新华媒介素养书系

突发事件网络舆情应对策略

TUFA SHIJIAN WANGLUO YUQING YINGDUI CELÜE

朱国圣◎主编

新 华 出 版 社

本书为国家社会科学基金重点项目（批）

突发事件网络舆情应对策略

TU FA SHI JIAN WANG LUO YU QING YING DUI CE LÜE

主　　编◎朱国圣
课题组成员◎刘　刚　南　隽　何慧媛
王武彬　张　倩　万小广

新　华　出　版　社

图书在版编目（CIP）数据

突发事件网络舆情应对策略/朱国圣主编
北京：新华出版社，2014.12
ISBN 978-7-5166-1363-4
Ⅰ.①突… Ⅱ.①朱… Ⅲ.①突发事件—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（2014）第 280911 号

突发事件网络舆情应对策略
主　　编：朱国圣

出 版 人：张百新　　**责任编辑**：赵怀志
封面设计：李尘工作室　　**责任校对**：刘保利
责任印制：廖成华

出版发行：新华出版社
地　　址：北京石景山区京原路 8 号　　**邮　　编**：100040
网　　址：http：//www.xinhuapub.com　http：//press.xinhuanet.com
经　　销：新华书店
购书热线：010-63077122　　**中国新闻书店购书热线**：010-63072012

照　　排：新华出版社照排中心
印　　刷：北京文林印务有限公司

成品尺寸：170mm×240mm
印　　张：15.5　　**字　　数**：240 千字
版　　次：2015 年 1 月第一版　　**印　　次**：2015 年 1 月第一次印刷

书　　号：ISBN 978-7-5166-1363-4
定　　价：36.00 元

图书如有印装问题，请与出版社联系调换：010-63077101

序 言

研判与应对网络舆情是一个重要的时代命题

周锡生

当前，我国全面进入社会转型期，各种深层次矛盾逐步显现并呈现激化态势，致使突发事件频繁发生，对中国特色社会主义现代化建设和全面建成小康社会提出了严峻挑战。放眼全球，亦是如此。近期，西非埃博拉疫情、伊拉克极端组织 ISIS 等引发的全球性突发事件引起国际社会广泛关注。在当前国际政治格局和舆论传播态势下，这类充满不确定性、危害性、紧迫性、复杂性的突发事件在短时间内成为全球聚焦点，其影响无远弗届。与此同时，互联网作为新兴的、潜力巨大的技术平台和信息传播平台，深刻改变着传统的媒体格局和新闻信息生产传播方式，改变着传统的社会舆论形成与衍变规律，成为思想文化信息的集散地和社会舆论的放大器。新媒体环境下的突发事件舆情日趋复杂，围绕突发事件，公众、媒体和政府等责任主体，以互联网为主要平台进行着的信息互动实现了传递信息，表达情绪情感、态度观点及利益诉求等功能，在推动社会发展进步的同时，也给社会治理带来了一系列亟待解决的难题。这样的背景下，如何认识和把握突发事件舆情的新特点、新规律，采取积极有效的措施，不断提高全社会积极有效应对突发事件的能力，成为一个值得高度重视的课题。

国家社科基金重点课题《中国社会转型期突发事件网络舆情调控策略研究》敏锐地抓住了这个问题，通过对中国社会转型期网络舆情现状的研究，探讨突发事件网络舆情的内容与特征，重点从政府、媒体、网站等多主体视角出发，寻找科学有效的应对调控策略。课题立项以来，

研究人员在大量案例分析、实证调查基础上进行理论思考和对策研究，在突发事件的网络舆情调控策略方面做了新的系统阐述、分析和概括，最终形成了我们面前的这本专著。课题主要做出了以下创新努力：一是按照《国家突发公共事件总体应急预案》的分类，对自然灾害、事故灾难、公共卫生事件、社会安全事件这四类主要的突发事件分别展开深入的案例研究，分析各自呈现出的舆情衍化特征，在注重分析总结成功案例的同时，加强对应对失当的“失败案例”的研究，注意从教训角度进行分析。二是从多主体出发，站在党委政府、传统主流媒体、网络媒体、网民等多主体角度展开研究，并将其“视线”交汇起来，形成全方位、多维度的研究框架，使对策研究显得具体而富有操作性，有较强的参考价值。尤其值得一提的是，这项研究立足于扎实的第一手数据和量化分析，除采用案头文献研究、案例研究、专家访谈、小型座谈会等研究方法外，课题组还在全国范围内施行了一次较大规模的问卷调查，增强了对策研究的实证性和可操作性。

理论与实践的相互观照使得此项研究成果兼具理论意义和较好的应用价值，有利于全面、系统地把握当前突发事件网络舆情的基本特征和规律，有利于发挥党委政府、传统主流媒体、网络等各主体的独特作用，形成合力，做好舆情应对工作。课题组认为，处置突发事件网络舆情必须充分考量中国社会转型的背景，关注传媒新技术催生的舆论传播环境变化，从多主体融合形成合力的视角改进和提高舆论引导水平，实现网络舆论治理能力现代化。具体而言，应从以下方面入手，充分发挥政府、媒体、网站等多主体合力，以便有效应对策略新传播环境下的突发事件：一是在重大突发事件舆情引导的基本原则上树立共识，排除认识分歧；二是不断增强主动引导舆论的能力，积极抢占新闻发布的第一落点；三是扩大媒体联动，形成舆论引导合力，让受众在最短时间内了解全面、真实、权威的突发事件信息；四是增加政府议题、公众议题与媒体议题的关联性和重合度，求取不同舆论场的最大公约数；五是加大人员培养力度，建立健全舆论引导的职业队伍和协调机制；六是加强互联网空间依法管理力度，建立分级分类的管理原则和体系。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

本课题得以顺利结项，得益于研究团队的潜心研究和精诚合作。同时，评审专家也对完善课题报告提出了很多卓有见识的修改意见。在此，我作为课题负责人，谨向研究团队和评审专家表示衷心感谢！

最后，预祝本研究成果的出版能为突发事件网络舆情的应对研究添砖加瓦，也能为突发事件网络舆情的应对主体提供一些借鉴参考。

（作者系新华社原副社长，现任中国搜索总裁，为该课题负责人）

目 录

导 论…… 1

第一章 转型期中国社会突发事件网络舆情现状…… 5
第一节 社会发展推动信息公开…… 5
第二节 技术进步催化裂化网络舆情…… 9
第三节 社交媒介发展推进网络舆情传播 …… 13
第四节 媒介融合催生传统媒体转型 …… 17
第五节 全球化背景考量网络舆情“幕后推手” …… 20
第六节 网民参与强化网络舆情复杂性 …… 24

第二章 突发事件的网络舆情传播特征…… 33
第一节 突发事件网络舆情相关概念…… 33
第二节 突发事件网络舆情的基本要素…… 35
一、舆情主体 …… 35
二、舆情客体 …… 38
三、舆情载体 …… 40
第三节 突发事件网络舆情的主要特征…… 47
第四节 突发事件网络舆情生成发展模式与阶段分析…… 53

第三章 自然灾害类突发事件网络舆情的特征及应对策略 …… 59
第一节 自然灾害类突发事件网络舆情特征与传播规律…… 60
第二节 案例分析 …… 65

案例 1：甘肃舟曲特大泥石流灾害 …… 65
案例 2：北京“7·21”特大暴雨灾害 …… 68
第三节　自然灾害类突发事件应对策略 …… 73

第四章　事故灾难类突发事件网络舆情特征及应对策略 …… 80
第一节　事故灾难类突发事件网络舆情特征与传播规律 …… 80
第二节　案例分析 …… 83
案例 1：王家岭矿难 …… 83
案例 2：温州动车事故 …… 96
第三节　事故灾难类突发事件应对策略 …… 107

第五章　公共卫生类突发事件网络舆情的特征及应对策略 …… 111
第一节　公共卫生类突发事件网络舆情特征与传播规律 …… 111
第二节　案例分析 …… 118
案例 1：毒奶粉事件 …… 119
案例 2：“抢盐”事件 …… 127
第三节　公共卫生类突发事件应对策略 …… 134

第六章　社会安全类突发事件网络舆情的特征及应对策略 …… 140
第一节　社会安全类突发事件网络舆情特征与传播规律 …… 140
第二节　案例分析 …… 150
类型 1：刑事案件（以邓玉娇案、钱云会案为例） …… 150
类型 2：涉外突发事件（以“9·15”打砸事件为例） …… 157
类型 3：群体性事件（以瓮安事件、启东事件为例） …… 160
类型 4：民族宗教事件（以乌鲁木齐“7·5”事件为例） …… 168
第三节　社会安全类突发事件应对策略 …… 170

第七章　多视角下的突发事件网络舆情应对策略 …… 173
第一节　突发事件应对中党委政府的地位与作用 …… 174
一、预防与应急阶段 …… 175

二、监测与预警阶段…… 178
三、应急处置与救援阶段…… 180
四、事后恢复与重建阶段…… 183
第二节 突发事件应对中网站的地位和作用 …… 185
一、突发事件网络舆情中各类网站的地位与作用…… 185
二、对不同类型网站应对突发事件网络舆情的建议…… 190
第三节 突发事件应对中传统媒体机构的作用…… 192
一、信息提供…… 194
二、谣言破除…… 196
三、情绪疏导…… 199
四、议题设置…… 200
第四节 突发事件应对中网民引导规律研究…… 201
一、网民在突发事件舆论传播中的角色特征…… 201
二、网民在突发事件舆论传播中的心理特点…… 204
三、对网民进行网络舆论引导的一些建议…… 206
第五节 发挥合力，做好突发事件网络舆情应对…… 207
一、当前突发事件舆情引导的一些认识偏差…… 207
二、突发事件舆论引导的发展及面临的主要问题…… 209
三、突发事件舆情引导迫切要求多主体协同形成合力…… 212

附：中国社会转型期突发事件网络舆情研究调查报告…… 215

后 记…… 232

参考文献…… 233

导 论

在社会转型的今天，中国进入了突发事件的高危期，各种深层次矛盾逐步显现并呈现激化态势，老问题尚未解决，新问题又在不断出现，诱发突发事件的因素逐步增多，致使突发事件频繁发生。仅以环境污染为例，目前我国平均每两天就发生一起，环境污染投诉以每年30%的速度递增。特别是近年以来，西藏“3·14”事件、新疆“7·5”事件、汶川大地震等特别重大和重大的自然、社会突发事件接连发生，对中国特色社会主义现代化建设和全面小康社会的建设提出了严峻挑战。因此，如何研究和把握突发事件尤其是网络突发事件及其相关方面的特点、规律，如何整合各方面资源，采取各种积极有效的措施，不断提高党、政府和社会各界应对突发事件的能力，成为当前值得高度重视的一个研究课题。

当前，作为一个新兴的、潜力巨大的技术平台和信息传播平台，互联网具备的多媒体融合、开放度高、信息量大、互动性强等特点，彻底改变了传统的媒体格局，改变了传统的新闻信息传播方式，改变了传统的社会舆论的形成与衍变规律。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，对现实生活的影响越来越大，这一点在近几年的突发事件中表现得尤为明显，如孙志刚案件、家乐福事件、瓮安事件、石首事件等，许多事件的发生、发展甚至升级，无不同网络舆情有关。据有关部门统计，近年来发生的有影响的国内群体性事件中，60%同互联网有关。这些群体性事件或是通过互联网渲染，或是藉由互联网组织，或是互联网推波助澜。基于此，加强对突发事件网络舆情的研究及应对，成为一个须臾不可忽视的重要课题。

突发事件具有不可预见性强、突变性强、危害程度深、冲击力度大、持续时间长等特点，在对现实生活产生巨大影响的同时，也会对社会心理产生

很大的冲击，因此，在突发事件发生后，舆论关注度高，信息“饥渴”现象比较明显，受众通过以网络为主的各种途径传递信息、发表观点的欲望比较强烈，各种声音在互联网上都会有所体现，舆情复杂多变，对舆论应对和相关工作提出了较高要求。但是，从近几年来突发事件舆论应对情况来看，一些部门、一些地方、一些媒体、一些党政干部，在一些突发事件发生后，对网络舆情的认识、研判和应对方面还存在一定程度的不重视、不适应、不协调、不妥当、不创新等情况，致使工作陷入被动局面，甚至导致事件的恶化和事态的蔓延，造成了较大的危害，严重影响了党和政府的形象。现实的压力同样对相关研究提出了强烈的需求。

正因为如此，党的十六大以来，党中央十分重视社情民意，从适应新形势新任务、提高党的执政能力建设、推进中国特色社会主义伟大事业的高度，明确提出拓宽社情民意表达渠道、健全社会舆情汇集分析机制的重要任务。十八届三中全会通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》指出，要建立畅通有序的诉求表达、心理干预、矛盾调处、权益保障机制，创新有效预防和化解社会矛盾体制。胡锦涛同志2008年在视察人民日报社时强调，要认真研究新闻传播的现状和趋势，深入研究各类受众群体的心理特点和接受习惯，加强舆情分析，主动设置议题，善于因势利导。2014年2月27日，在中央网络安全和信息化领导小组第一次会议上，习近平同志指出，做好网上舆论工作是一项长期任务，要创新改进网上宣传，运用网络传播规律，弘扬主旋律，激发正能量，大力培育和践行社会主义核心价值观，把握好网上舆论引导的时、度、效，使网络空间清朗起来。

在这种背景下，加强对突发事件网络舆情的研究，正是落实中央要求、适应时代发展、满足社会期待的必然要求。通过对这一课题的深入研究，有利于我们全面、准确、系统地把握突发事件网络舆情的基本特征和衍变轨迹，有利于我们充分发挥政府、宣传管理部门、媒体、网络、网民等各个层面的独特作用，形成合力，按照其基本规律，努力做好舆论应对工作，使舆论态势朝着良好方向发展，从而减轻突发事件危害，促进事情妥善解决和相关工作的平稳开展，进一步提高中国共产党的执政能力、巩固执政地位。

基于对本研究意义、背景的认识，课题组通过分析转型期中国社会突发事件网络舆情现状，揭示了中国社会转型期不同性质的突发事件在舆论认知

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

和传播上呈现相互交融交互交锋的新特征，分析了社会转型与突发事件网络舆情之间的正相关关系，明确提出处置突发事件网络舆情必须充分考量社会转型的背景、关注新技术制高点所形成的舆论生成渠道变化、推动传统媒体和新兴媒体融合发展，进而不断改进和提高舆论引导水平和网络舆论治理能力现代化。此外，课题按照《国家突发公共事件总体应急预案》对四类突发事件进行了案例剖析，藉此探讨了突发事件网络舆情发生、发展和演变的内在规律，在对典型案例进行解剖后提出了应对策略建议。结合前文对不同类型突发事件网络舆论的分析研究，研究人员从多主体视角研究和探寻党委政府、网民、网站、传统媒体等不同主体的信息传播机制和作用特点，明确提出各相关责任主体应积极发挥作用、形成合力，才能应对好、引导好突发事件网络舆情。

本课题既将研究主题作为一个整体进行研究，同时将“突发事件”“网络”“舆情”作为三个关键词，从我国突发事件现状及发展趋势、网络媒体现状与发展趋势、舆情特征与衍变规律三个层面，分别展开深入研究和综合分析。在研究过程中，采用了实地调研、案例研究、文献研究、文本研究、问卷调查等方法。为了更深入、透彻地了解社会转型期普通民众接触互联网，特别是突发事件发生后使用网络了解信息、表达观点的情况，课题组设计并实施了问卷调查，委托专业市场调查公司 SSI，运用在线调查方式在全国 13 个大中城市投放问卷（详见附录），共回收有效问卷 1539 份。调查样本覆盖不同地区、不同性别、年龄、学历和收入的人群，研究结论具有良好的代表性和准确性（在 95% 的置信区间下，此样本量的最大误差不超过 3%）。

与 2013 年底中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《第 33 次中国互联网络发展状况统计报告》对照，本次调查的样本结构与中国网民总体结构表现出良好的一致性，证明本次调查结果代表性较好。CNNIC 最新的统计数据显示，截至 2013 年 12 月，我国网民规模达 6.18 亿，中国网民的性别比例为 56 ∶ 44，本次调查男女的性别比例为 50.6 ∶ 49.4，基本均衡。CNNIC 研究显示，中国网民中 30 岁以上各年龄段人群占比近年来均有不同程度的提升，总占比为 46.0%，相比 2012 年底提升了 2.1 个百分点，说明我国互联网的普及逐渐从青年向中老年扩散，中老年群体是中国网民增长的

主要来源。由于本课题的调查主要在城市开展，30 岁以上受访者的比例达到 65.7%，也很好地反映了城市网民向中老年扩散发展的趋势。

另一方面，本次调查将重点放在城市人群，受访者中中间管理层（29.5%）、职员/白领（29.0%）的比例较高，整体学历层次也较高，作为熟练掌握网络使用，具有良好网络表达能力的人群，研究他们对突发事件网络传播的看法和网络讨论的行为，对于舆情研判和处置并有效引导突发事件舆论传播具有重要意义。

第一章　转型期中国社会突发事件网络舆情现状

改革开放30多年来，我国社会经历了从高度集中的计划经济体制到充满活力的社会主义市场经济体制、从封闭半封闭到全方位对外开放的转型。在这一历史进程中，经济体制深刻变革、社会结构深刻变动、利益格局深刻调整、思想观念深刻变化，人们思想活动的独立性选择性多变性差异性不断增强，社会思想文化更加活跃。

战略机遇期与矛盾凸显期相互交织、思想激荡与舆论结构相互作用，不同性质的突发事件在舆论认知和传播上呈现相互交融交互交锋的新特征，使得处于社会转型期的突发事件的性质判断更加趋于复杂。

特别是随着新媒体的崛起，舆论传播渠道日益丰富，舆论热点生成条件发生根本变化，突发事件的公共属性和次生关联性在舆论场格局分化中被不断放大，口头舆论场借助新兴媒介形成网络舆论场的重要组成部分，舆论监督功能不断强化，对我国民主政治和经济社会建设等领域产生深远的影响。但同样不容忽视的是，网络世界也充斥着非理性的情绪化宣泄和跨国界传播的意识形态对抗，对网络舆论引导和监管提出严峻挑战。因此，必须重视新型媒介运用和管理，规范传播秩序。

第一节　社会发展推动信息公开

对“突发事件”的定义，目前国内学术界的解释大致相同，即强调事件发生的突然性、不可预料性和后果的严重性、应对的艰难性，具有一定范围

的社会性。[①] 2006 年公布的《国家突发公共事件总体应急预案》提出，突发事件是指突然发生，造成或者可能造成重大人员伤亡、财产损失、生态环境破坏和严重社会危害，危及公共安全的紧急事件。[②]

时间上的“突发”性、涉及范围上的“公共”性和应对性质上的“危机”性，是突发事件基本的属性。此外，突发事件的贴近程度，其中不仅包括地理因素，还包括心理的贴近性；突发事件的强烈程度和事件的可控程度及延续程度等等，也是突发事件造成社会影响的重要因素。

在急速发展、打破均衡的社会发展阶段，无论是对自然界的利用或破坏，还是社会利益格局的转变和重构，都在不断加剧加深，突发事件快速上升。这在我国转型时期的表现尤为突出。

随着我国突发事件的增多，越来越多地引起党和政府对危机处置与管理的重视。近年来先后制定《国家突发公共事件总体应急预案》《中华人民共和国突发事件应对法》等法律法规，将突发事件分为自然灾害、事故灾难、公共卫生事件、社会安全事件等四大类性质，并按照突发事件的性质、严重程度、可控性和影响范围等，将突发事件分为 I 级（特别重大）、II 级（重大）、III 级（较大）和 IV 级（一般）。

这不仅是有关部门处置应对突发事件的依据，也是传统媒体报道的重要参考。但是，随着互联网媒介的发展，不仅对事件真相寻求的迫切性在加快，网络舆论还按照其自身的价值选择——这种价值选择反映了公众寻求安全性的心理本能——将关注点集中在责任追究上，从而在舆论议程设置上模糊了各类突发事件的性质与等级，放大了突发事件固有的牵连面广的特性。

寻求安全是人的本能。从社会心理的角度看，对安全性的本能关注是导致突发事件舆论生成的基础。突发事件在传播过程中，所引起的社会公众对利害关系的权衡、判断与选择，往往促使基于真相寻求的舆论传播与解读的信息流量与流速急剧上升。互联网的出现，使这种信息流量与流速呈几何式增长。

---

① 参见《重大突发事件中的网络舆论——分析与应对的比较视野》第 7 页，宫承波、李珊珊、田园著，中国广播电视出版社 2012 年版。

② 《国家公共突发事件总体应急预案》，http://www.china.com.cn/chinese/law/1086058.htm.

强调以正面宣传为主的传统主流媒体，对突发事件的报道首先着眼于导向作用，其次是要求严谨、准确，并尽可能快速。而互联网的出现与普及，广大网民的直接参与，不仅弥补了传统媒体掌握突发事件信息主要依赖权威部门发布的短板，而且淡化了传统媒体“把关人”的角色，新闻信息筛选与过滤功能被弱化，在取得信息流量与流速增长的同时，具有了重构议程设置的能力。

随着我国经济社会、民主政治的发展与进步，公众对突发事件本身的理解也发生了改变。比如，30 年前人们对北方地区大风天气的关心程度，与如今对沙尘暴的看法，就有了根本不同。

如果我们从历史环境的角度分析，突发事件的传播还具有认知上的阶段性特征。在相对封闭的状态下，信息流动比较容易被控制，控制突发事件信息或信息要素，能够有效地削弱其社会心理影响。但就长远而言，其弊大于利。

比如，1976 年 7 月 28 日河北省唐山市发生 7.8 级强烈地震。直到 3 年后，新华社记者在大连震情会上才得知死亡 242769 人的确切数字，并冲破阻力向全世界公布了这一消息。而在这 3 年间，由于没有及时、准确的权威信息发布，港台地区和外国媒体的报道或根据推测、或依据传言谣言，有的说死亡 60 万人，有的说是 70 万人。这个例子被美国一些大学的新闻院系作为迟到新闻和“共产党国家”封锁新闻的典型加以引用。①

30 多年后，这样的事例大大减少。2008 年 5 月 12 日 14 时 28 分，四川省汶川县发生 8 级地震，震中烈度 11 级，18 分钟后，新华社就向全世界发布了这次特大自然灾害的新闻。

这种对自然灾害类突发事件信息披露截然不同的表现，是我国坚持改革开放政策的必然结果，也是媒体发展和新兴媒体崛起带来的直接影响。在汶川地震的报道中，网络媒体的表现甚至被认为是正式成为中国社会主流媒体的开始。②

---

① 徐学江：《“迟到的新闻”：唐山地震死亡人数报道背后》http：//news. xinhuanet. com/newmedia/2006－07/28/content _ 4888384. htm.

② 参见 2008 年 5 月国务院新闻办网络局副局长彭波在新媒体高峰论坛上的致辞，http：//www. china. com. cn/news/txt/2008－05/21/content _ 15390996. htm.

一般而言，舆论的生成需要有广泛的表达意愿，并需要有言论自由的保障制度作为基础。

从政治层面看，立足社会主义初级阶段的基本国情，由以“阶级斗争为纲”到以经济建设为中心、服从服务于改革开放和社会主义现代化建设，党的执政理念、领导方式发生了深刻变化，公共服务型政府建设步伐加快，催生了党务公开、政务公开。突发事件的信息公开，有了越来越多的明显改善。

从经济层面看，市场经济具有平等、竞争、开放、法制等特征，信息公开是市场经济的基本要求。在市场经济条件下，除国家秘密、商业秘密和个人隐私之外的公共信息资源都应当是公开的，否则信息垄断和信息缺失就会导致信息不对称下的不公平竞争，最终导致市场失灵。而在不断深化对外开放，特别是以加入世界贸易组织为标志进入全方位多层次宽领域对外开放的新阶段后，区域性的信息封闭和垄断也会越来越多地被瓦解分化。积极主动地采取信息公开的政策，也是塑造国家形象的必然要求。

着眼于维护党的执政地位和政府的权威性，突发事件的信息公开更能体现国家应对处置危机的能力和水平。随着我国经济社会的变化，在新的历史条件下，党政系统内部的组织传播渠道已经不能很好地涵盖和影响社会所有层面，通过大众传媒和新媒体及时宣传党和政府的主张、沟通社情民意，以整合信息资源作为调控舆论力量的手段，成为提高党的执政能力的重要体现，也是构建和谐社会的题中应有之义。而知情权是人民民主的前提和保障，人民群众行使参与权、表达权、监督权，必然需要与之相对应的信息做支撑，否则就成了无源之水。因此，习近平同志将提高同媒体打交道的能力列为各级领导干部要努力提高的六个方面的能力之一。①

2008 年 5 月 1 日，我国《政府信息公开条例》正式施行，用法律形式确立了政务信息“公开是原则，保密是例外”这一信条。2012 年 11 月 10 日，有“最高政务微博”之称的“国务院公报”新浪微博认证账号正式上线，两天粉丝数即超过 20 万。而此前，作为公开出版物的《国务院公报》

① 《习近平强调：领导干部要加强党性修养提高综合素质》，http：//news. xinhuanet. com/newscenter/2009－03/01/content _ 10923334. htm.

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com