

中国传媒大学网络舆情（口碑）研究所/艾利艾咨询（IRI）



主 编◎丁俊杰 张树庭

执行主编◎李未柠

网络舆情及 突发公共事件 危机管理经典案例

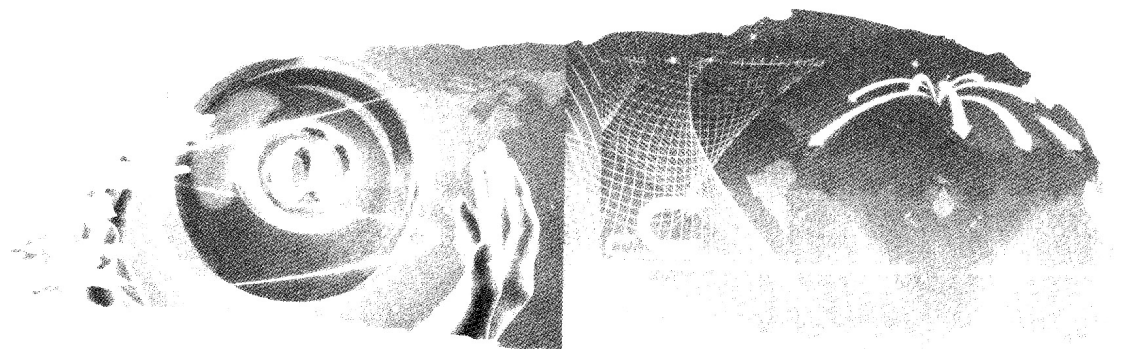
Internet Realtime-P

by [IRI]

——十五类偶然事件如何演变成社会瞩目之热点
——一部分当下干部执政能力及网络素养之沉思

基于数以亿计的网络舆情数据处理
首次对网络舆情事件进行指数化科学厘定
主人翁责任，第三方视角

中国传媒大学网络舆情（口碑）研究所/艾利艾咨询（IRI）



主 编◎丁俊杰 张树庭
执行主编◎李未柠

网络舆情 突发公共事件 危机管理经典案例

中国传媒大学网络舆情（口碑）研究所/艾利艾咨询（IRI）

 中共中央党校出版社
The Central Party School Publishing House

图书在版编目 (CIP) 数据

网络舆情及突发公共事件危机管理经典案例/丁俊杰, 张树庭
主编. —北京: 中共中央党校出版社, 2010. 12

ISBN 978-7-5035-4397-5

I. 网… II. ①丁… ②张… III. ①计算机网络—信息管理—
研究—中国 ②紧急事件—公共管理—研究—中国 IV. ①G203
②TP393 ③D63

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 172287 号

网络舆情及突发公共事件危机管理经典案例

责任编辑 朱晋平

版式设计 尉红民

责任校对 马 晶

责任印制 宋二顺

出版发行 中共中央党校出版社
(北京市海淀区大有庄 100 号)

邮 编 100091

网 址 www.dxcbs.net

电 话 (010) 62805800 (办公室) (010) 62805818 (发行部)

经 销 新华书店

印 刷 北京四季青印刷厂

字 数 336 千字

版 次 2010 年 12 月第 1 版 2010 年 12 月第 1 次印刷

开 本 700 毫米×1000 毫米 1/16

印 张 20.75

定 价 38.00 元

版权所有·侵权必究

如有印装质量问题, 请与本社发行部联系

学术指导委员会

主任委员 谢海光 佟力强 熊澄宇 闵大洪 黄升民 喻国明
黎 斌 马玉柱 李金福 白俭成

委 员 (按姓氏笔画为序)

丁志勇 方义农 牛纪伟 王 军 王恩海 车 晴
刘心放 刘保孚 刘德寰 邢 静 吴 亮 李永智
李 彬 苏蓉娟 沈 浩 杨 飞 杨柏国 张 军
周 勇 周科进 周裕琼 段 鹏 胡百精 胡智锋
柯惠新 高 钢 高新民 徐向东 袁 健 巢文涵
黄 晖 彭 兰

编辑委员会

主 编

丁俊杰 中国传媒大学学术委员会副主任、博士生导师
张树庭 中国传媒大学广告学院副院长、网络舆情（口碑）研究所所长

执行主编

李未柠 中国传媒大学网络舆情（口碑）研究所副所长

副 主 编 李建伟 陈宝仁 任明远 李 琳 陈 茜 郑苏晖

责任编辑 刘 蕾 宋亚利 张 举

编 辑 汤 楠 邹海华 余延殊 李陶蔚 张彩娥 余秋莺
张文良 唐 棠 钟 晶 朱国栋 张 杰 吴翠玉
陈丽红 汪 莲 柳晨龙

版权与免责声明

凡注明来源为“中国传媒大学网络舆情（口碑）研究所/艾利艾咨询（IRI）”的所有文字、图片、图表及其中的数据，版权均属我所所有，任何媒体或个人未经我所授权不得以任何方式复制发表。已经我所授权的，在使用时必须注明来源，违者我所将依法追究法律责任。

凡注明其他来源的文字、图片等稿件均为转载，版权归来源媒体和个人所有。转载出于传递更多信息之目的，并不意味着我所赞同其观点或对其内容的真实性做任何保证。如其他媒体或个人从本书转引使用，须保留本书注明之来源，并自负版权等法律责任。

如本书引用文字、图片等涉及版权等问题，请作者速来电或来函与我所联系。

联系方式：010—58794110

目 录

前 言	(1)
一、天价烟民——周久耕事件	(13)
1. 事件简述	(13)
2. 进程实录	(13)
3. 传播路径	(15)
4. 舆情源头	(15)
5. 网络传播	(18)
6. 官方回应	(22)
7. 舆情分析	(27)
8. 评论文章	(29)
9. 多方点评	(31)
二、致命游戏——躲猫猫事件	(33)
1. 事件简述	(33)
2. 进程实录	(33)
3. 传播路径	(36)
4. 舆情源头	(37)
5. 网络传播	(42)
6. 官方回应	(47)
7. 舆情分析	(54)
8. 评论文章	(56)
9. 多方点评	(60)
三、跨省追捕——王帅事件	(62)
1. 事件简述	(62)
2. 进程实录	(62)
3. 传播路径	(64)

4. 舆情源头	(65)
5. 网络传播	(73)
6. 官方回应	(77)
7. 舆情分析	(80)
8. 评论文章	(82)
9. 多方点评	(85)
四、冒名顶替——罗彩霞事件	(87)
1. 事件简述	(87)
2. 进程实录	(88)
3. 传播路径	(90)
4. 舆情源头	(91)
5. 网络传播	(94)
6. 官方回应	(99)
7. 舆情分析	(104)
8. 评论文章	(106)
9. 多方点评	(109)
五、飙车撞人——70 码事件	(111)
1. 事件简述	(111)
2. 进程实录	(111)
3. 传播路径	(114)
4. 舆情源头	(115)
5. 网络传播	(118)
6. 官方回应	(122)
7. 舆情分析	(127)
8. 评论文章	(130)
9. 多方点评	(132)
六、弱女抗辱——邓玉娇事件	(134)
1. 事件简述	(134)
2. 进程实录	(134)
3. 传播路径	(137)
4. 舆情源头	(137)
5. 网络传播	(139)

6. 官方回应	(144)
7. 舆情分析	(148)
8. 评论文章	(150)
9. 多方点评	(153)
七、厨师高坠——石首事件	(155)
1. 事件简述	(155)
2. 进程实录	(155)
3. 传播路径	(157)
4. 舆情源头	(158)
5. 网络传播	(159)
6. 官方回应	(161)
7. 舆情分析	(165)
8. 评论文章	(167)
9. 多方点评	(170)
八、开胸验肺——张海超事件	(172)
1. 事件简述	(172)
2. 进程实录	(172)
3. 传播路径	(174)
4. 舆情源头	(174)
5. 网络传播	(178)
6. 官方回应	(181)
7. 舆情分析	(186)
8. 评论文章	(188)
9. 多方点评	(191)
九、重组喋血——通钢事件	(193)
1. 事件简述	(193)
2. 进程实录	(193)
3. 传播路径	(196)
4. 舆情源头	(197)
5. 网络传播	(198)
6. 官方回应	(202)
7. 舆情分析	(204)

8. 评论文章	(205)
9. 多方点评	(208)
十、砒霜之门——农夫山泉事件	(210)
1. 事件简述	(210)
2. 进程实录	(210)
3. 传播路径	(212)
4. 舆情源头	(213)
5. 网络传播	(214)
6. 官方回应	(218)
7. 舆情分析	(223)
8. 评论文章	(225)
9. 多方点评	(229)
十一、是非开车——女检察长豪车事件	(231)
1. 事件简述	(231)
2. 进程实录	(231)
3. 传播路径	(233)
4. 舆情源头	(234)
5. 网络传播	(235)
6. 官方回应	(239)
7. 舆情分析	(243)
8. 评论文章	(245)
9. 多方点评	(248)
十二、悲凉心境——千人跪倒市长事件	(250)
1. 事件简述	(250)
2. 进程实录	(250)
3. 传播路径	(252)
4. 舆情源头	(252)
5. 网络传播	(254)
6. 官方回应	(257)
7. 舆情分析	(258)
8. 评论文章	(261)
9. 多方点评	(264)

十三、鬼使神差——赵作海事件	(266)
1. 事件简述	(266)
2. 进程实录	(267)
3. 传播路径	(269)
4. 舆情源头	(269)
5. 网络传播	(272)
6. 官方回应	(275)
7. 舆情分析	(279)
8. 评论文章	(281)
9. 多方点评	(285)
十四、忍辱负羞——厅官妻子“打错门”事件	(286)
1. 事件简述	(286)
2. 进程实录	(287)
3. 传播路径	(288)
4. 舆情源头	(288)
5. 网络传播	(291)
6. 官方回应	(296)
7. 舆情分析	(298)
8. 评论文章	(301)
9. 多方点评	(303)
十五、众人侧目——东莞涉黄人员游街事件	(305)
1. 事件简述	(305)
2. 进程实录	(305)
3. 传播路径	(306)
4. 舆情源头	(307)
5. 网络传播	(307)
6. 官方回应	(310)
7. 舆情分析	(313)
8. 评论文章	(315)
9. 多方点评	(318)
介 绍	(320)

前 言

近年来,随着互联网技术的发展,以微博、社交类网站、视频类网站及移动通信为代表的社会化媒体呈现出日新月异的变革,其对网络舆情状态的影响更加复杂深刻,加之我国正处在改革关键期和矛盾突发期,诸种问题叠合积聚,网络舆情已成为当前社会和谐度和稳定度的标志,成为政府和社会各界的关注焦点。

互联网信息具有丰富性、海量性、复杂性、虚拟性、隐蔽性、发散性、渗透性和随意性等特点,对其理解和把握越来越需要用科学、精准、可信的方法。然而,一些政府部门在网络舆情的收集分析、监测研判、回应沟通、引导说明和危机管理过程中,尚处于粗放式阶段,相关工作较为感性主观,一些部门仍然停留在“部分网民认为”、“某网友认为”等定性描述上,缺乏科学、扎实、直观、量化、可比对的数据基础,难以全面反映特定区域和特定时域网络舆情发生、发展状况与趋势,更谈不上形成系统、规范的网络舆情分析研判体系。如何从主观判断迈向客观分析和量化管理,建立定向分析、定量研究与有效管理体系,成为政府部门亟待解决的重要课题。

中国传媒大学网络舆情(口碑)研究所/艾利艾咨询(英文简称 IRI)是中国传媒大学新机制、新模式创新型科研机构,其承担的国家社科基金重大课题《中国特色网络文化建设与管理战略研究》(07&ZD041)子课题“网络舆情指数体系(IRI)研究”,在国内首次建立了通过对网络舆情的量化及指数化实现网络舆情的科学收集、分析研判和预警对策一整套科学规范的工作体系,致力于解决舆情信息量化问题。

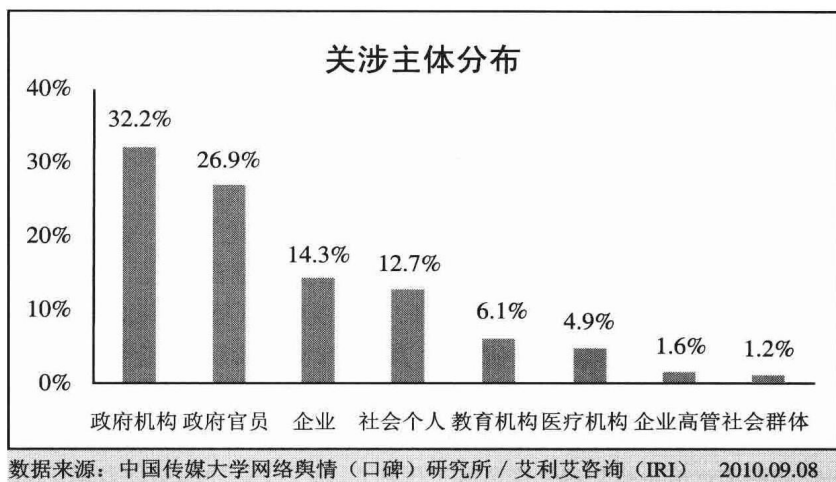
基于该舆情指数体系研究,2008年11月以来,IRI积累了上千个网络舆情热点及突发公共事件重点案例,梳理了与此相匹配的数以亿计的庞大数据。本书精选2009年至今国内网络舆情及突发公共事件15类经典案例,以客观、科学、严谨的研究方法和具有针对性、建设性的对策建议,为政府部门及其工作人员了解、研究和处置网络舆情,为提升各级政府的网络舆情及突发公共事件危机管理能力提供积极支持。

本书是我们向大家奉献的网络舆情及突发公共事件危机管理系列丛书的第一本,其凝聚了数百位不同领域专家和研究所同仁的大量心血,也融入了我们对时代背景的细致观察和网络舆情的冷静思考。希望对有效促进良性网络舆论环境的创建,推动和谐社会的发展起到积极作用。

一、网络舆情发展现状与特征

当前，网络舆情的影响力越来越大，呈现诸多新的特点和规律。中国传媒大学网络舆情（口碑）研究所/艾利艾咨询（IRI）通过对 2009 年至 2010 年 8 月的 245 个网络舆情热点监测分析发现：

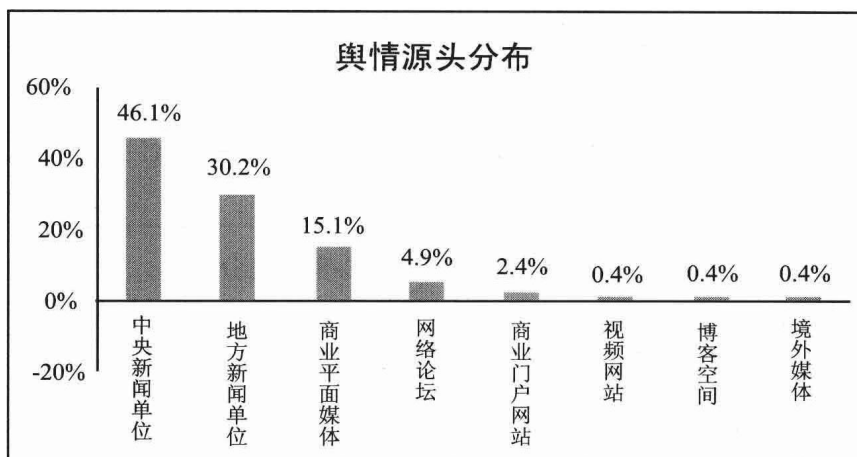
1. 涉及各级政府部门及官员的网络舆情热点话题占比近六成



2. 舆情源头近八成为中央与地方新闻单位的传统媒体和网络媒体的报道，微博作为舆情源头和助推作用日趋凸显

重大网络舆情事件的舆情源头的报道角度以及内容倾向直接引导网络舆论的发展趋势。根据 IRI 监测到的 2009 年 1 月到 2010 年 8 月的 245 个网络舆情热点话题中，其舆情源头为中央新闻单位，譬如《人民日报》（网）、新华社（网）、央视网、中国政府网、中国新闻网、《中国青年报》等以及地方新闻单位譬如《东方早报》、《齐鲁晚报》、《河南日报》、《潇湘晨报》等首发的事件数量分别占比 46.1% 与 30.2%，两者首发事件之和占据总数的近八

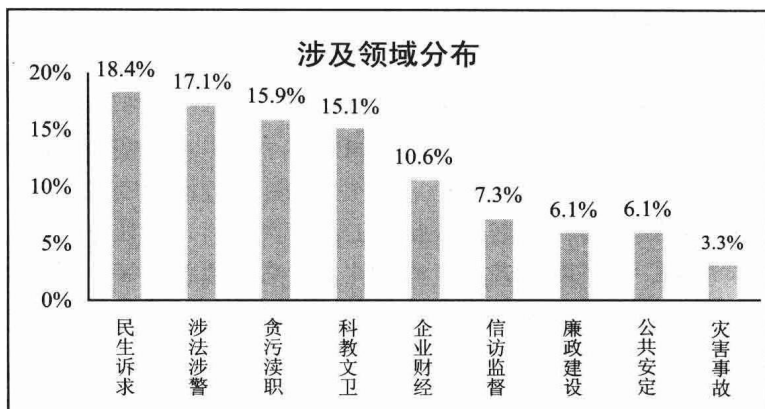
成，是网络舆情事件的主要发布者，中央新闻单位与地方新闻单位的作用由此可见一斑。同时，商业平面媒体譬如《21 世纪经济报道》、《经济观察报》等也已是网络舆情热点事件的发掘地，有 15.1% 的网络舆情事件的舆情源头由他们引起，仅次于地方新闻单位，如昆明小学生卖淫案等。此外，论坛及商业门户网站也分别占据 4.9%、2.4%。随着微博等交流工具的兴起，愈来愈多的网络舆情事件日渐通过此类工具首次爆料，例如方舟子打假“唐骏学历门”事件、仇子明记者遭追捕事件、金浩茶油事件等，之后微博内部形成舆论热点，传统媒体再跟进报道，网络媒体转载并与传统媒体互动炒作，致使热点进一步升温。



数据来源：中国传媒大学网络舆情（口碑）研究所 / 艾利艾咨询（IRI） 2010.09.08

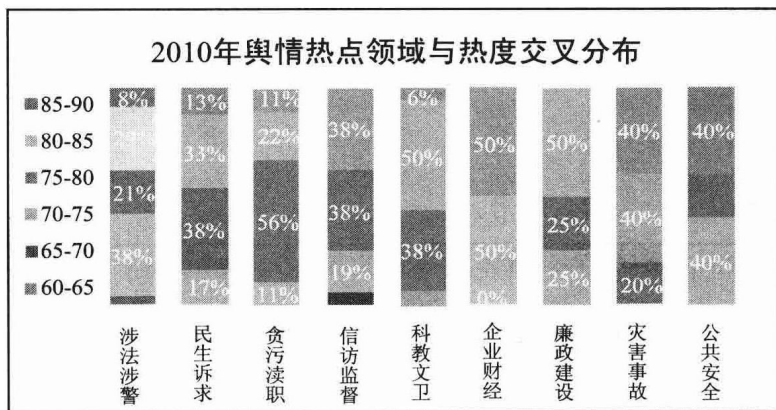
3. 民生诉求、涉法涉警、贪污渎职三大领域舆情热点事件最多

根据 IRI 监测到的 2009 年 1 月到 2010 年 8 月的 245 个网络舆情热点话题中，网络舆情涉及领域分布来看，民生诉求、涉法涉警、贪污渎职成为网络舆情事件最常发生的领域，其占比分别是 18.4%、17.1%、15.9%，三大领域舆情事件共占比 51.4%。同时，科教文卫领域也成为网络舆情事件的常发之地，占比 15.1%，武大校长腐败案、教育部 44 个汉字整形事件、校园暴力案等都是社会各界的关注焦点。我国经济发展的宏观环境决定企业财经领域爆发的网络舆情事件也受到较大关注，占比 10.6%，如央企成绩单、晋煤重组等。此外，信访监督领域发生的网络舆情事件占比达 7.3%，涉及公共安全以及灾害事故领域的网络舆情事件也分别占比 6.1%、3.3%。



数据来源：中国传媒大学网络舆情（口碑）研究所 / 艾利艾咨询（IRI） 2010.09.08

4. 企业财经、灾害事故及公共安全领域舆情热度最高



数据来源：中国传媒大学网络舆情（口碑）研究所 / 艾利艾咨询（IRI） 2010.09.08

据 IRI 监测数据显示，虽然民生诉求、涉法涉警、贪污渎职领域是网络舆情事件的常发地，但是从 2010 年舆情热点领域与热度交叉分布而言，这三大领域 IRI 热度在 85 分以上的极热事件均占据较少比例。具体而言，民生诉求、涉法涉警、贪污渎职领域 IRI 热度在 75~85 分之间的舆情事件较多，分别占比 71%、50%、78%。

IRI 热度在 85 分以上的舆情事件多发生在企业财经、灾害事故、公共安全领域，三者占比分别为 50%、40%、40%。由于民生诉求、涉法涉警、贪污渎职成为舆情事件的热门发生领域，事件的频发性削弱了社会各界的关

注度。而经济发展过程中对于企业人物的宣传及企业举措引起的宏观经济的变动，企业财经领域成为极热事件爆发之最。此外，随着突发灾害事故的增多，如舟曲特大泥石流事件往往能够引起大家较大关注从而吸引全民注意，因此灾害事故以及公共安全领域也成为极热事件的发生领域。

5. 网络舆情传播的时空特征效应显著

1) 网络热点议题平均存活时间为 16.8 天，75%的重大新闻事件在报道后的第 2—4 天网络关注度最大

据 IRI 监测数据显示，每个网络舆情热点议题的平均存活时间为 16.8 天，犬多数集中在两周以内。75%的重大新闻事件在报道后的第 2 至第 4 天网络关注度最大。如果一个网络热点议题不节外分枝，大多存活时间集中在 1 至 15 天的短期，中间也很有可能由于当事人或单位回应不当引发一波几折的舆情关注持续到 3 周左右。这说明网民对一个变化不大的议题专一度不高，除非该议题信息系统中又有新的变量和元素的介入。

2) 市级及以下论坛是网络舆情热点事件的集中首发论坛

据 IRI 监测数据显示，市级及以下论坛是网民作为首发主体的网络舆情热点事件的主要原发地，占到总体的 37.5%；其次是天涯、猫扑等主流论坛，占到总体的 20.6%；再次是地方新闻媒体论坛，占到总体的 15.7%。

3) 79%的重大新闻事件中网民积极评论对网媒增加报道有推动作用

据 IRI 监测数据及向量自回归（VAR）模型估算分析网媒与网民互动规律，结果显示，在 79%的重大新闻事件中，网民积极评论对网媒次日增加报道有推动作用。

4) 网民对比较重大新闻事件网络舆情的贡献率为 59%

据 IRI 监测数据显示，网媒、网民对比较重大新闻事件网络舆情的平均贡献率分别是 41%和 59%。网民平均贡献率之所以大于网媒平均贡献率，是因为这些重大新闻事件中绝大多数是争议性强，社会影响大的事件，网民十分关注，浏览、评论、发帖、发文很多。

5) 80%以上网络主帖、博文回复浏览比在 8%以下

根据 IRI 监测数据显示，80%以上主帖、博文的回复浏览比在 8%以

下。如突发事件发生时，回复浏览比超过 8%，则需要重视，有可能会引发较大范围的舆情危机事件。

二、突发公共事件成为网络舆情热点之传播层面原因

1. 轮番炒作系网络舆情变异的催化元素

某些突发公共事件发生后，一些网民和网络推手借机发挥，经济政策问题、政治会议、民生与社会治安问题、腐败问题等都可能成为触发网络舆情的导火索，成为网上投诉、批评、民意聚焦的热点内容。一些具有极强的时间性、震撼性、负面性的事件，经过一定程度地炒作之后，能够迅速成为网络舆论的热点。

2009 年 6 月 21 日，29 岁的周森锋正式当选湖北宜城市长，消息一出，立即引发热议。网络传播中信息之广、之细、之密集可谓“空前”，与周森锋相关各方信息几乎囊括殆尽，涉及父母、妻子、学校生活以及日常行政细节等。“中国目前最年轻的市长”由此引发了部分网友的负面猜想。这部分负面网络舆情极具网络吸引力，为恶意炒作提供了新闻点，有关周森锋的身世与家庭背景、打伞门、论文门、香烟门等，形成了极高的舆论氛围，恶意炒作作为事件的网络舆情发展推波助澜。

2009 年 10 月 13 日，一名为闫德利的女子发布了一份共有 279 个电话号码的“性接触者通讯录”，同时称自己已被检查出感染艾滋病。该消息在网上引发轩然大波，所谓的“性接触者号码”几乎一夜之间传遍全国各大论坛。这些事情完全是由他人故意捏造并散布，作为一个彻头彻尾的恶意诽谤和网络炒作事件，由于该信息的传播迎合不少人的猎奇心理，激起了网络舆论对个人隐私的兴趣。言论借助网络虚拟空间，引起了大量网民的共同关注，而且网民的态度指向十分明显，事件的网络舆情由此被无限扩大化。

2. 网民情绪化系网络舆情非理性化的心理动因

由于发言者身份隐蔽，缺少规则限制与有效的舆论监督，一些网民的发

言比较感性化、情绪化和片面化，甚至会把互联网作为发泄情绪的场所。比如，有关贪污腐败官员、渎职现象的网络报道，往往会引发大量情绪化的谩骂、诋毁与嘲弄，大量跟帖缺乏理性，甚至与事实不符。情绪化言论很容易得到众人的响应，导致某一事件的网民评论倾向出现一边倒的现象。网民情绪的相互感染，有时会引发有害的网络舆论，具有很强的煽动性和破坏性。如哈尔滨6名警察打死青年林松岭一案，在网上一波三折，网络舆论在短时间内迅速膨胀，谣言传播的速度也让人始料不及。

3. 晕轮效应系网络舆情偏差的重要根源

人们对人与事的认知和判断往往只从局部出发，扩散而得出整体印象，这种以偏概全的心理现象即晕轮效应。简而言之，一个人如果被表明是好的，他就会被一种积极肯定的光环笼罩，并被赋予全方位良好的品质；相反，一件事如果被表明是坏的，也会给人们留下一切都是坏的刻板印象。网络舆情往往引导人们获得一种被强化的印象，此时晕轮效应就给网络舆情造成不良影响。政府应当从互动的立场，把握舆论引导的主动权，既要防止正面宣传失语，又要积极关注与及时回应负面报道，主动寻求晕轮效应的积极作用与影响。

网络媒体的失实报道与误导以及应对措施不力，往往会造成晕轮效应消极影响。如湖北大学生救人溺亡事件，网络舆论对此一片称好，赞扬“90后”一代大学生的舍己为人的风采以及高度的社会责任感等精神，引发了人们对“90后”的重新认识。此时，有关“90后”群体的优秀一面经晕轮效应被放大，正面舆情成为网络的主导声音。实际上，在救亡事件发生前，网络阵地中的主流声音更多的是对“90后”群体的负面评价，如“迷失的、自我为中心的、无社会责任感的、垮掉的”。无论是此后的赞扬，还是此前的批评，都存在着网络舆论的晕轮问题，以偏概全的判断屡屡出现，直接影响网络受众的认知。

4. 部分媒体社会责任缺失系网络舆情无序裂变的道义背景

部分媒体社会责任的缺失，直接表现在新闻成稿中诸多的“耸动元素”，从新闻题目的设置、新闻解读角度、新闻描写用词等方面都在“眼球化”，尤其是在新媒体时代，网络的开放更加助长了这种风气。当点击量成为衡量新闻好坏的标准时，媒体建立高度的社会责任就显得更加紧迫。

譬如富士康员工自杀事件中，缺乏怜悯之心的“富士康N连跳”的媒体报道标题似乎让人期待一次又一次的“破纪录”，更有很多媒体报道发表