

严宏伟◎著

微媒体舆论引导

WEIMEITIYULUNYINDAO
CELUE FANGFA ANLI

策略·方法·案例



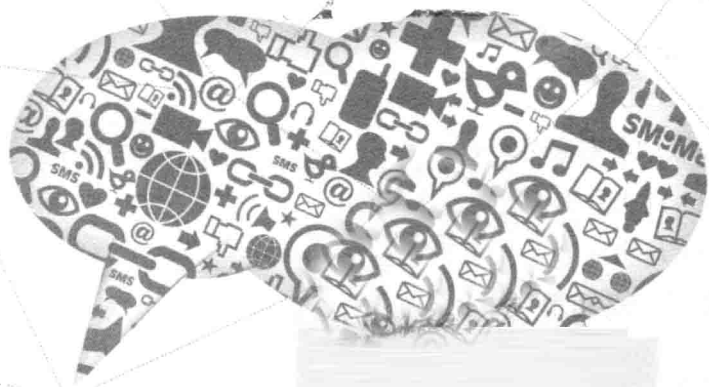
国家行政学院出版社

严宏伟◎著

微媒体舆论引导

WEIMEITIYULUNYINDAO
CELUE FANGFA ANLI

策略·方法·案例



国家行政学院出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

微媒体舆论引导策略·方法·案例 / 严宏伟著.
—北京: 国家行政学院出版社, 2013.10

ISBN 978-7-5150-1004-5

I. ①微… II. ①严… III. ①传播媒介—研究
IV. ① G206.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 251060 号

书 名 微媒体舆论引导策略·方法·案例

作 者 严宏伟

责任编辑 李少军

出版发行 国家行政学院出版社

(北京市海淀区长春桥路 6 号 100089)

电 话 (010) 68920640 68929037

编 辑 部 (010) 68928873

经 销 新华书店

印 刷 北京中印联印务有限公司

版 次 2013 年 11 月北京第 1 版

印 次 2013 年 11 月北京第 1 次印刷

开 本 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 20

字 数 245 千字

书 号 ISBN 978-7-5150-1004-5

定 价 39.80 元

内 容 提 要

近年来，我国互联网发展最具标志性的事件，就是以微博、微信、社交网络等为代表的微媒体迅速发展成为新兴媒体中最受关注的网络传播平台。由微媒体引发的一些舆论事件损害了政府形象，降低了政府公信力，引发了突发事件，破坏了社会稳定。政府和企业把网上舆论工作作为重中之重，掌握好网上舆论引导工作的原则、策略、方法，把握好网上舆论引导的时、度、效，牢牢掌握网上舆论工作的领导权、管理权、话语权，积极传播正能量，全面提升网上舆论工作水平，是当前形势下面临的迫切任务。

本书结合大量典型翔实的案例，通过案例分析，从微媒体的发展背景和历程，微媒体的内容和特点，政务微媒体的功能、管理和使用，微媒体舆论事件的形成、特点和规律，微媒体舆论引导工作的原则、策略、方法等方面详细介绍了微媒体时代各级政府如何正确做好舆论引导工作，做到深谙微媒体特性，创新网络问政，改进网络舆论引导工作；做到网上舆论事件和热点事件及时发现，及时回应，及时处理，危机出现后，能够化“危”为“机”；掌握网上宣传管理的主动权，把握网上舆论的主导权，提升政府的亲和力、公信力、影响力和突发事件处理能力，赢得公众的理解、支持和拥护。

» 前言

互联网特别是移动互联网的高速发展，将传播环境带入一个全新的时代——新媒体时代。相对于传统意义上的平面媒体和电波媒体，新媒体在信息传播上体现出前所未有的能量。在新媒体中，以“人人都有麦克风、每部手机都是‘新闻台’”为特色的微博和微信等微媒体独树一帜，其信息传播的速度之快、范围之广、影响之大都是史无前例的。

近年来，以微博、微信和网上论坛为代表的微媒体用户以几何级数增长，其信息量也以惊人的速度增长。上海交通大学舆情研究实验室发布的《中国社会舆情与危机管理报告（2012）》数据显示，报纸、网络新闻和微博成为2011年社会舆情热点事件的三大主要曝光渠道，其中“7·23动车事故”、“钱云会事件”、“红十字会万元餐”等事件均由微博曝出。微博、微信成为参政议政、舆论监督、反腐曝光、信息发布、议程设置、公益救助等活动的主阵地，反映出在微媒体时代信息传播去中心化的发展趋势明显，每一个人都已经成为一个信息传播单元。综观近年以来发生的一系列重大公共舆论和热点事件，大多都是微博和微信平台上的热点，通过海量转发，信

息不断发酵。有网友总结道,“你可以不用微博和微信,但不见得微博和微信上没有你的传说”。

2013年6月底,我国网民人数已经达到5.91亿,手机网民规模达4.64亿,随着网络与技术的快速发展,预计到2015年,被称为第五媒体的互联网门户、手机报、手机杂志、手机社会网络、手机微博、微信、手机阅读和二维码等,将会在发展规模与影响力上成为中国的“第一媒体”。技术的改革终究会带来社会的飞跃发展,微博和微信已经从人们网络沟通的一种实用工具发展到影响和改变社会的新生力量。发挥微媒体的舆论引导力,将在构建和谐社会、促进社会繁荣与发展中发挥着越来越重要的作用。随着微媒体发展成为最具影响力舆论载体之一,在新兴媒体舆论场和传统媒体舆论场共同作用下,新闻传播和舆论引导正处于前所未有的复杂局面之中:公众对于社会公共事务和政府部门的各项工作已经不再满足于“知其然”还要“知其所以然”,既要知道结果还要了解过程;不再满足于被动接受更想参与其中,发表自己的意见建议并且监督政策的制定执行;政府要做到决策过程和决策结果双公开,要通过与公众的密切交流互动及时回应社会关切,要让政府经济社会政策透明、权力运行透明,更要让群众看得到、听得懂、信得过、能监督。

微媒体的发展趋势是不可逆转的,作为我国目前非常重要的媒体平台和舆论中心的地位已经确立,其舆论力量强度对政府执政、司法审判甚至人们生活中的方方面面都有巨大影响,成为不可忽视的“舆论场”,影响着公共事务和政策的走向。微媒体舆论传播和传统媒体相比有着独特的规律,疏于引导或引导方法错误都可以使微媒体舆论成为公共事件发生的助推器,已经对各级政府的危机处理

能力提出新的挑战：要求引导公众客观地分析媒体信息，避免盲目跟风，保持稳定；要求政府能积极通过微博、微信等新兴媒体应用了解民情，与民密切互动。2013年10月11日，中国政府网正式开通官方微博和官方微信，今后国务院的重要决策部署和政策文件等内容将通过新华微博、腾讯微博和微信等新媒体形式权威、准确、及时地向社会公开，有媒体对此评论说，“中南海离普通老百姓又近了一步”。

自《中华人民共和国政府信息公开条例》施行以来，我国政府在信息公开方面迈出重大步伐，取得显著成效。但是也要看到，随着多元化媒体格局和多元化舆论格局的形成，各级行政机关在依法公开政府信息、及时回应公众关切特别是正确引导舆论方面面临着新问题。与公众期望相比，当前一些地方和部门仍然存在政府信息公开不主动、不及时，面对公众关切不回应、不发声等问题，易使公众产生误解或质疑，给政府形象和公信力造成了不良影响。为了改变这种状况，国务院于2013年10月1日出台了《国务院办公厅关于进一步加强政府信息公开回应社会关切提升政府公信力的意见》，从“进一步加强平台建设”、“加强机制建设”和“完善保障措施”三个方面提出了十点意见。微媒体时代如何将这些意见贯彻好、落实好，如何做好舆论引导？本书将从“微媒体”的定义开始，通过众多典型案例探讨微媒体环境下如何做好舆论引导工作，系统地提出了微媒体舆论引导的策略和方法，为政府部门、领导干部用好微媒体，正确引导舆论提供借鉴和参考。

目录

CONTENTS

» 前言	001
» 第一章 微媒体	001
一、微媒体发展的背景和历程	001
二、微媒体的定义和内容	007
三、微媒体的功能和特点	019
四、微媒体已成为我国非常重要的 媒体平台和舆论中心	027
» 第二章 从微博到微信	037
一、微博的发展和特性	037
二、微博的现状和影响	052
三、微信的发展和新特点	074
四、微博、微信对新闻发布的影响	079
五、微博、微信的迅猛发展对舆论引导的影响	088
» 第三章 微媒体舆论事件	092
一、微媒体舆论事件的形成	092
二、微媒体舆论事件的特点	100
三、微媒体舆论事件的规律	107
四、微媒体舆论事件的处置原则	112

‣ 第四章 政务微媒体	120
一、我国政务微媒体的现状	120
二、我国政务微媒体的功能	135
三、我国政务微媒体的作用	141
四、我国政务微媒体的管理	146
五、我国政务微媒体的使用	161
六、我国政务微媒体的安全	168
‣ 第五章 微媒体舆论引导策略	171
一、忠于事实，一切从实际出发	172
二、第一时间，抢占舆论先机	174
三、网来网去，关注网络舆情善于因势利导	180
四、公开透明，赢得民众更多支持	185
五、开诚布公，杜绝官僚主义“一言堂”	189
六、意见统一，避免多头传播	191
七、留有余地，说话办事不走极端	193
八、借助外力，凭借第三方陈述赢得信任	195
九、人文关怀，以人情味减缓危机	196
十、掌握主动，不要落入问题陷阱	199
‣ 第六章 微媒体舆论引导方法	202
一、政府应以积极心态对待微媒体	202
二、政府在媒体危机应对上的一些错误认识和做法	207
三、做好微媒体内容发布，增强社会影响力	213

四、制订微媒体舆论事件媒体应急预案， 提高正向引导力	220
五、聘请微媒体危机公关顾问， 提高危机处理能力	225
六、做好新闻发布，化解微媒体危机	226
七、完善包括微媒体在内的网络发言人机制， 和网民无障碍对话	238
八、建立“三位一体”的政务微媒体， 提高微媒体利用效率	243
九、完善网络舆论管理制度， 依法进行有害信息专项治理	245
十、建立网络评论员队伍， 深入网民中去引导网民舆论	248
十一、培育网络传播精神，传播网上正能量	249
十二、做大做强网上主流舆论阵地， 掌握网上舆论工作话语权	253
十三、做好国际舆论引导， 树立我国政府良好形象	255
 ► 第七章 微媒体舆论引导典型案例分析	257
一、平台运营类	257
二、突发事件类	259
三、舆论监督类	265
四、网络反腐类	270
五、司法实践类	273
六、社会热点类	275
七、公众话题类	279

► 附 录

- 附录 1 习近平在全国宣传思想工作会议上强调
胸怀大局把握大势着眼大事
努力把宣传思想工作做得更好 285
- 附录 2 李克强主持召开国务院常务会议
研究部署进一步加强政府信息公开工作 290
- 附录 3 鲁炜：把网上舆论工作作为宣传
思想工作的重中之重 291
- 附录 4 政务微媒体管理办法实例
广州市人大常委会立法官方微博管理办法 ... 296
- 参考文献 301
- 后 记 303

第一章



微媒体

一、微媒体发展的背景和历程

（一）微媒体发展的背景

按照一般的看法,传统媒体是“相对于近几年兴起的网络媒体而言的,以传统的大众传播方式即通过某种物理媒介定期向社会公众发布信息或提供教育娱乐的交流活动的媒体,包括电视、报刊、广播三种”^[1]。要注意的是,所谓“传统媒体”的定义,以及“电视、报刊、广播”三种媒介形态的归类并不是一成不变的,“传统媒体”和“新媒体”之间本身就是相对而言的概念。一方面,在“传统媒体”成员内部,20世纪下半叶来自电视的竞争曾使得很多人预言杂志这一传统媒介形态即将消亡,而最终的结果是杂志通过明确受众定位增强了自身实力,时至今日仍然在通过新技术来提升服务质量^[2];另一方面,即便电视的发展曾经使得报纸和广播的生存空间在较长的一个时期受到挤压,但当互联网大范围普及时,电视同样因为其传播特点而被归为传统媒体范畴之内。

媒体的概念界定和范畴划分并不是讨论微媒体发展脉络的关键。可以说,网络媒体进入传播领域给全球范围内的传统媒体带来了一股强大

[1] 来自百度百科“传统媒体”词条下的开放式定义。

[2] 萨梅尔·约翰逊:《杂志产业》,中国人民大学出版社2006年版。

的冲击。自 2009 年以来,我国国民在期刊、报纸两种传统纸质媒介上的阅读时长都有明显缩短(如图 1-1 所示)。

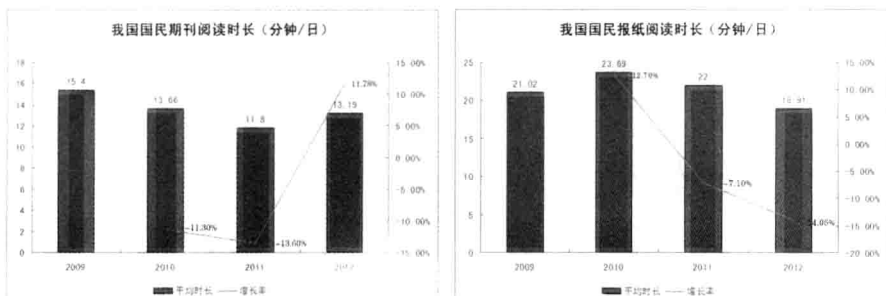


图 1-1 我国国民平均阅读期刊时长和读报时长

(来源:根据中国新闻出版研究院发布的第七、八、九、十次全国国民阅读调查数据绘制)

不仅纸质媒介,包括电视和广播在内的传统电波媒介也在数字化媒介的影响下表现低迷(如图 1-2 所示)。随着“宽带中国”战略的实施,大流量业务的应用已经没有障碍,网络视频成功分流电视观众。据艾瑞咨询 2012 年 9 月 4 日发布的针对合并后网站流量的监测报告显示,优酷网每周覆盖的用户数超过 2.2 亿人,土豆网接近 1.5 亿人,两者合计覆盖独立用户数超过 3 亿,与美国的总人口数相当。

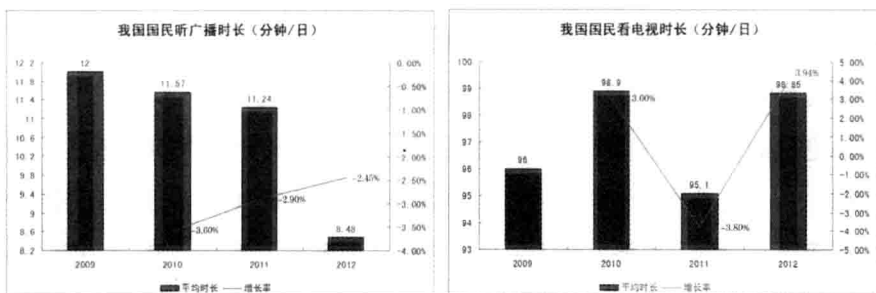


图 1-2 我国国民平均听广播时长和看电视时长

(来源:根据中国新闻出版研究院发布的第七、八、九、十次全国国民阅读调查数据绘制)

毫无疑问,数字化媒介已经挤占了传统媒介的发展空间。随着数字化阅读不断深入,数字化媒介和传统媒介间的竞争关系已不再重要,用户在不同电子设备间的迁移规律值得高度关注,这也是微博、微信等新

应用之所以能够伴随互联网特别是移动互联网快速发展的根本原因（如图 1-3 所示）。

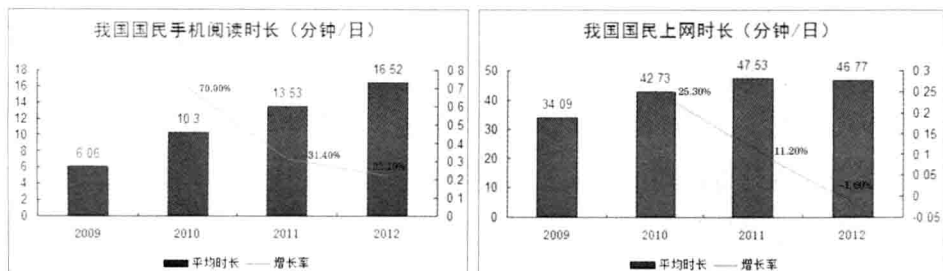


图 1-3 我国国民平均手机阅读时长和上网时长

国家互联网信息办公室主任鲁炜指出：“互联网带来了人们信息表达、交流沟通、社交联络和思维习惯的重要转变。网络化生产、网络化生活成为常态，一些志趣相投、利益相关的网民跨越地域、行业和国界，组成一个个带有一定标识的社会单位、社会群体，随时随地互动讨论，影响着公共事务和政策的走向。”^[1] 互联网时代是知识爆炸的时代，更是科技迅猛发展的时代，在这个时代，新事物层出不穷，以微博、微信为代表的微媒体便是其中一个极具影响力的代表。随着互联网特别是移动互联网的快速发展，微媒体在人们生活中的作用越来越重要且不可替代，不断改变着人们的生活。无论是在新闻传播或是在政务处理中，微媒体都发挥着传统媒体或一般新媒体工具不可取代的作用。

（二）微媒体发展的历程

据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第 32 次《中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，截至 2013 年 6 月底，我国微博网民规模为 3.31 亿，较 2012 年底增长了 2216 万，增长 7.2%。网民中微博使用率达到了 56.0%，较上年底增加了 1.3 个百分点。《报告》指出，我国微博活跃用户数经历了 2010—2011 年爆发式增长后，从 2012 年开始进入了一个相对

[1] 鲁炜：《把网上舆论工作作为宣传思想工作的重中之重》，《人民日报》2013 年 9 月 17 日。

平稳的增长期,目前微博已经成为网民获取信息的重要途径之一,微博从满足人们弱关系的社交需求上逐渐演变成为大众化的舆论平台。另据腾讯公司2013年1月15日发布的数据称,自2011年1月21日第一个微信版本发布以来,微信在不到两年的时间里已经拥有3亿用户。微博、微信的发展速度和规模,反映出新媒体将对人们的生活产生深刻的影响。一方面,随着微博、微信等应用的兴起,网民接触新闻的渠道增多,极大促进了网民对网络新闻的接触度,越来越多的网民将互联网作为信息获取的主渠道(如表1-1所示);另一方面,微博、微信已从满足用户社交需求快速发展到大众化的舆论平台,推进了多元化媒体格局和多元化舆论格局的形成。

表 1-1 2012 年 12 月至 2013 年 6 月我国网民对各类网络应用的使用率

应用	2013 年 6 月		2012 年 12 月		
	网民规模(万)	使用率	网民规模(万)	使用率	半年增长率
即时通信	49706	84.2%	46775	82.9%	6.3%
搜索引擎	47038	79.6%	45110	80.0%	4.3%
网络新闻	46092	78.0%	39232	73.0%	17.5%
网络音乐	45614	77.2%	43586	77.3%	4.7%
博客/个人空间	40138	68.0%	37299	66.1%	7.6%
网络视频	38861	65.8%	37183	65.9%	4.5%
网络游戏	34533	58.5%	33569	59.5%	2.9%
微博	33077	56.0%	30861	54.7%	7.2%
社交网站	28800	48.8%	27505	48.8%	4.7%
网络购物	27091	45.9%	24202	42.9%	11.9%
网络文学	24837	42.1%	23344	41.4%	6.4%
电子邮件	24665	41.8%	25080	44.5%	-1.7%
网上支付	24438	41.4%	22065	39.1%	10.8%
网上银行	24084	40.8%	22148	39.3%	8.7%
论坛/bbs	14098	23.9%	14925	26.5%	-5.5%
旅行预订	13256	22.4%	11167	19.8%	18.7%
团购	10091	17.1%	8327	14.8%	21.2%
网络炒股	3256	5.5%	3423	6.1%	-4.9%

(来源:中国互联网络信息中心2013年7月发布的《中国互联网络发展状况统计报告》)

以微博、微信为代表的微媒体,已经成为目前我国最具传播活力、话题深度和最有影响力的媒体平台之一,也成为网络问政的主要渠道之一。政务微媒体作为推动社会管理创新的有效方式,受到政府的支持及公众

的广泛认可。据《2012 年新浪政务微博报告》显示,截至 2012 年新浪微博认证的政务微博总数突破 6 万个,同比净增 41932 个,增长率达 231% (如图 1-4 所示)。继政务微博之后,近半年来,以“摇一摇”为标签的微信与政务相结合成为网络问政的全新平台,且渐有取代政务微博之势。根据清华大学公共关系与战略传播研究所社会化媒体实验室官方微信“政务微信观察”公布的统计数据,截至 2013 年 5 月 2 日的不完全统计,全国已开通的政务微信总量突破 1000 个^[1]。2013 年 8 月 8 日,武汉交警微信服务平台正式上线。市民关注“武汉交警”公众账号后,就能即时查询到路况信息、交管动态、车辆及驾驶证状态等。另外,该平台还在全国率先提供违法信息移动推送服务。截至 8 日下午 16 时 50 分,武汉交警微信平台的关注用户达到 12 万人,访问量接近 100 万次。^[2]

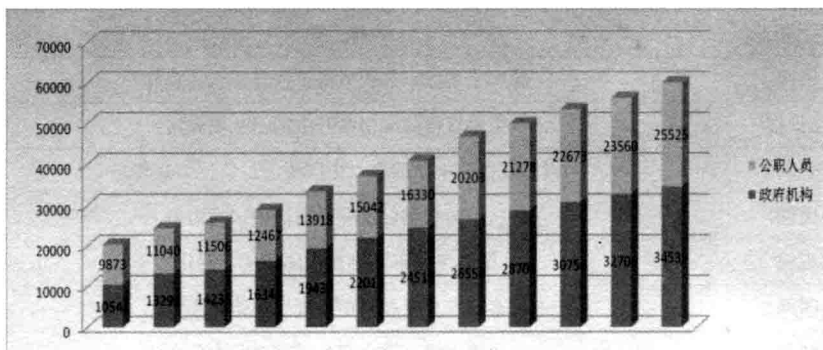


图 1-4 2012 年政务微博总数增长趋势图

(来源:人民网舆情监测室 2012 年 12 月发布的《2012 年新浪政务微博报告》)

2012 年 9 月,成都市政府新闻办管理的“微成都”账号正式推出,成为全国首个城市级微信服务平台(如图 1-5 所示)。2013 年 4 月 20 日 8 时 02 分,四川省雅安市芦山县发生 7.0 级地震,成都震感强烈,市民纷纷聚集到广场和空地。19 分钟后,13 万关注了“微成都”的成都人在手机上收到了包含震级、震源、影响范围等信息的官方消息,渐渐从广

[1] 贺林平:《全国政务微信总量突破 1000 个变网络问政新平台》,《人民日报》2013 年 5 月 9 日。

[2] 孙泽伟:《微信问政,为民服务又上新台阶》,东北新闻网,2013 年 8 月 9 日。



图 1-5 用户通过扫描二维码即可关注“微成都”公众账号

场散去。^[1]

2013 年 8 月 22 日 8 时 30 分，山东省济南市中级人民法院在第五审判庭公开审理被告人薄熙来涉嫌受贿、贪污、滥用职权一案。此次案件全程借助新浪微博、人民微博进行图文直播，各媒体对此次直播进行了大量报道。人民网舆情监测室舆情分析师朱明刚认为，通过微博直播方式在很大程度上满足了社会公众的知情权，也起到了一定的普法教育意义。新华社也认为这样的做法起到了摒弃司法神秘主义，纵深推进司法公开的作用。

表 1-2 各主流媒体对微博直播庭审的报道标题

媒 体	标 题
人民网	薄熙来案庭审过程微博直播具标志性意义
浙江日报	微博直播薄熙来案开中国司法史先河
大公网	微博直播公审薄熙来 中国法治自信让公众兴奋
人民网	从薄熙来案公审感受法治中国的力量
文汇报	薄熙来案审讯彰显中国司法透明化
光明网	薄案庭审直播彰显中央领导集体高度自信
环球时报	微博直播，带来意外更带来公众信心

（来源：朱明刚：《济南中院薄熙来案微博直播观察》，人民网，2013 年 8 月 29 日）

随着微媒体在影响舆论与制造舆论焦点方面的作用越发突出，微博、微信对新闻的巨大影响力在各大新闻事件中不断显现：在 2010 年的“瘦肉精”、“上海高层住宅大火”、“江西宜黄强拆自焚事件”、“我爸是李刚”等事件中，微媒体的舆论影响力初显；2011 年“郭某某炫富”、“7·23 动车追尾事故”、“小悦悦遭车碾压”、“官员直播开房”、“药某某杀人案”、“随手拍解救乞讨儿童”、“李娜夺冠”、校车安全问题等新闻事件中，微

[1] 贺林平：《全国政务微信总量突破 1000 个变网络问政新平台》，《人民日报》2013 年 5 月 9 日。