和个人的声誉管理，提供有意义的动态信息、管理信息和激励信息，能够有效推动社会管理信息系统的进步和创新。

社会管理的复杂性，在社会学、公共管理学等学科中早已形成共识。19世纪的法国社会学家奥古斯特·孔德认为，人类社会与自然界的发展和变化都是由一些规律所支配的，社会学的任务就在于把握社会运行和发展变迁的规律，在此基础上实现有效的社会管理，以获得秩序。另一位英国社会学家赫伯特·斯宾塞也曾明确提出社会管理的必要性。他认为，在复杂的社会中，有机体各部分之间的相互依赖性越来越强，社会越来越脆弱，迫切需要一个能够控制并协调各部分行动的“管理系统”。当各种功能的复杂性阻碍了各部分之间实现完全自发的调适的时候，管理系统就担负起内部调节和社会控制的工作。

在某种意义上，社会管理的目标正如斯宾塞所说的协调内部关系，使其

达到均衡发展,适应外界环境变化的要求,并在与外部环境的互动中,有效地维护社会整体的利益。或者更具体地说,通过对竞争、冲突的管理或化解,将社会的各个组成部分或对立面协调起来,将个体的利益诉求纳入集体的轨道,以维护社会的整体秩序。

在我国,关于社会管理创新的各种尝试层出不穷,形成了许多宝贵的经验。例如,北京市以构建人民团体为骨干的“枢纽型”社会组织管理体系为重点,由社会组织来提供多项社会服务,承担社会管理职能,实现社会管理创新;上海市以党政权力下放为重点,以社区为依托,形成“两级政府、三级管理、四级网络”的社会管理形式;广州市瞄准基层,紧紧抓住社会管理体制机制创新、街道聘用人员整合、社区社会服务发展及社会组织培育等关键事项。在这些创新中,网络和社区舆情对社会管理问题的关注,都起到了很大的推动作用。

舆情问题,既需要关注,也需要应对和引导。在科技与生态、资源与人口、增长与发展等多重因素的作用下,现代社会日益成为一个风险社会,随着自然环境、社会环境的急剧变化,各种自然灾害、事故灾难、公共卫生事件、社会安全事件等危机事件不断发生。信息传播技术的迅猛发展、政府治理水平的日渐提高、民众对知情权、批评权、监督权的重视,使得关于舆情的知识和能力成为政府和企事业单位的必备素养。完善舆情应对与管理,有助于迅速有效地处置好各类危机事件,可以最大限度地避免、减少和消除危机事件对政府造成的负面影响,从而为改革、发展和稳定创造良好的传播环境。我国各级政府部门,也高度重视舆论引导和舆情分析工作,将舆情汇集视为改进社会管理,加强社会建设的一个重要的信源和渠道。

暨南大学于 2005 ~ 2007 年建成电话访问调查实验室,成立研究机构,承担了广州亚运舆情系列调查、广州“创建文明城市”系列调查、中国“80 后”调查、中国周边热点地区舆情调查等项目,2012 年入选广州市人文社会科学重点研究基地,2013 年组建协同创新中心,与香港中文大学、中国人民大学等高校密切联系交流,与南方报业传媒集团、广东广播电视台、广州市天河区、环球商报传媒集团等媒体和地方政府部门开展深入协同,与凯迪数据研究中心共享数据分析成果,出版《舆情观察》学术集刊、《中国形象全球调查》系列特辑,继续在科学研究和社会服务等领域,进行实践和理论探索。

本套“黄皮书”，既是在各方的支持下，结合师生的力量，对所承担的课题研究工作的一次较系统的整理，也是对当下舆情与社会管理工作的一个理论观照。其中不足与错谬之处，望读者不吝指正。

黄皮书编委会

2014 年 5 月

前 言

习近平主席于2013年8月19日至20日在全国宣传思想工作会议上指出，宣传思想工作必须增强主动性、掌握主动权、打好主动仗，讲好中国故事，传播好中国声音，要根据形势发展需要把网上舆论工作作为宣传思想工作的重中之重来抓，并对如何做好网上舆论工作提出了新要求，作出了新部署。这其中展现了新一届国家领导人对宣传思想的新着眼点。近几年，出现了政府形象在公众中处于低位的情况，社会上出现了只要政府说的，就不能相信的现象，甚至从反面解读政府发出的信号，形成了一股“仇富、仇官、仇政府”的暗流，说明政府在思想宣传和舆论引导方面出现诸多问题，也展现出政府在网络舆论引导需要政策解套和宣传思想转型的必要性与重要性。网络舆论的合理和科学引导，对一个想继续执政的党和政府来说，是相当重要的。当前新媒体迅速发展，网络舆论的传播力与影响力已经超越传统媒体，由网络集聚而成的舆论，往往成为群体性事件的助燃剂。因此，良好的网络舆论引导技巧，才能使政府得到更多公众的拥护和支持，也才能具有执政基础，也才能有执政的合法性，也才能使政府的政策得到推行，也才能使社会得到可持续发展。网络舆论引导对政府的工作开展具有很显著的意义和作用。它是以提高政府的认知度、美誉度、和谐度为直接目的，以信息传播为基本手段的政府形象塑造活动。

一、网络舆论的新动态要求政府增强舆论引导力

当前，网络的舆论传播呈现出集拢性、爆发性等特点，越来越成为公众表达诉求，反映心声的重要渠道。这种新媒体的传播手段往往与社会问题联结在一起，导致一些投资越大，提供的就业机会、投资、对地方财政贡献越大的项目，就越容易成为社会不满情绪宣泄点，特别是环保主题的公共事件更容易引起大规模

模关注，因为它更具有道德神圣感，更能挑动公众的敏感和激愤的神经，当微博、微信、视频照片等以“有图有真相”的方式传播和扩散这些事件时，网络自媒体和社交媒体就很容易调动起公众情绪。

然而，网络舆论的传播总是事出有因，首先政府没有把事说明白，然后出现了反对意见，反对者没有很好表达意见的渠道，政府可能也意识到了，但没有主动去征求意见，而是强推项目，这更进一步激化矛盾。公众觉得通过来信来访等依法手段表达诉求所取得的效果不好，就不约而同通过社交媒体相互联系，集集成群，然后用脚去“集体散步”，接下来我们就看到近几年出现的同一个结果：局面失控，政府出面维护稳定，再加表态“项目不干了”。几乎所有的事件都是以结束结局，在这一过程中，政府的威信和形象被冲击，被撕碎，政府再说什么，再怎么表态，都被公众先入为主地否定。

网络舆论的形成与传播，在某种程度上反映了公众对政府的不满。在不断出现的环境事件中，公众无法及时获得充分、真实的环境信息，而法律规定公开的环境信息较为单一，无法满足公众参与的需求，政府和企业反应迟钝，事件前期不重视有不同意见的人，也没意识到问题，事件发生后仓促应对，用“一停了之”回避问题矛盾，但问题没得到彻底解决，只能把问题留给后人解决，可想而知，环境事件还是继续出现。

就以 PX 环境公共事件而言，不论政府和专家怎样宣称 PX 无毒无害，由于公众对 PX 的毒性认识不深，项目得不到支持。公众认为项目赚了钱跟自己没关系，地方政府领导却因为 GDP 得到提升，任职期限一到，就拍拍屁股走人，而自己及子孙后代却承担了损害，自然会强烈反对项目上马，更要命的是，由于有某些官员贪污腐败现象，已经丧失公众的信心，导致数个因素集结在一起产生累积效应，使网络舆论放大扩散，最终形成了公共事件。

网络舆论形成的新动态，使政府要增强执政的透明性，然而，社会权力、权威与合法性三者的关系表明，权力要想具有权威性，必须有自己相应的合法性基础，一个缺乏足够的合法性支持的政治体系，必然会丧失其统治的权威性，而权威性的下降，又会影响到它的统治程度和统治能力，并最终威胁到社会的秩序和稳定。美国政治学家萨缪尔·亨廷顿（Huntington · Samuel · P 1927 ~ 2008 年）在分析发展中国家现代化进程中所出现的种种问题时指出：一些国家由于缺乏“有效能、有权威及合法的统治方式”，而导致政治共同体四分五裂，彼此互相残杀；政治机构软弱无力，缺少威严和弹力；政府通常徒有虚名。李普塞特也持类似的观点，在他看来，“任何一种特定民主的稳定性，不仅取决于经济发展，而且取

决于它的政治系统的有效性和合法性。”^①

在政治学的论述框架中，威权统治发展到极端，便会出现致命的负面效应，如独裁和极权等。因此，它必须寻找一套解决和减少威权统治所造成的负面效应。政府除了决策要提高透明度外，传媒的管制也将随之变得宽松，管治型政府向服务型政府转型。籍于政府施政方面的转变，政府也会形成自身改革与传媒互动的良性关系，实现巩固执权合法基础的目的。

法治民主是中国政治发展的基本目标。但是在建设民主制度时，还需要警惕建设方法不当而可能引起的合法性危机。民主制度的建设，需要扩大政治参与。如果没有适当的有利于民主建设的政治文化，重视公众的知情权，发挥传媒满足公众的知情权中所起到的重大作用，那么社会就只能制造一种政治冷漠的氛围。这种对政治冷漠的价值取向，既在某种程度上反映了公众对政府民主建设的失望，也必将对政权的合法性起到腐蚀作用。公众越来越从社交媒体获取信息，政府在此过程中会逐渐丧失话语权与舆论引导力。

改革开放政策的巨大成功，经济持续高速增长，但是经济改革过程中存在的社会不公正、失业、治安、农民与基层政权的冲突等问题，依然是威胁政府施政的隐患。社会不公正、失业、治安秩序、农民问题等一旦得不到有效的控制和解决，就会严重地损害合法性基础。当前，公众表达诉求渠道的狭窄化，迫使公众采取用脚说话、广场散步的方式，来展现自己对政府施政的不满，而政府仅是采取宣传维稳，新闻维稳的做法，并不能解决矛盾，显示了政府在争夺话语权与舆论引导力方面严重缺乏技能，这不能不说在新媒体环境下，政府在强化施政的时候，丧失了对新媒体的主导权。过去那种严厉管理媒体，甚至压制媒体的做法，只会使政府进一步丧失话语权。

政府管理的实践研究表明，在改革开放的过程中，人们对于权威的认同程度在不断下降；违背政府政策法规的技巧已达到相当高的水准；中央政府一些关于国计民生的重大决策无法顺利施行；怀旧心理在一些地方滋生蔓延，更令我们忧虑的是，社会存在一种逆反现象，凡是来自上边的意图、决定，都会引起一种出自本能的反感和自发的抵制。公众更希望从社交媒体中获知社会的真实情况，一旦无法从国内的媒体当中获知信息，他们就会循人际传播、组织传播，甚至国外的媒体去寻找真实的信息，一些信息经过变异、扭曲和扩张，形成了信息虚假和空壳现象，从而影响公众对政府的评价。

^① 刘启云，《政治社会学讲稿》，中共中央党校网站，www.ccps.gov.cn/yjsjy/2002_hj_zzx_zzshx_01.doc, 2002年8月20日

由于媒体的失位所造成的信息真空，并引发社会危机，公众就会由此形成对政府的不信任印象。近几年，中欧许多国家出现动荡，与公众对政府的不满有相当大的关系。虽然它们不满政府并不是因为无法获取真实信息，而是与经济不景气有原因。但是，知情权、经济、领袖人物的形象也是影响中产阶级对政府评价的重要标准。如果公众的知情权无法得到满足，他们也会像经济不景气起来反抗政府一样，负面评估政府，这样，国家的执政基础就会受到根本性的动摇，公众就会起来示威游行，后果不堪设想。

重视公众的政治参与欲望，正视网络舆论传播的影响力与传播力，通过种种渠道包括适当开放媒体空间，这样既能及时触及社情民意的脉搏，又能增强执政的基础，更重要的是能创造一个媒体的自由交流空间，让公众不理性的情绪得到发泄和分流，从而最终把危机扼杀在萌芽之中，使政府能够掌握舆论的引导力，这是当前政府从管理型政府向服务型政府转型的必然选择。

二、能否掌握网络话语权和舆论引导力关键在于政府的媒体管理政策

知情权反映政府的整体素质、综合能力和施政业绩的重要标准，也就是政府的知晓度和美誉度。政府形象具有形象性、社会性和动态性的特征，是作为行政主体的政府在作为行政客体的公民头脑中的有机反映，是主客观相统一的产物。它能凝聚公众精神，使人们形成心理上的认同。

当前，不断出现网络群体性事件，从线下向线上发展，导致许多社会群体性事件的发生，对于政府形象的造成了强烈冲击。从多起网络舆情的的发展动向来看，它们均对政府的媒体管理政策提出了新要求。

由于传媒既造福社会，也可危害社会，所以各国都非常重视引导媒体的言论，来达到增强政府认同感的目的，美国也不例外。但是相比美国政府相对高明的公关政策，第三国家的政府在处理传媒的信息传播时显得比较粗暴，并因为有时不当使用、引导传媒，从而引发非常大的社会危机，不但无益政府形象的树立，反而损害了政府形象，更得不到公众的认同。这很值得我们反思。

一个好的政府形象，能得到公众的认同，并凝聚公众的精神，体现社会的价值观，引导人们的思想走向，赋予人们依赖感，体现人们建设国家的自信。

就以微信来说，其舆论传播力与影响力均远远超越传统媒体。2011年4月，微信以英文名 Wechat 正式进入国际市场，同年10月开始支持繁体中文语言界面，增加港、澳、台、美、日五个地区的用户绑定手机号，加入英文语言界面；12月则实现了支持全球100个国家的短信注册。截至2014年3月12日，“腾讯控股的市值大约1500亿美元，已超过英特尔（Intel）、思科（Cisco Systems）和惠普

(Hewlett - Packard) 等美国科技巨擘。腾讯旗下微信 (WeChat) 的价值估达到 640 亿美元, 相当于 Facebook 对 WhatsApp 收购价的三倍左右。腾讯有能力在每位微信用户身上赚到 3 美元左右, 而 WhatsApp 对每位用户的收费为 1 美元”。^① 腾讯的市值, 比中国 (大陆) 所有的媒体市值总和都要高。2013 年 7 月 3 日, 腾讯总裁刘炽平宣布, 微信 (WeChat) 的海外用户已超 7000 万, 微信已经进入了马来西亚、泰国、印度、印尼、中东和墨西哥等国市场, 在墨西哥等国家的份额已经成为第一。4 月初, 该数字为 4000 万用户。短短三个月时间, 就净增长了 3000 万之多。微信在 4 月份时用户已超过 4 亿。^②

面对新媒体如此迅猛的发展趋势, 政府还按照过去那种思想来管理媒体, 仅仅依靠传统媒体成为辟谣的工具, 不仅无法掌握舆论引导权, 而且还会越来越处于被动的境地中, 丧失政府的话语权, 导致政府威信弱化。因此, 媒体管理政策的转变是否与时俱进, 直接影响到政府能否掌握舆论引导权, 直接影响到其在公众当中的形象。

三、政府需从增强公众对政府的信心的角度转变网络舆论引导思维

政府的价值理念、政府的行为和政府的产品与绩效共同构成了政府形象的基本内在结构, 由此出发, 政府形象的树立要从政府能力、法治、政府决策、领导者、廉政建设、政府绩效、政府公共关系等多个角度进行努力。政府形象的核心在于要增强公众对政府的信心。

一个政府得不到公众的信任, 它的生命力必然走向衰亡, 古来如此。在某种程度上来说, 树立政府的形象, 其实就是要增强公众相信政府, 通过政府来解决问题的信心。在符号学意义上讲, 政府形象是一个象征符号, 它的能指就是具体的政府架构, 如行政机关的建筑物, 所指就是它的感染力, 它的精神号召力。各种影响人们生活的规章制度、工作人员的精神面貌等构成政府形象的子系统, 通过高效、廉洁、公正的政府通力合作, 来构建整体的政府形象, 使公众产生信赖感。

2001 年 911 事件爆发之后, 恐怖分子并没有摧毁美国人的自信心, 相反却使美国人更加团结起来, 更加信任政府。布什的支持率从原来的 51% 一下上升至

^① 腾讯市值已超英特尔, 华尔街日报中文版, 2014 年 03 月 12 日, <http://cn.wsj.com/gb/20140312/rec124222.asp>

^② 周璞: 《腾讯: 微信海外用户数量已超过 7000 万》, <http://soft.zol.com.cn/383/3835471.html>, 2013 年 7 月 3 日

91%，布什竞选总统时因选票与竞争对手极为接近，因而总统身份合法性受到质疑，9·11事件后再没有人对其合法性产生异议，并拥护政府的各种政策。由此可见，美国人对政府的依赖和信任程度。布什发动阿富汗战争、伊拉克战争以及提出邪恶轴心国理论也受到美国公众的支持。为何一次9·11事件，就能使美国公众产生如此巨大的依赖感和信任感呢？

布什刚接过克林顿的政权，对美国政府架构还没有进行根本性的重新调整，但却能获得91%的支持率，这固然与布什在9·11事件的良好表现有关，但更重要的是缘于美国历届政府长期以来对政府形象的塑造，重视对话语权的掌控。美国媒体绝大部分是私有的，但是绝大多数媒体均维护美国国家利益。美国《第一宪法修正案》明确政府不能干预媒体的运作，美国政府也无权对媒体提出各种要求，但是其善于与媒体打交道，与媒体形成某种默契，有技巧地利用媒体来帮助施政，以实现有效施政的目的。这也是美国人何以在恐怖袭击后，仍然保持镇定自若、团结在政府周围的重要原因。所以，一个政府拥有良好的政府形象，即使面对危机时，仍然能团结公众，成为公众的精神和力量中心，带领公众抗击危机，并最终取得危机。

如今，纸媒经营困难，有些机构已经处于入不敷出的困境，已经很难在当前媒体传播环境中完全承担舆论引导的功能了。即使让其承担舆论引导，增强公众对政府的信心的重责，恐怕也落后于网络等新媒体的时效。既然传统媒体已经很难承担舆论引导的首要责任，那么就要寻求新媒体的支持，从自身做起，切实采取措施增强政府的诚信，树立公众对政府的信心。然而，从当前一系列政府应对突发性公共危机的举措来看，其显然未能令人满意。

2014年3月30日上午9时许，80多名群众聚集在广东茂名市区油城五路大草坪并慢行通过市区部分路段，以表达对拟建PX项目的不满。当天下午3时许，又有部分群众聚集在茂名市委门前表达意见，有少数人扔矿泉水瓶、鸡蛋等，并拦截车辆造成交通堵塞，警察带回29人协助调查。当晚20时许，一小部分人在市区拦车辆，将停在市委东门附近一辆正在执勤的警车烧毁，随后与警察造成冲突，造成15人受伤，其中包括4名警察。此事发生，立刻引起国内外媒体的高度关注，中国香港和西方媒体对事件加以放大，并通过网络传播开来，茂名市政府不得不再召开记者招待会，公开辟谣，澄清事实，说明真相，然而始终处于被动挨打的处境，无法应对舆论的负面扩散。茂名PX事件所引发的舆论震荡，再一次把政府如何增强公众对政府的信心摆在现实面前。

之前茂名一系列的贪腐窝案，使政府在公众中的诚信丧失很多。尽管茂名市政府吸取了其他公众反对PX而引起的群体性事件的教训，通过报纸、电视向公

众普及PX知识，但是由于公众对政府缺乏信心，导致政府怎样宣传也无济于事。在某种程度上来说，此次PX事件仅是公众对政府发泄不满的导火索。由此可见，网络舆论引导还需要政府从合法、透明行政做起。因此，政府诚信对待公众，科学、透明行政，在公众当中树立威信，是根本，是基础，而舆论引导是手段。政府只有转型舆论引导的思维，从自身做起，廉洁奉公，舆论引导自然事半功倍。

政府在公众当中确立威信，往往能够形成竞争优势，能增强对外资的吸引力，促进经济繁荣，形成良性循环。在中国现有的体制背景下，一个好的地方政府是通过简政放权、规范服务、保障经济这三条“腿”树立起来的，再通过舆论引导来塑造良好形象，也就是说，政府提升形象要靠这三个方面的改进和变革，以求得体制上的冲破，理顺政府与公众的关系，与世界接轨，发挥政府的工作效能，以开放的姿态赢得公众的支持和信任，这样才能使舆论引导更有效力。

政府威信与诚信不是政府的装饰品，而是国家发展的动力。一个具有高美誉度，得到公众高度认可的政府，才能通过高效、反应及时、处理果断的舆论引导面对各种突发危机，尽快消除社会危机，保障人民的生命和财产安全，也才能以开放的形象出现在公众面前，赢得公众的拥护。

四、开放性的舆论引导是中国服务型政府转型的必然选择

中国的改革采取先易后难的方式，摸着石头过河，虽然成果不小，但是问题也不少。一些在经济发展初期的社会矛盾和积弊没有得到及时的解决，结果造成弊端日益凸显。相对于80年代初中国人普遍能够从改革得到实惠的情况，在当前贫富差距不断扩大的中国社会里，越来越多的人感到经济市场化的好处更多是向一小部分人倾斜，对改革的失望与不满也在增长。这种对改革的不满与失望会直接转嫁到政府身上，从而转化为对政府行政的压力。

计划经济所造成物质供求的矛盾，以及为计划经济建立起来的政府架构，已经很难与日益发展的市场经济进行调谐，他们之间产生了许多矛盾。政府面对许多棘手的社会问题，而且还必须尽快地解决这些矛盾和问题，才能把化解人民内部的矛盾，才能为社会带来稳定的局面。政府面对严峻的挑战，这对政府角色的转化和机构的改革，以及舆论引导既带来了挑战，也带来了机遇。

面对一双双期盼的眼神，政府必须自上而下大刀阔斧地进行改革，朝建设高效、廉洁、公正的政府形象方向发展，通过与传媒的互动，才能通过舆论引导在短时间减缓公众的不满情绪，朝建设服务型政府方向发展。

当前，世界各国政府朝公共服务型政府转型，也促使中国政府要适应政府管理的发展大潮流，要按照国际规则和国际惯例办事，改进政府作风和行为方式，

提高国家的国际竞争力，才能塑造中国政府开放民主的政府形象，也才能取信于他国，在国际上拥有更大的发言权。

世界银行发布的《1997 年世界发展报告：变革世界中的政府》就政府的角色提出了几个值得重视的命题：建立一个有效的政府；通过增强公共机构来提升政府的能力；政府的首要的任务是让人们拥有基本权利，包括建立法治、维护公正的政策环境、保护弱势群体等；政府保持公信力，能使公务员拥有积极做好工作的动力；致力于增强政府的竞争力；要使政府尊重人民的选择，比如公开选举领导人，重视媒体的代言人角色等。这些命题在一定程度上表明了建设政府形象的方向，指明了中国政府要想朝公共服务型政府转型，就必须加强政务的改革，包括媒体制度改革，使之符合政府发展服务型政府的要求。

服务型政府可以有效避免出现管理型政府的弊端，更加关注民众，服务公众，从这个角度来说，媒体制度的改革，朝更加开放的角度发展，实际上就是服务型政府的重要任务之一。

计划经济下的行政主导，已不适应市场经济的发展，但迄今存在，并未得到根本性转变，由此我们看到，机构臃肿、办事效率低下，政府管理常常出现缺位和失位，一旦引起民怨，便会因为某个导火索而产生群体性事件，由于之前没有建立有效、开放的舆论引导机制，政府不得不为维稳疲于奔命。

当前我国政府正致力于向服务型政府转型的改革，通过机构合并和简缩，实施政府放权、缩权，让利于民，服务于民，以推动政府朝服务型政府方面发展。然而，这种改革只是打好了基础，但还需要媒体的配合。如果只强调政府主导，却不对舆论引导的媒体管理制度进行改革，当政府在改革过程中失去帮手，甚至使政府机构和行政改革发生逆转，对社会将造成深远影响。

总而言之，舆论引导是政府行政的重要组成部分。一个政府要创造有利自身发展的舆论环境，确实必须拥有强大的话语权、传播力和舆论引导力。舆论引导权与政府相辅相成，相得益彰。没有良好政府公信力，谈论舆论引导权，只是一种奢想，而缺乏舆论引导权，要想塑造良好政府形象，就缺乏强有力的工作与手段，唯有两者加强配合，改革媒体管理制作，建设服务型政府，才能有效缓解舆论引导权流失的危险，才能增强对国内外的辐射力和吸引力，政府也能借此为自己的有效施政提供良好的政治、经济、文化环境。

目 录

总序	(1)
前言	(1)
1. 社会矛盾类	(1)
6·7 厦门公交车爆炸案舆情分析	(1)
冀中星引发的舆论思考	(10)
湖南临武瓜农死亡事件舆情分析	(19)
5·31 延安城管暴力执法事件舆情分析	(28)
广场舞群体的空间感知与身份认同：以广州天河区为例	(39)
东莞扫黄网络舆情分析	(46)
2. 法律案件类	(59)
李某某轮奸案：问责未成年人教育	(59)
本是同根生，相煎何太急——复旦大学投毒案	(72)
中国废除劳教制度	(85)
3. 媒体事件类	(94)
《新快报》陈永洲事件：失去的媒体公信力	(94)
农夫山泉标准问题“激战”《京华时报》	(109)
4. 贪污腐败类	(123)
薄熙来案件：“微博直播”彰显司法公正	(123)

雷政富事件：“微反应”下的网络反腐	(133)
上海法官集体招嫖事件：亟待提升的司法公信力	(145)
5. 食品安全类	(156)
广州镉大米：餐桌饮食又添化学元素	(156)
“神农丹”让姜市变“僵”市	(165)
假羊肉风波：道德沦陷，利益至上	(174)
6. 公共安全类	(182)
吉林宝源丰禽业公司大火	(182)
H7N9 禽流感的发展与舆情分析	(191)
中石化青海管道爆炸	(200)
“昆明暴恐案”的谣言传播及舆情对策	(208)
马航 MH370 失联事件中公众的网络舆情反应	(219)
后 记	(235)