

目 录

第一章 政务微博发展概况	1
一、顶层推动和基层实践	1
二、2013 年政务微博的进步	1
第二章 全国政务微博案例排行	3
一、政务微博案例排行榜	3
二、评价体系的构建	5
三、优秀案例	7
1. 北京微博发布厅答崔永元提问：态度积极不作秀	7
2. 湟中幼教点孩子靠墙午休：及时整改不含糊	10
3. 宿迁庭审微直播：地区首次有创意	11
4. 芦山地震：应急发布高效率	12
5. 灵武市民营救遇险儿童：积极传递正能量	14
第三章 基于事件性质的案例分析	16
一、民生类舆情处置能力亟待加强	16
二、典型案例	19
1. 盗车杀婴案：官民联动齐破案	19
2. 定西 6.6 级地震：信息同步共抗灾	20
3. 官微化解西湖浓烟疑云：连续回应速解疑	22
4. 万宁校长带小学生开房：内容单一质疑多	23
三、经验总结	25
1. 把握舆情萌芽期	25
2. 挖掘事件争议点	25
3. 应急恢复与评估	25
第四章 基于部门视角的案例分析	26
一、基层公安司法部门舆情处置能力仍需加强	26
二、典型案例	28
1. 龙江青年御洪抢险：党群一心抗洪魔	28
2. 禽业公司火灾：现场报道回应快	30
3. 京沪高速千人大撤离：微博调度模式新	31
4. 太原交警开温情罚单：温情执法人性化	33
5. 地震局养狗预测地震：反响广泛回应乏力	34
6. 贵阳民生服务日：跨部门联动获好评	36
三、经验总结	38
1. 微博定位	38

2. 内容规划.....	39
3. 活动策划.....	39
4. 对外推广.....	39
第五章 影响舆情发展的主要因素	39
一、自然灾害、官员行为事件备受关注.....	43
二、媒体报道热度与微博热度关系密切.....	44
三、微博热度影响涉事机关应对次数.....	45
第六章 政务微博的展望与建议	45
一、基于大数据构建舆情案例库.....	45
二、构建跨地区跨部门联动及经验分享机制.....	46
三、探索网络群众路线.....	46
四、培育官方意见领袖.....	47
第七章 微博舆论场八大关系.....	47
一、草根平民 VS 公职人员.....	47
二、意见领袖 VS 政府官微.....	48
三、自媒体 VS 官媒.....	48
四、宣传 VS 务实.....	48
五、正能量 VS 负形象.....	49
六、单向传播 VS 多向互动.....	49
七、信息公开 VS 信息隐匿.....	49
八、建设性 VS 对抗性.....	49
附录.....	50
第1节 政务微博发展战略.....	50
1. 加强管理：用制度保障政务微博长效发展.....	50
2. 重视运营：岗位、资金、技术、人才等多要素支持.....	50
3. 优化服务：多平台整合联动、全方位服务民生.....	51
4. 有效互动：实现立体化复合联动式政民沟通.....	51
5. 合理考评：把政务微博纳入政府绩效考核范畴.....	51
6. 应对舆情：发挥在突发事件中的危机管理作用.....	52
第2节 政务微博发展趋势.....	52
1. 经济发展促进微博问政，官员微博带动群体效应.....	52
2. 运维工作更智能化，外部监督促进内化管理.....	52
3. 政务微博社交属性将增强，为民需务实.....	53
4. 纵横集群服务不断细化完善，县级或将形成发布厅.....	53
5. 政务微博成舆情回应第一平台，从问政到行政.....	54

第一章 政务微博发展概况

一、顶层推动和基层实践

进入 2013 年，政务微博发展备受重视。3 月 26 日总理李克强提出：“现代社会是一个透明度很高的社会，我国的微博用户有数以亿计，有些政府信息不及时公开，社会上就议论纷纷，甚至无端猜测，容易引起群众的不满，产生负面影响，给政府工作造成被动。”

10 月 11 日，国务院官方微博入驻腾讯，其作为目前级别最高的政务微博，在网络中产生了强烈的反响，两小时内粉丝数突破 10 万。10 月 15 日，国务院办公厅发布《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》，《意见》提出要着力建设基于新媒体的政务信息发布与公众互动交流新渠道。中央政府的推动，是对网络政务公开工作，尤其是以微博为载体的政务工作的一种肯定和认可。而这种肯定和认可也对部委及地方政府起到了良好的示范作用，促使越来越多的政务服务工作从线下走到了线上，从办公室走到了群众的身边。发展政务微博与构建“以人为本”的服务型政府有着内在的一致性。政务微博能够帮助执政人员及时地倾听到民众的声音，并使各种政务信息公开透明，扩大政府服务范围、深化服务内容，充分面向民众、服务社会。政务微博促使政府不断调整政民关系，高度重视群众的利益需求，使以管理为主的政府行政模式向以服务为主的模式转变。政务微博拓宽了民众行使表达权和参与权的民主渠道，提高了民众参政议政的积极性，有利于提升政策法规制定的民主性和科学性。可见，政务微博在为民服务、民主行政方面上起到了重要作用，为服务型政府的建设起到了一定的推动作用。

政务微博，是政府服务方式的创新，反映出中国共产党新型的执政理念，反映出政府在构建服务型政府方面所做的努力。然而，深入加强服务型政府的建设，需要进一步思考和研究政务微博的运营。

二、2013 年政务微博的进步

2011 年是政务微博“元年”，在后续两年的发展中，政务微博从数量和质量上打破僵化、滞后等局面，呈现突飞猛进的发展劲头，从最初试水到如今探索深

度转型、模式创新，都可见政务微博一直在成长。2013 年的政务微博发展呈现以下特点：

1. 中央高度重视，高级别行政单位积极推进。前文提到李克强总理高度关注微博以及政务信息公开。2013 年以来，@国务院公报、@中国政府网、@证监会等多个行政级别较高的单位纷纷积极入驻微博，进行信息公开和网络施政。包括江西高院、河南高院、广东高院等十多个高院也开通政务微博，增强司法审判的透明度，拓宽社会监督的途径和渠道。

2. 会议、案件微直播开创政务公开新模式。微博直播以往多用在媒体账号中，而 2013 年 9 月 11 日宿迁中院直播庭审，9 月 24 日@黔办之声直播贵州省人民政府召开第 12 次常务会议以及薄熙来案的庭审直播，开创了全方位、多媒体、更直观的政务公开模式。10 月 28 日最高法公布《关于切实实践行司法为民大力加强公正司法不断提高司法公信力的若干意见》中指出，正在起草微博直播庭审规范。

3. 服务型政务微博萌发。政务微博为民服务、为民办事是未来发展的必然方向，@成都服务 的上线是一次有益尝试。由@成都服务 账号统一受理网友的意见和困难，再分派到各个具体负责的账号，规定在工作时间 1 小时内响应，非工作时间 8 小时内响应；一般问题 24 小时内解决，较难问题 48 小时内解决，复杂问题 72 小时内解决。快速联动，落实到具体单位，定期反馈，有章可循，使得政务服务工作井然有序。

4. 政务微博、微信双“微”战略齐头并进。网络问政渠道逐渐由网站、论坛扩展到微博及微信，“双微”账号为网络问政提供了新的契机。微博在发布信息的同时，为网友搭建了话题讨论的平台；微信的服务功能，实现官民的一对一服务。全国范围内，政务微信涌现了一批优秀案例，如在芦山地震后 19 分钟快速反应的“微成都”，发布点对点突发事件预警信息的“广州应急一白云”，中央部委微信公众账号“外交小灵通”和“统计微讯”，以及“国务院公报”和中国政府网说明国家级机构也开始关注微信。

同时，腾讯微博推出全新政务版微博，进一步整合微博平台，实现层级式账号管理体系，辅助政府部门进行微博矩阵联动，建立更为高效的沟通桥梁，推动政务微博不断发展、日趋专业。政务微博运营的专业化表现为舆情应对更为成熟、

民生服务更加全面、社会管理更为创新，在微博问政行政中留下了许多经典的案例。

政务微博在全国遍地开花，在突发舆情事件中，以更加敏捷的反应，关注舆论争议点，理性回复大众，透明地处理突发事件，在微博问政上留下许多可圈可点的案例。此次报告，腾讯公司提供了全国 27 个省、直辖市中具有代表性的案例，武汉大学互联网科学研究中心根据互动频率、舆情应对、媒体报道、影响力等多个要素选取出 50 个典型案例进行深度分析，以期用较为详尽的数据与案例展示微博运营、舆情应对的规律和特点，推动政务微博效能发挥最大化。

第二章 全国政务微博案例排行

一、政务微博案例排行榜

表 2.1 全国政务微博案例排行榜单

地区	案例名称	官方响应 (75)	媒体运用能力 (20)	事件关注度 (5)	总分 (100)	排名
北京	北京微博发布厅答崔永元提问	69.00	20.00	3.40	92.40	1
青海	湟中幼教点孩子靠墙午休	72.38	18.82	1.00	92.20	2
江苏	宿迁庭审微直播	70.42	18.82	1.00	90.24	3
四川	芦山地震	64.11	20.00	4.20	88.31	4
宁夏	灵武市民勇救遇险儿童	64.44	20.00	2.60	87.04	5
山西	太原交警开温情罚单	64.93	18.82	2.60	86.36	6
吉林	盗车杀婴案	63.69	17.65	3.20	84.54	7
浙江	官微化解西湖浓烟疑云	65.39	17.65	1.00	84.04	8
内蒙古	胖警察叔叔爱心帮助重病儿童	62.57	16.47	4.40	83.44	9
福建	公安厅处长所养藏獒咬人	63.81	17.65	1.60	83.06	10
吉林	禽业公司火灾	60.32	17.65	5.00	82.96	11
上海	法官嫖娼事件	58.93	18.82	5.00	82.76	12

甘肃	定西 6.6 级地震	61.11	20.00	1.60	82.71	13
山东	随手拍寻找害人井盖	59.98	17.65	4.20	81.83	14
福建	厦门 BRT 爆炸	57.65	18.82	5.00	81.47	15
江苏	苏州横山储罐场厨房爆炸	61.82	17.65	1.80	81.26	16
江苏	微博接力拯救“绿精灵”宝宝	63.39	16.47	1.00	80.87	17
广东	佛山市市长微访谈	61.82	16.47	1.80	80.09	18
新疆	乌鲁木齐 5.1 级地震	60.32	17.65	1.00	78.96	19
云南	昆明 7.19 暴雨	59.19	17.65	1.40	78.24	20
贵州	辟谣：贵阳百岁老人孤苦无依拾荒度日	60.24	15.76	2.20	78.20	21
江西	南昌林业局副局长酒驾撞人	59.23	17.65	1.00	77.88	22
黑龙江	龙江青年御洪抢险	59.19	17.65	1.00	77.84	23
安徽	砀山县 8.26 交通事故	54.41	20.00	3.40	77.81	24
河南	8 名执勤协警开警车赴景区裸泳	57.81	17.65	2.20	77.66	25
山西	无辜男孩被挖眼	58.07	15.76	3.80	77.63	26
云南	民警违规托运行李	61.93	14.12	1.00	77.05	27
内蒙古	风雪围困网友微博求救	66.32	8.24	1.00	75.55	28
贵州	贵阳微博民生服务日	60.32	14.12	1.00	75.43	29
安徽	淮北市副市长、公安局局长微访谈	61.82	10.59	1.00	73.40	30
甘肃	微访谈：315 微博在你身边	61.82	10.59	1.00	73.40	31
宁夏	宁夏检察院干警勇救落水母子	55.07	16.47	1.00	72.54	32
广西	桂林 9.9 爆炸事故	51.24	17.65	3.20	72.08	33
辽宁	抚顺清原 8.16 洪灾	55.11	14.12	2.80	72.02	34
山东	辟谣：高压泵深井排污	52.93	17.65	1.00	71.58	35
河北	官员边吃虾边骂百姓	58.93	8.24	3.80	70.97	36
河北	京沪高速千人大撤离	63.32	5.88	1.60	70.80	37
浙江	张辉、张高平错案	47.29	18.82	3.80	69.91	38
上海	H7N9 禽流感	44.53	20.00	5.00	69.53	39

海南	针对新交规微访谈	61.82	5.88	1.00	68.70	40
河南	平顶山主干道隔离带栅栏阻挡斑马线	57.06	8.24	1.00	66.29	41
云南	湄公河 10.5 案	45.32	17.65	3.00	65.96	42
四川	对话成都交警关注芦山救援	61.82	0.00	1.00	62.82	43
河北	辟谣:关于李启铭已经出狱	47.49	10.59	2.20	60.28	44
湖南	曾成杰案	38.23	15.76	5.00	58.99	45
海南	万宁校长带小学生开房	34.28	17.65	5.00	56.93	46
贵州	辟谣:老人送孩子西安上学欲走回贵州	37.48	16.47	1.60	55.55	47
广东	佛山治超办警员暴力执法	36.55	15.76	2.40	54.72	48
江西	地震局养狗预测地震	32.41	16.47	1.80	50.68	49
安徽	女孩打点滴致死	22.70	17.65	1.40	41.74	50

二、评价体系的构建

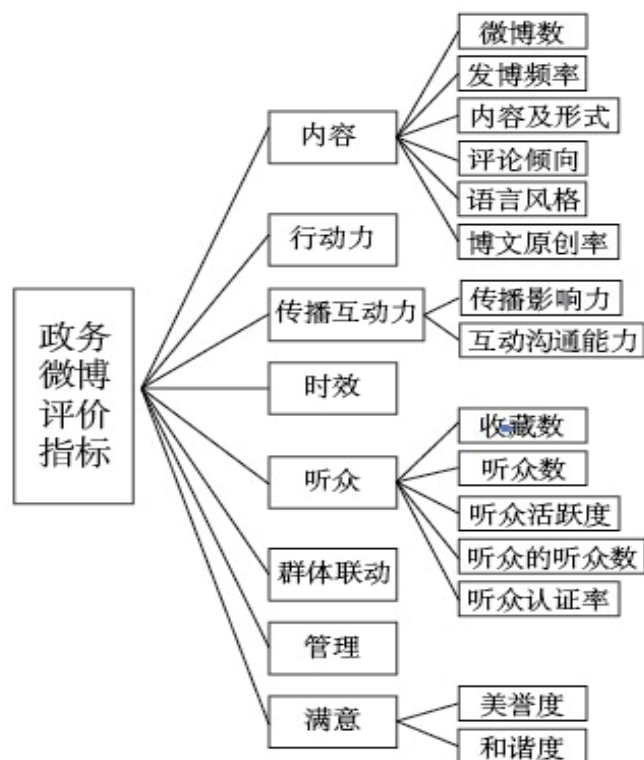


图 2.1 较为理想的政务微博评价指标

通过文献研读，归纳发现，现有的政务微博评价体系多基于听众量、转播量、评论量等量级考核，这种单纯追求表面数字的考核指标缺乏科学性，容易导致运营方式形式化，服务工作不到位。由此，结合定性与定量的方法，提出从以下八个角度衡量政务微博运营水平：内容、行动力、传播互动力、时效、听众、群体联动、管理和满意度。内容反映出政务微博的话语策略是否运用得当，互动力、传播互动力、听众数、群体联动反映出政务微博互动策略的使用成效，是否积极发言形成特色吸引粉丝，是否积极回应落到实处，是否多方联动增强影响力。为了更好地反映舆情事件中政府的反应速度、应对能力、应对效果，在制定微博案例指标体系时，我们从政务微博评价体系出发，提取调整具体指标以及指标权重，确立了以舆情处置能力为重点的微博案例评价体系。

表 2.2 政务微博案例评价指标

	一级指标	指标权重	二级指标	指标权重
政务 微博 案例 评价 指标	官方响应	75	初始回应速度	7.5
			过程回应速度	7.5
			初始回应效果	15
			网友评价	15
			应对效果	30
	媒体应用能力	20	媒体应用能力	20
	事件关注度	5	相关广播总数	2
			政微引发转评总数	3

舆情处置能力，指舆情事件发生后政府的响应速度、响应态度，事件调查后对相关责任人是否问责，问责是否彻底，事件处理后大众的评价及媒介素养等。主要从以下三个方面衡量：

1. 官方响应

官方响应主要包括两个方面，一是官方响应速度，二是官方响应效果。官方响应速度包括政府回应速度、过程回应速度。政府回应速度考察的是政府对于舆情事件的敏锐度，过程回应速度考察的是政府对舆情事件是否有持续回应。初始回应速度分为 4h（小时）内、4h-1d（天）内、1-3d 内、3-7d 内、7d 以上或不回应五个等级；过程回应速度分为 1d（天）以内、1-2d、3-5d、5-7d、7d 以上

五个等级。官方响应效果包括初始回应效果、网友评价、应对效果。初始回应效果分为需要问责，但无回应；需要问责，但避重就轻或者遮掩；问责了，但对政府形象有潜在影响；无需问责，但进行危机处置保持形象；需要问责，问责彻底五个等级。过程回应效果分为广泛肯定、一般肯定、中立、质疑、广泛质疑五个等级。最终处置效果分为长期制度化解决问题；具体问题具体解决；部分解决问题，但引发公众良性思考；部分解决问题，民众仍不满意；未解决问题，恶化舆论环境五个等级。

2. 媒体运用能力

其意义是考量政府是否能够熟练运用电视、报纸等传统媒体和微博、论坛、官方网站等新媒体处置舆情事件，分为极差、不合格、一般、较好、很好五个等级。

3. 事件关注度

事件关注度通过两个指标来衡量，分别为相关话题的微博总数和政务微博对事件进行回应时引发的转评总数。相关话题的微博总数分为 10000 条以上、5000-10000 条、1000-4999 条、500-999 条、500 条以下五个等级。政微引发的转评总数分为 5000 条以上、3000-4999 条、1500-2999 条、500-1499 条、500 条以下五个等级。

通过对以上指标的量化，每一项指标得分均转化为指数形式，再将所有指标相加，形成舆情事件应对的综合得分。得分越高的案例，舆情事件应对效果越好。

三、优秀案例

1. 北京微博发布厅答崔永元提问：态度积极不作秀

輿情概述

所涉部门：市政市容委、市新闻办

发生时间：2013 年 8 月 20 日

发生地点：北京

輿情焦点：北京大货车超载扬灰落石子遮挡号牌闯红灯等乱象

輿情结果：双方良性互动，促进问题解决

（1）事因

2013 年 8 月 20 日，“北京微博发布厅”入驻腾讯微博之际，北京市政府新闻发言人王惠在微博上表示“不当僵尸不作秀，要的就是一个真诚！”。当日下午，@崔永元-实话实说 隔空喊话发出一条监督性提问微博，一场#小崔成功踢馆北京发布厅#的热门话题由此而起。

（2）事态发展和官方回应

时间节点	传播源	传播内容	传播情况
8月20日 09:00	@北京王惠	不当僵尸不作秀，要的就是一个真诚！	阅读量：142万 转评量：2485
8月20日 13:17	@崔永元-实话实说	隔空喊话，反映北京大货车超载扬尘落石子遮挡号牌闯红灯等各种乱象	阅读量：68万 转评量：2120
8月20日 16:47	@北京市市政市容委	发布长微博进行回应，内容包括车辆运输相关要求和关于施工工地的规定。	阅读量：88万 转评量：563
8月20日 17:15	@北京王惠	表示各方已在协调处理中，感谢网友监督。	阅读量：2503万 转评量：4210
8月20日 21:19		回应@北京王惠，称自己将会调查拍摄。	阅读量：81万 转评量：2638
8月20日 21:39--22:03		两次回应网友评论，和网友探讨污染问题。	阅读量：共173万 转评量：共1301
8月22日 01:22--02:11	@崔永元-实话实说	连发四条现场调查配图微博，指出问题并@北京王惠。	阅读量：共683万 转评量：共2784
8月22日 02:27		回应@北京市市政市容委	阅读量：73万 转评量：504
8月22日 09:08	@北京王惠	表示已和市政市容委沟通，并愿为崔永元提供帮助。	阅读量：80万 转评量：509
8月22日 16:13	@崔永元-实话实说	回应@北京王惠，争取提出解决方案供市政府参考。	阅读量：75万 转评量：448
8月22日 17:05	@北京王惠	对崔永元的行为表示很感动，并再次道谢。	阅读量：1.9万 转评量：52

图 2.2 崔永元微博提问北京发布厅事件始末

在崔永元第一条监督性微博发出的四小时内，@北京市市政市容委 和@北京王惠 均对该条微博进行了回应，取得了较好反响。22日凌晨，崔永元再度“踢馆”，现场调查拍摄并发4条微博@北京王惠，转评量超过2000次。22日上午9点，@北京王惠 进行回应，称已和市政市容委沟通，会尽快解决问题。22日下午两人在微博上进行了一轮互动。至此，小崔“踢馆”和官方回应告一段落。

(3) 点评

崔永元较真“踢馆”和北京发布厅“不当僵尸不作秀”的快速回应，是一场“双赢博弈”。在这样的过程中，民众对社会管理现状的意见得到了传达，不满得到了宣泄，官方对民情民意有了更多了解。官民在互动过程中，传递了求真务实的精神，也促进了社会问题的有效解决。

2. 湟中幼教点孩子靠墙午休：及时整改不含糊

舆情概述

所涉部门：教育

发生时间：2013 年 9 月 2 日

发生地点：青海西宁市湟中县

舆情焦点：幼教点孩子无处午休

舆情结果：午休问题得以解决

(1) 事因

2013 年 9 月 2 日，中国新闻网记者采访到一组“西宁市湟中县海子沟乡王家庄幼教点的孩子们午休没有地方，只能靠在墙根午睡”的新闻图片并将其公布于网络。此事件短时间内被众多新闻媒体及微博大量转发。

(2) 事态发展与政府应对

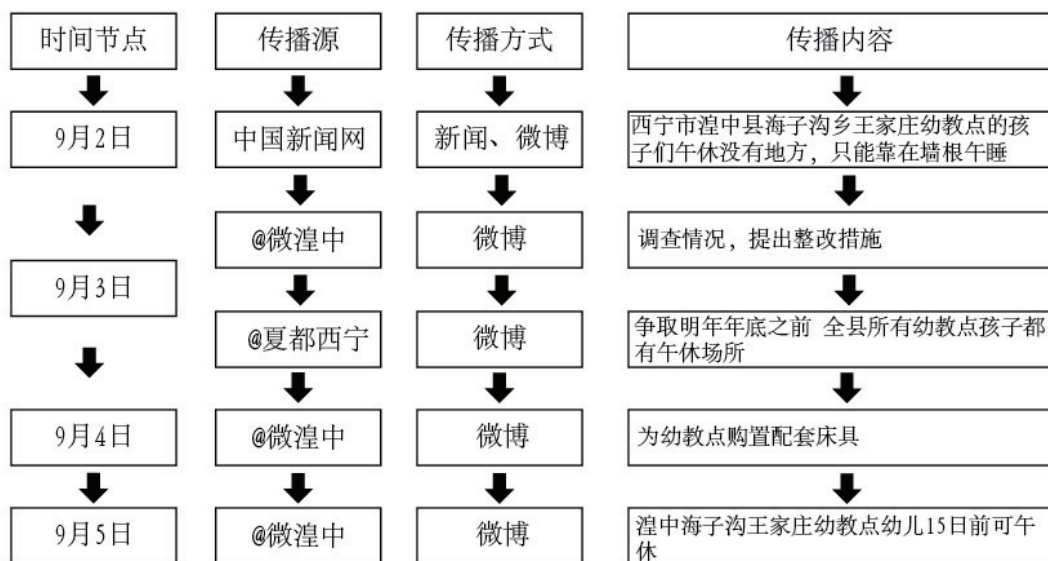


图 2.3 孩子靠墙午休事态发展与西宁政务微博应对

9 月 3 日上午，湟中县委宣传部官方微博@微湟中 首先对此事进行了官方回应，明确提出整改措施。9 月 3 日晚，西宁市人民政府新闻办公室@夏都西宁 也对此事进行官方回应，向网友们承诺“争取明年年底之前，全县所有幼教点都有午休场所”。9 月 4 日、5 日、9 日，@微湟中 针对此事件进行了多次回应，公布最新进展。

（3）点评

湟中县领导在一天之内给予回应，提出具体整改措施，使问题得以长期制度化解决。给予网友承诺，并在随后几天里，持续跟进，使网友了解最近动态，真正让网友真正感受到其“承诺”并非一纸空话。不少网友称赞湟中县领导的高速、高效，也有部分网友认为，虽然值得表扬，但是不希望新闻曝光到哪里，工作才做到哪里。

3. 宿迁庭审微直播：地区首次有创意

舆情概述

所涉部门：司法

发生时间：2013 年 9 月 11 日

发生地点：江苏宿迁市

舆情焦点：首次庭审直播

舆情结果：展现阳光司法的开创性举动

（1）事因

2011 年 10 月，被告人陈福生多次通过物流发货方式向宁光利、钱昊等人销售假冒 ZIPPO 注册商标的打火机及外壳，销售金额 12 万余元。

（2）事态发展与政府应对

9 月 11 日上午 9 点 20 分，@宿迁检察 将对宿迁市人民检察院起诉陈福生销售假冒注册商品一案在腾讯微博上进行直播，从公诉人宣读起诉书、举证、法庭调查、质判到宣判，共发布 20 条信息，实时更新庭审动态，让网民不出门就能“旁听”案件庭审。

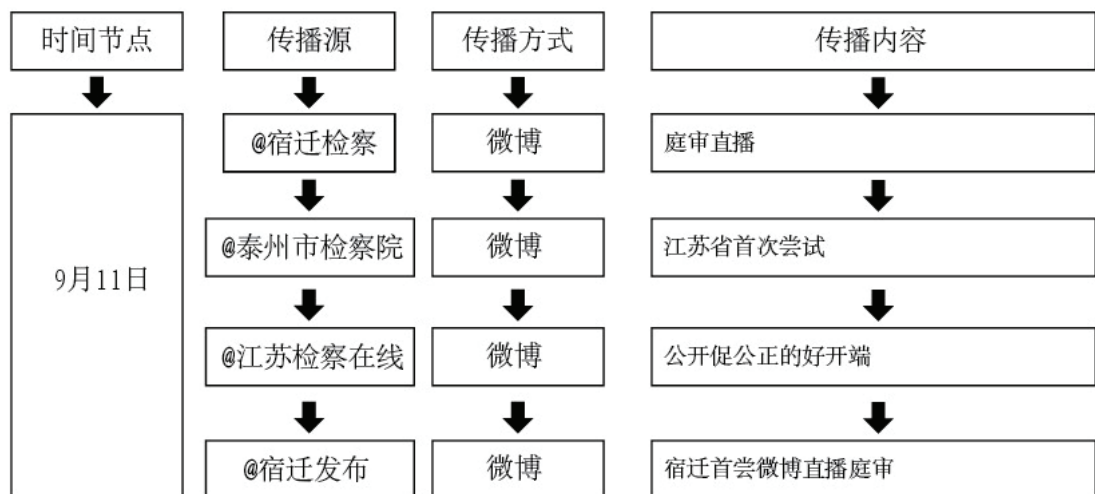


图 2.4 宿迁政务微博直播庭审

(3) 点评

采取视频和微博直播的举措在该市尚属首次，此举反映出该市法院、检察院落实阳光司法、透明审判的决心。庭审网络直播拓宽了社会监督的渠道，让更多的网友对法院的审判工作进行监督，不仅使审判工作更加公开、公正、透明，同时也保障了网友的司法知情权、表达权和参与权，一定意义上提升了网友的法律意识和社会参与意识。

4. 芦山地震：应急发布高效率

舆情概述

所涉部门：宣传

发生时间：2013 年 4 月 20 日

发生地点：四川雅安市芦山县

舆情焦点：地震灾情、救援信息

舆情结果：积极救援抗灾

(1) 事因

2013 年 4 月 20 日 8 时 2 分雅安芦山发生了 7.0 级大地震，随后余震持续不断。

(2) 事态发展与政府应对

表 2.3 四川政务微博发布地震信息情况

政务微博	认证信息	听众数	广播数	地震信息发 布数量
@熊猫首都-生态雅安	四川省雅安市人民政府新闻办公室的官方微博	470338	7255	1301
@雅安芦山抗震救灾	成都军区雅安芦山抗震救灾官方微博	316595	459	56
@雅安共青团	雅安市共青团官方微博	20671	337	52
@成都交警	成都市公安局交通管理局官方微博	205255	6435	6
@雅安公共气象	雅安市气象局官方微博	19153	1496	4
@成都消防	成都市公安消防支队官方微博	227314	657	3
@雅安市政务服务中心	四川省雅安市政务服务中心官方微博	14355	101	2
@成都特警	成都特警官方微博	254543	111	1
@平安成都	成都市公安局官方微博	301414	3609	1
@成都市旅游局	成都市旅游局官方微博	58252	285	1

(注：上表数据截至 2013 年 10 月 20 日 9 时，所列出的政务微博并非发布地震信息的所有政务微博。)

雅安市委宣传部，及时利用官方微博@熊猫首都-生态雅安 作为唯一官方发布平台，发布地震灾情及救援信息。同时联动雅安政务微博发布厅开通的 63 个官方微博，成都交警、成都特警、四川省救援志愿队、成都消防等一线救援单位实时微博直播救援情况，全程发布#雅安地震#信息 5 万余条。不仅利用微博@熊

猫首都-生态雅安，雅安市委宣传部还积极运用新型社交媒体“微信”，通过“双微”平台积极发布余震、救援、物资、天气等信息，并在发布中不断提醒灾区群众注意安全，并提供一些自救方法。

自4月20日至5月12日，雅安市委宣传部官方微博@熊猫首都-生态雅安，共计发布#雅安地震#相关原创微博1385条，平均每天广播44条、被转播数9775、被评论数1626。四川雅安的微信公众帐号接到求助和相关信息超过30000条，帐号关注度最高达到900000人。

（3）点评

地震肆虐，险情频发，但雅安市政府处理得相当迅速，在通讯、网络、信息交流可能不畅的情况下，采用多重媒体，数管齐下地发布信息，确保信息的到达率，起到了良好的效果。政府各部门齐心纾难，协调有序，用实际行动树立起政府形象，赢得网民的理解和支持。

5. 灵武市民营救遇险儿童：积极传递正能量

舆情概述

所涉部门：宣传

发生时间：2013年3月19日

发生地点：宁夏灵武市

舆情焦点：不顾自身安危营救遇险儿童

舆情结果：正能量传递

（1）事因

2013年3月19日，灵武市一名4岁男孩被卡在防盗栏上，邻居周波冒着生命危险，以背身托举的姿态坚持了40分钟，在孩子获救后便悄然离去。

（2）事态发展与政府应对

2013年3月21日前后，多家媒体报道周波不顾自身安危营救遇险儿童的义举，网友争相转载报道并发表评论，网友亲切地称其为“托举哥”。宁夏办与银川宣传部及时与当事人周波取得了联系，成功邀请其开通了腾讯微博，并于3月23日对其进行独家微访谈。3月25日、27日，银川市政府持续在微博上宣扬周

波见义勇为的事迹，授予其“文明市民”的称号，将其评为“先进个人”。

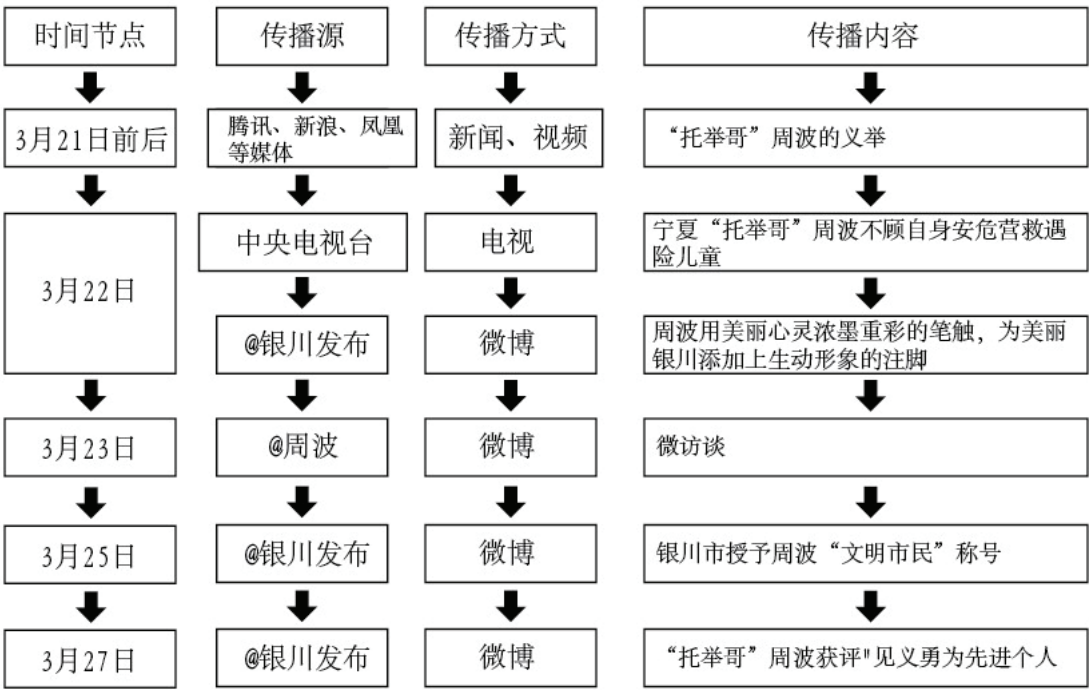


图 2.5 银川政务微博传播“托举哥”正能量

(3) 点评

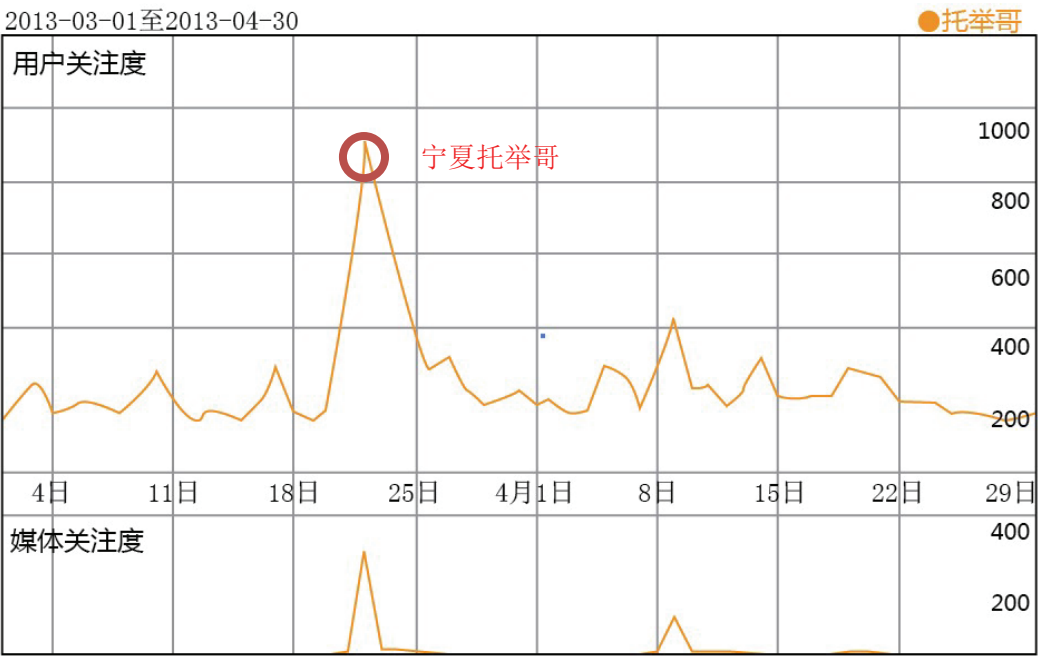


图 2.6 3 月 1 日至 4 月 30 日 托举哥的用户关注度和媒体关注度

截至 10 月 14 日 21 时， 在谷歌中以“宁夏托举哥”为关键词可搜索出约 322000 条结果，百度中的相关新闻达 219 篇，全国转发消息的网媒多达百家，

其中腾讯、新浪、网易、优酷等主流网媒均在首页位置予以刊播。

周波的义举成为舆论热点，引发“托举哥”一词的流行。现实社会和网络中，从来不缺乏善的行为，将正面事件打造成舆论热点，更能吸引网友、感染网友，有利于传递正能量，并形成正面向上的舆论力量，促进和谐社会的构建。美丽中国，需要周波这样的美丽个人，更需要越来越多的网友传递真善美。政府应该放大正面、权威的声音，让群众看到建设和谐社会的希望，使之对和谐社会的建成抱以乐观的期待。

第三章 基于事件性质的案例分析

网络舆论的形成往往是紧随着某些热点事件的发生。事件不同，性质不同，在舆情应对中，需把握不同的因子，因当事人类型、性质的不同做到具体情况具体分析，要有针对性，不可千篇一律地对待矛盾。

一、民生类舆情处置能力亟待加强

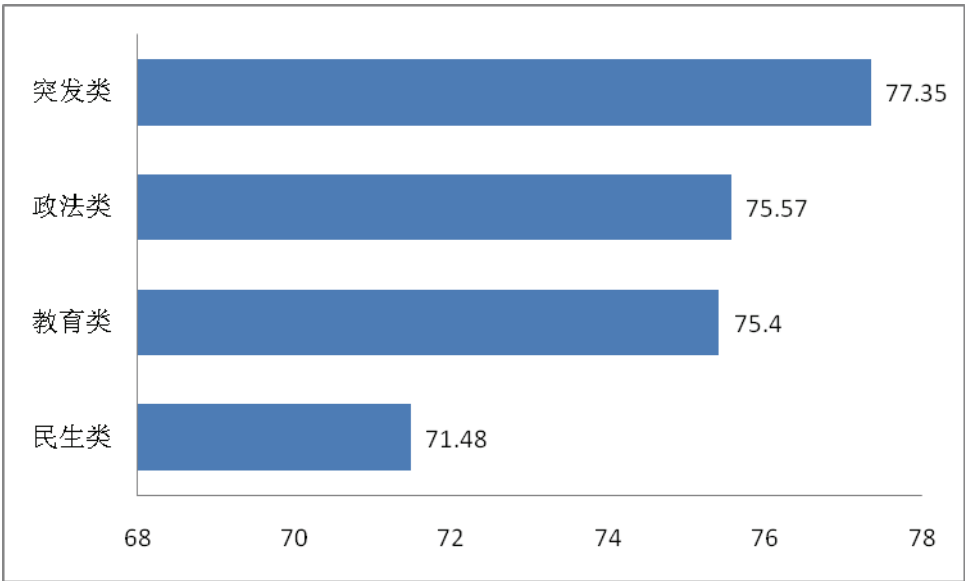


图 3.1 不同性质事件的平均得分

表 3.1 不同性质事件应对情况

事件性质	案例	平均得分	排名
突发	昆明 7.19 暴雨	77.35	1
	芦山地震		
	禽业公司火灾		
	苏州横山储罐场厨房爆炸		
	龙江青年御洪抢险		
	京沪高速千人大撤离		
	砀山县 8.26 交通事故		
	定西 6.6 级地震		
	厦门 BRT 爆炸		
	风雪围困网友微博求救		
	抚顺清原 8.16 洪灾		
	桂林 9.9 爆炸事故		
	对话成都交警关注芦山救援		
	乌鲁木齐 5.1 级地震		
政法	南昌林业局副局长酒驾撞人	75.4	2
	灵武市民勇救遇险儿童		
	官员边吃虾边骂百姓		
	佛山治超办警员暴力执法		
	辟谣：高压泵深井排污		
	宿迁庭审微直播		
	太原交警开温情罚单		
	盗车杀婴案		
	胖警察叔叔爱心帮助重病儿童		
	福建公安厅处长所养藏獒咬人		
	法官嫖娼事件		

	无辜男孩被挖眼		
	民警违规托运行李		
	8 名执勤协警开警车赴景区裸泳		
	宁夏检察院干警勇救落水母子		
	张辉、张高平错案		
	湄公河 10.5 案		
	辟谣:李启铭已经出狱		
	曾成杰案		
教育	湟中幼教点孩子靠墙午休	74.57	3
	万宁校长带小学生开房		
民生	辟谣: 贵阳百岁老人孤苦无依拾荒度日	71.48	4
	微博接力拯救“绿精灵”宝宝		
	北京微博发布厅答崔永元提问		
	官微化解西湖浓烟疑云		
	佛山市市长微访谈		
	H7N9 禽流感		
	辟谣: 老人送孩子西安上学欲走回贵州		
	随手拍寻找害人井盖		
	淮北市副市长、公安局局长微访谈		
	针对新交规微访谈		
	平顶山主干道隔离带栅栏阻挡斑马线		
	女孩打点滴致死		
	贵阳微博民生服务日		
	甘肃微访谈: 315 微博在你身边		
	地震局养狗预测地震		

二、典型案例

1. 盗车杀婴案：官民联动齐破案

輿情概述

时间类型：政法
发生时间：2013 年 3 月 4 日
发生地点：吉林长春市
輿情焦点：婴儿搜救
輿情结果：婴儿遇害，犯罪嫌疑人得到逮捕

(1) 事因

3 月 4 日早上，长春市一辆灰色丰田 RAV4 车辆被盗，车内有一名两个多月大的婴儿。

(2) 事态发展与政府应对

该事件发生后，全城展开了搜救行动。微博平台上，吉林市公安局官方微博首先发声，呼吁广大网友“动一动手，尽一份力”。3 月 4 日，吉林市公安局发布微博称警方高度关注该案件，并将布置警力全程堵截。

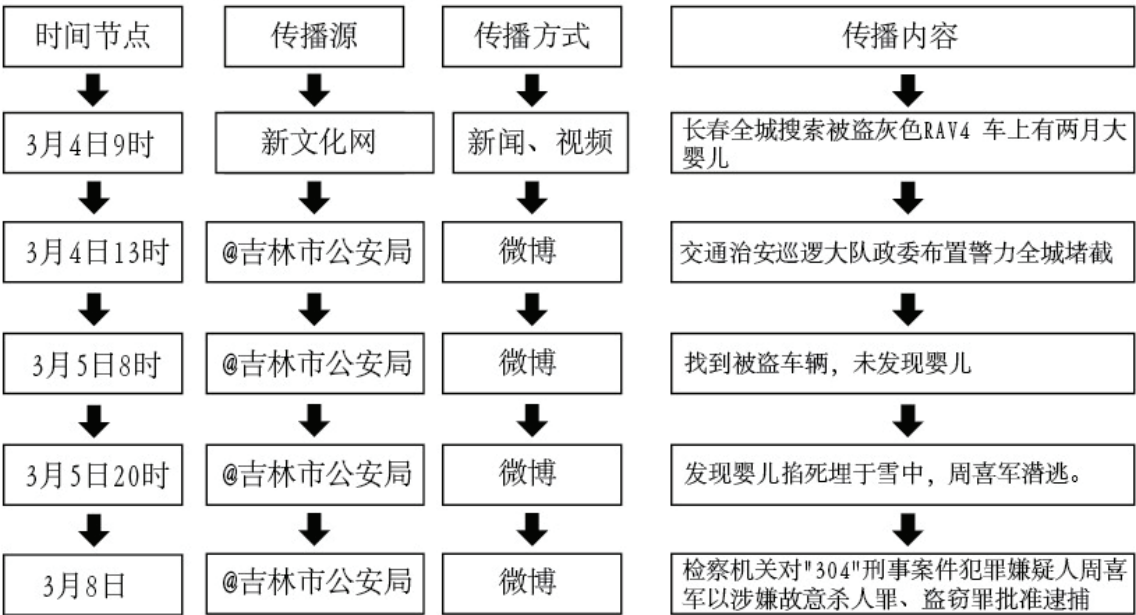


图 3.2 盗婴案事态发展与吉林市政务微博应对

（3）点评

吉林市公安局善用微博新媒体平台，案件发生后，借助微博平台，围绕“长春 304 案件”为话题，在破案的四天里，共发布了 25 条微博信息，及时为网友更新官方获取的最新信息，快速向网友传达事实真相。“长春 304 案件”引发线上、线下的广泛关注，更有广大热心群众参与搜救，自愿组成寻找男婴的爱心队伍，万千百姓的心悬于一线。此时，快速的搜救工作和及时、准确、权威的官方信息就是对当事人家属最大的安慰和帮助。

2. 定西 6.6 级地震：信息同步共抗灾

舆情概述

事件类型：突发

发生时间：2013 年 7 月 22 日

发生地点：甘肃定西市

舆情焦点：抗震救灾救援

舆情结果：双方良性互动，促进救灾

（1）事因

7 月 22 日 07 时 45 分在甘肃省定西市岷县、漳县交界（北纬 34.5 度，东经 104.2 度）发生 6.6 级地震，震源深度 20 千米。

（2）事态发展与政府应对

该事件迅速引爆互联网，腾讯微博平台上相关广播达 192800 条。甘肃省委宣传部第一时间与甘肃省抗震应急指挥中心取得联系，利用@甘肃发布 微博平台，建立微博应急回应机制。通过建立#甘肃定西 6.6 级地震#话题，与全省政务微博及个人认证微博统一运营，建立媒体人信息同步群，对第一时间到达受灾现场的记者微博重点关注，消息源第一时间同步腾讯微博，发布微博总数多达百条。

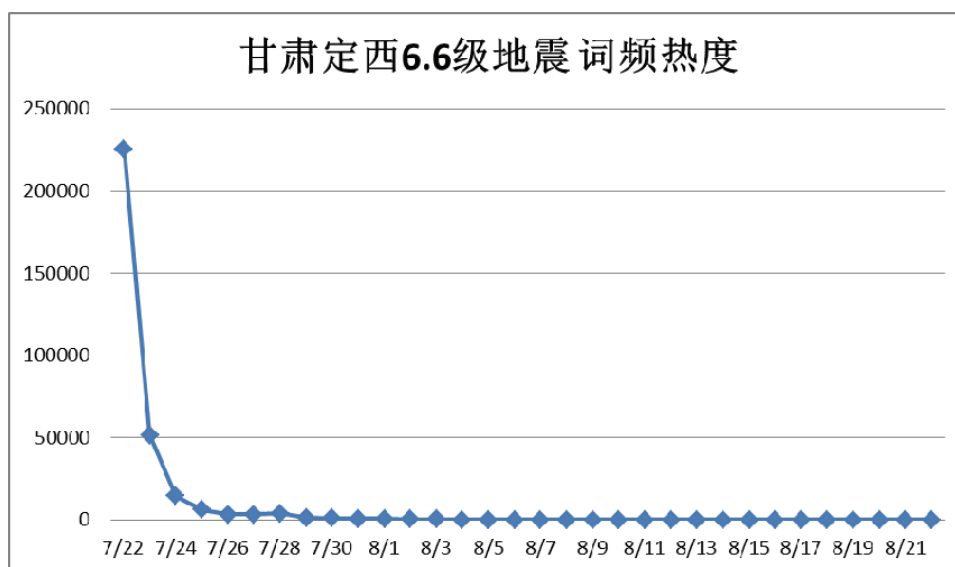


图 3.3 7月22日至8月21日#甘肃定西6.6级地震#词频热度



图 3.4 政府联动各方力量共同发布信息

(3) 点评

传媒日益多元化，信息的传递常呈现“点爆”特征。千万条微博中，一条不经意的微博内容就如同投入湖面的石子，引起阵阵涟漪。在微博时代，没有不透风的墙，任何人、事都不可能绝对地处于封闭状态。在某些重大舆情事件发生后，政府迅速的响应和多元开放的信息发布，必然会提升当地政府的公信力。地震发生后，甘肃政府积极应对，以真诚的态度、公开的信息、实际的行动树立起民众抗灾信心。同时，通过微博，使来自全国各地的网友都能了解到灾情与救援

情况。反观近期余姚水灾，余姚政府采取古板的信息处理方式，尽可能封锁消息，最终导致谣言四起，舆情处于失控状态。地震、水灾都是“天”灾，政府的行为将决定“天”灾最终是否会形成“人”害。

3. 官微化解西湖浓烟疑云：连续回应速解疑

舆情概述

事件类型：民生

发生时间：2013 年 3 月 19 日

发生地点：浙江杭州市

舆情焦点：烟囱排放超标

舆情结果：排放并未超标，但会关停转迁

(1) 事因

3 月 19 日，网友@刀哥 拍了一张烟囱滚滚的照片并发微博称“杭州西塘河台湾美食街边上的美景，让人情何以堪”。

(2) 事态发展与政府应对

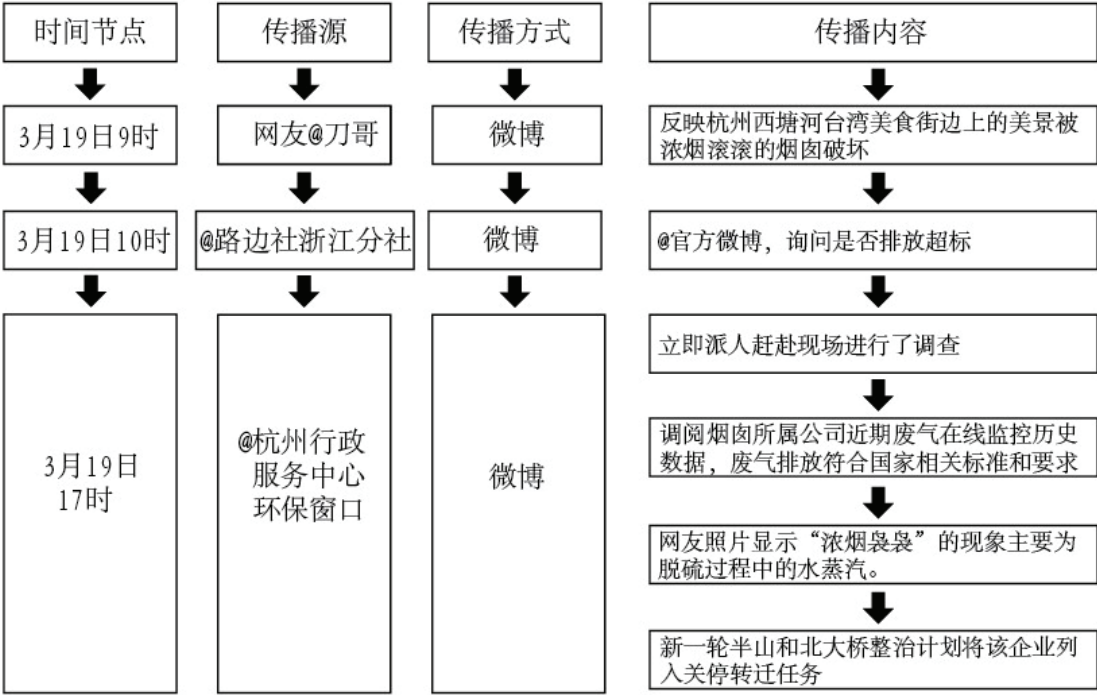


图 3.5 西湖浓烟事态发展与杭州行政服务中心的应对

在网友发布微博十分钟后，@路边社浙江分社 向其询问具体情况，随后通过微博@的方式向杭州有关部门反映情况。7 小时内，@杭州行政服务中心环保窗口 连发 5 条微博，将调查结果反馈给网友。

(3) 点评

网民随手的一条微博便引来政务微博连续 5 条的积性回应，足以说明政务微博对群众问题的重视程度。对于网民反映的情况，政务微博的运营人员很可能也不确切了解真相。如何高效而快速地去实地调查、找到起因、核实并传递准确信息十分重要。@杭州行政服务中心环保窗口 半个小时内将网友反映的问题传达给相关部门，实地考察并第一时间回应网友，用事实说话，避免了负面消息和谣言的产生。面对舆情事件，相关部门要尽可能压缩调查所需时间，提高效率，避免舆情事件酝酿发酵。

4. 万宁校长带小学生开房：内容单一质疑多

舆情概述
事件类型：教育
发生时间：2013 年 5 月 13 日
发生地点：海南省万宁市
舆情焦点：道德失范、性侵
舆情结果：行政处罚、警方拘留

(1) 事因

海南万宁市一名小学校长与该市房管局工作人员冯某松于带六名小学女生开房，女生下体遭到伤害，疑似遭遇性侵，引起社会高度关注。

(2) 事态发展与政府应对

5 月 13 日，海南当地媒体南国都市报，刊登了“万宁某小学校长带 4 学生开房”的报道，引发了网络上的广泛关注。当天晚 7 点，万宁市开通独家官方微博，就此次案件的具体情况进行最新消息的公布。5 天内，万宁发布 17 条微博转发评论总计 23832 条，总阅读人群 2442 万，其中单条微博最高转发评论量：13331 条。

表 3.2 万宁政务微博关于校长开房事件应对情况

发布机构	发布时间	广播概述（相似内容已合并）	转评数
@万宁 发布	5 月 13 日	警方已刑拘犯罪嫌疑人，市教育局对涉案校长做出免职处理，涉案学生将接受心理辅导。	13261
	5 月 14 日	法医鉴定组对涉案学生进行了身体检查，鉴定结果显示：4 名女生处女膜完整。另 2 名涉事学生再进一步鉴定。	1848
		公布案件新进展，行政人员介绍 5 月 8 日下午，班主任发现学生失踪，联系家长，学生于 5 月 9 日晚 9 时和 5 月 10 日早 7 时，被陆续找到。	794
		小学校长带 6 名女学生外出开房视频曝光。	992
		万宁市委、市政府就该市“校长带女学生开房”事件表态：事件正全力侦破，一经查实绝不袒护。万宁市成立了专门工作小组，对受害家庭进行安抚、疏导；于 13 日成立了市纪委调查组全面调查；对涉事酒店作罚款、整顿的处罚措施。	133
		晚 11 时 10 分，万宁市公安局就此案件召开案情通报会，向媒体通报案情最新进展。	2779
	5 月 15 日	上午 11 时 40 分，万宁市召开涉嫌猥亵儿童罪一案第二次通报会，向媒体通报案情最新进展。	1305
		下午 16 时 40 分，万宁市召开第三次通报会，向媒体通报对两名犯罪嫌疑人纪律处分决定，涉嫌猥亵儿童罪的两名犯罪嫌疑人被双开。	2563

（3）点评

在这次的舆情事件发生后，特别是在报道发布当天，官方以微博发声，反应速度较快，可见地方政府相当重视。但总体来看，万宁市在微博的运营中仍然存在不足，针对网友的质疑，没有做出具有针对性的解释，缺乏互动和沟通交流。对于事件的后续跟进不足，@万宁发布 在 5 月 15 日发布了有关此次事件的最后

一条微博后，直至 8 月 28 日才发布了下一条微博，容易引发二次舆情。

三、经验总结

140 字内可及时发布的微博极大地降低了网友向公众传播信息的门槛，缩短了信息传递与更新的周期，使信息处于动态发展中。面对负面舆情，如果政府回应迟钝滞后、模糊程度高，就会导致负面情绪、不实谣言裂变式的扩散，形成巨大的信息垃圾场。因而政府必须“分秒必争”，实时化、透明化，第一时间向公众展示真实信息，并对公众加以适当引导，让公众对小道消息说再见。

不论舆情事件是何种性质，其事态发展常常分为：萌芽期、高涨期、沉淀期。针对舆情事件发展的不同阶段，应对需各有侧重。

1. 把握舆情萌芽期

萌芽期反映出舆情事件的发展态势，相关部门应该建立完善的信息监测与网络舆情监控系统，掌握信息态势的变化。相关部门可以与第三方如门户网站、报社等进行合作，掌握每日热门回复微博、被大量转载的微博等一系列网友密切关注的微博，对可能出现的危机进行识别与研判。了解舆情事件源头、初始信息，第一时间作出回应与引导，尽可能将舆情事件消灭在萌芽期，阻止舆情事件发酵演变成全网热点。

2. 挖掘事件争议点

在舆情事件高涨期，媒体报道量、媒体覆盖量、网友关注度、网友转评量都呈现出迅速扩张的态势，网络舆论已经形成，相关部门会感到明显的压力。此时，相关部门应仔细分析寻找事件争议焦点，着力解决好网友关注的问题，坚持透明化、公开化，发布最新消息，回应网友质疑和责难，重新把握住话语权。

3. 应急恢复与评估

当事件得以解决或发生其他热点事件时，舆情事件将进入沉淀期，媒体和网友的转移力开始转移。在负面舆情事件中，相关部门的压力会有所减缓，但相关人员仍应做好善后工作，及时更新动态，避免舆情事件再次进入高涨。在舆情危机结束后，政府需要重新回顾整个事件的处置过程，并进行评估，从中获取经验教训，更新地方舆情应对案例库。其次，政务微博管理者应该恢复政务微博常态管理，将精力由“危机公关”转向宣传与引导。

第四章 基于部门视角的案例分析

在排行榜的 50 个案例中，舆情事件发生后，相应地方的政务微博都在一定时间内给予了回应。通过对回应部门进行分类比较，能够观察出在舆情应对中哪些部门对舆情事件高度敏感，在信息发布、澄清谣言、服务群众方面起着主力作用。

一、基层公安司法部门舆情处置能力仍需加强

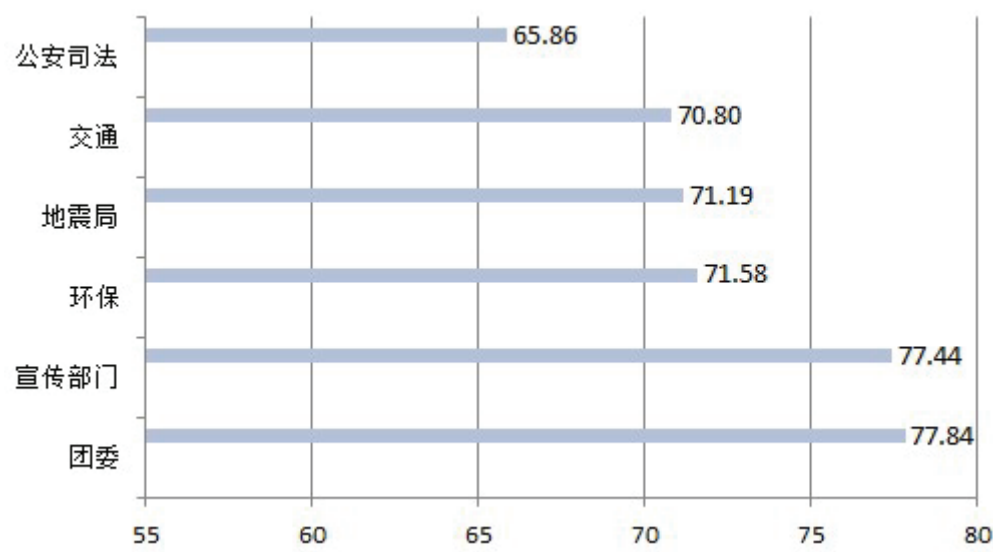


图 4.1 不同回应部门舆情处置能力的平均得分

表 4.1 回应部门分类详情

官方回应部门	案例	平均得分	排名
团委	龙江青年御洪抢险	77.84	1
宣传部门	辟谣：贵阳百岁老人孤苦无依拾荒度日	77.44	2
	微博接力拯救“绿精灵”宝宝		
	南昌林业局副局长酒驾撞人		
	昆明 7.19 暴雨		
	北京微博发布厅答崔永元提问		
	湟中幼教点孩子靠墙午休		
	芦山地震		

宣传部门	灵武市民勇救遇险儿童		
	官微化解西湖浓烟疑云		
	禽业公司火灾		
	苏州横山储罐场厨房爆炸		
	佛山市长微访谈		
	官员边吃虾边骂百姓		
	H7N9 禽流感		
	万宁校长带小学生开房		
	辟谣：老人送孩子西安上学欲走回贵州		
	佛山治超办警员暴力执法		
	定西 6.6 级地震		
环保	辟谣：高压泵深井排污	71.58	3
交通	京沪高速千人大撤离	70.80	4
公安司法	宿迁庭审微直播	65.86	5
	太原交警开温情罚单		
	盗车杀婴案		
	胖警察叔叔爱心帮助重病儿童		
	随手拍寻找害人井盖		
	砀山县 8.26 交通事故		
	福建公安厅处长所养藏獒咬人		
	法官嫖娼事件		
	厦门 BRT 爆炸		
	无辜男孩被挖眼		
	风雪围困网友微博求救		
	民警违规托运行李		
	8 名执勤协警开警车赴景区裸泳		
	宁夏检察院干警勇救落水母子		

	淮北市副市长、公安局局长微访谈		
	抚顺清原 8.16 洪灾		
	桂林 9.9 爆炸事故		
	张辉、张高平错案		
	针对新交规微访谈		
	平顶山主干道隔离带栅栏阻挡斑马线		
	湄公河 10.5 案		
	对话成都交警关注芦山救援		
	辟谣：李启铭已经出狱		
	曾成杰案		
	女孩打点滴致死		
地震局	乌鲁木齐 5.1 级地震	64.82	6
	地震局养狗预测地震		

（注：贵阳微博民生服务日、甘肃微访谈：315 微博在你身边案例由多个部门联合回应，不列入排名。）

二、典型案例

1. 龙江青年御洪抢险：党群一心抗洪魔

舆情概述

回应部门：团委

舆情结果：积极救灾

发生时间：2013 年 8 月 23 日

发生地点：黑龙江省

（1）事因

8 月以来，黑龙江省遭遇 15 年来最大洪灾。黑龙江团省委号召各级团组织和广大团员青年立即行动起来，主动参与巡堤查险、堤坝加固、物资运送及灾后

重建等工作。

(2) 事态发展与政府应对

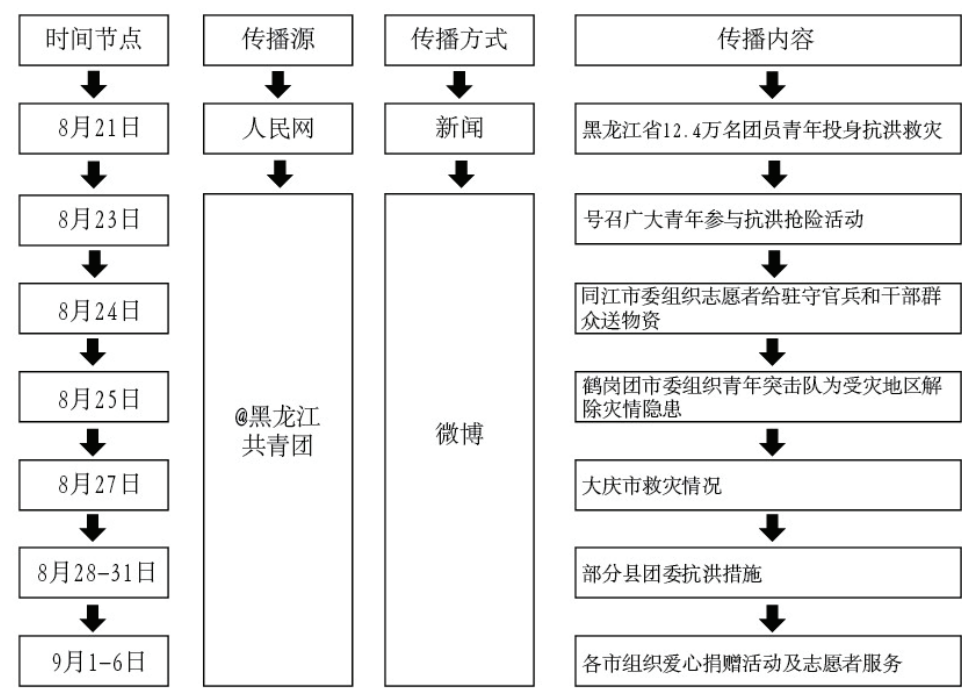


图 4.2 @黑龙江共青团 应对情况

此事件很快被黑龙江团省委官方微博、黑龙江及国内主流媒体报道。8月23日，共青团黑龙江省委官方微博@黑龙江共青团 号召青年参与抗洪抢险工作。8月24-31日，@黑龙江共青团 持续发布了各个地区团市委的救灾措施。9月1、3、6日，@黑龙江共青团 发布部分城市开展爱心捐赠活动以及志愿者服务的消息。

(3) 点评

黑龙江团省委官方微博@黑龙江共青团 在后续的消息发布中，着重发布了各个市的抗洪抢险情况以及解决灾区问题的措施，让网友们全面具体地了解各个团市委、领导阶层正在做的事情，接受人民监督的同时，有利于网友了解灾情、集思广益，让网友们提出更多有效的救灾措施，号召网友为灾区人民献出自己的爱心与力量。

2. 禽业公司火灾：现场报道回应快

舆情概述	
回应部门：	宣传部门
舆情结果：	及时发布信息，安抚网友情绪
发生时间：	2013 年 6 月 3 日
发生地点：	吉林省德惠市

(1) 事因

2013 年 6 月 3 日 6 时，位于吉林省德惠市米沙子镇吉林宝源丰禽业公司发生火灾，火灾共造成 121 人遇难，76 人受伤。

(2) 事态发展与政府应对

时间节点	传播源	传播方式	传播内容
6月3日	中国广播网	新闻	吉林宝源丰禽业公司发生火灾
	人民网	新闻	
	@长春发布	微博	对火灾事故进行回应
	@吉林发布	微博	
	@吉林消防	微博	对事故现场状况进行报道
	@吉林消防	微博	发布消防队员现场搜救情况
6月6日	新华网	新闻	长春市长对事故现场作汇报并作出检讨
6月7日	@吉林发布	微博	启动火灾事故剩余禽类产品的工作
6月8日	@长春发布	微博	公布遇难者名单

图 4.3 事态发展与相关部门应对情况

6 月 3 日 10 点 5 分，即事件发生 2 小时后，@长春发布 率先回应。30 分钟后@吉林发布 进行了转发。中午 14 时，@吉林消防 对事故现场状况进行现场报道。此次舆情回应，从事发到政府发声仅用时 4 小时。6 月 3 日 20 点 52 分，@吉林消防 发布现场消防队员搜救情况。6 日，新华网等多家媒体报道，长春市长对事故情况做汇报并作出检讨。7、8 日，@吉林发布 和@长春发布 对此次

事件进行了持续回应。

（3）点评

长春市政府@长春发布 能够在火灾事件发生仅 2 小时内便对社会作出回应，消防部队@吉林消防 在赶往现场救助后即时发布事故现场状况，以满足社会民众对此次事件的关注和追踪，充分利用微博公开事件信息、树立良好的政务微博形象。但是长春市政府还可以更深入地利用好网络信息以及新媒体的渠道，如在火灾事故发生后，@长春发布 可以将事件通过微博广泛传播，呼吁事件地点附近的居民即时采取救助措施，通过网友们的力量更好地解决灾后受难者身份确认等问题。

3. 京沪高速千人大撤离：微博调度模式新

舆情概述

回应部门：交通部门

舆情结果：堵车民众完全撤离

发生时间：2013 年 6 月 16 日

发生地点：河北沧州市青县

（1）事因

2013 年 1 月 30 日 19 点 51 分，腾讯微博网友王争艳发布一条求救微博“高速堵车，我们要回家！回家！无助！”，反映 500 多辆汽车及上千群众被滞留在天津和河北交界的河北省沧州市青县的京沪高速上的问题。

（2）事态发展与政府应对



图 4.4 事态发展与有关部门应对

王争艳的求救微博迅速引起了河北高速值班交警的注意，了解到王争艳被困的具体位置后，河北高速交警总队第一时间通知交警沧州支队和青县大队，派出民警前去营救、处理问题。值班的省高速交警总队副总队长李沛川坐镇石家庄的总队指挥中心，整整一宿调度指挥，调配警务部署，直到凌晨，500多辆车上千群众分16批次安全撤离高速。整个事件过程中，当事人随时在话题里直播救助过程，与高速总队官博互动直播最新进展，河北高速交警也运用官博，在#微博伴您回家过年#话题里面发言说明总队的安排，让大家放心，直至安全撤离。

(3) 点评

河北省高速交警在求救微博发出短短数小时内及时联系受困群众，迅速展开科学调度指挥，安抚引导受困群众，给予食品汽油补助，使得受困情况得到及时化解。运用政务微博，实时传达最新情况，使网友了解最新动态，高效安全解决高速拥堵安全隐患，让网友感受到政府的帮助和关心。这种利用微博调度的新方式体现了相关部门在为民服务以及行政上愈加灵活，充分体现政府工作“以人为本”的宗旨。

4. 太原交警开温情罚单：温情执法人性化

舆情概述

回应部门：公安司法

舆情结果：试点实施

发生时间：2013 年 6 月 16 日

发生地点：山西太原市

(1) 事因

6月16日21时45分，山西省公安厅在其官方微博@山西公安 发布太原交警任建刚向违法停车司机们开“下不为例”罚单的消息，该事件随后经过人民网、新华网、央视新闻、凤凰网等主流媒体的报道和转载后迅速传播开来，受到众多网友强烈关注。

(2) 事态发展与政府应对

表 4.2 事态发展与有关部门应对

时间节点	传播源	传播方式	传播内容
2013 年 6 月 16 日	山西公安发布	腾讯微博	报道任建刚人性执法开“下不为例”罚单事件
2013 年 6 月 20 日	人民网	网页新闻	称赞温情执法，建议“人性化执法可以多一点”
2013 年 6 月 21 日	中国警察网	网页新闻	称温情执法“让人脸红，更有效果”
2013 年 6 月 22 日	新华网	网页新闻	称赞任建刚为“最有爱”交警
2013 年 6 月 24 日	山西交警	腾讯微博	称交警和司机也可以成为朋友，甚至有司机在接到“下不为例”罚单后志愿担当交通安全宣传员
2013 年 6 月 25 日	搜狐网	网页新闻	指出温情执法并非“随意执法”

山西交警任建刚温情执法事件得到了网友的热议和众多主流媒体的报道，引发了网络对交警人性执法的争议，此话题舆情热点在6月19日开始大幅走高。事件得以迅速扩散，引发该舆情事件再次升温。

对此，任建刚本人称，对于机动车违法停放等轻微违法行为，他的原则是：教育为主，罚款为辅。山西交警对此回应：任建刚的温情罚单现在还有待争议，但是却是很好的措施，目前也将计划在太原市开展类似的温馨提示而不是仅仅单纯的惩罚！

（3）点评

山西太原的温情罚单事件一改政府“以罚代管”的形象，走上了以制度约束的良性轨道，起到了“四两拨千斤”的效果，缓解了警民关系，有利于维护政府在群众心目中的良好形象。同时此事件也引起了社会对人性化执法的热议，有网友表示比起被罚款，更能接受这种“温情执法”，更具有教育意义。但也不乏质疑的声音，持质疑态度的网友认为此举属“随意执法”，有“有法不依”之嫌，担心法律的迁就会让人得寸进尺。从“以人为本”的角度考虑，温情执法更灵活有效确实值得效仿，然而人性化的同时也需“刚柔并济”来维护法律的威严和强制性，这样才能有效避免“钻空子”现象的发生，才能促进社会的和谐法制有序。

5. 地震局养狗预测地震：反响广泛回应乏力

舆情概述

回应部门：地震局
地震局舆情结果：狗迁移至他处
发生时间：2013 年 5 月 7 日
发生地点：贵州省贵阳市

（1）事因

2013 年 5 月 7 日，网友在江西微博中爆料称，南昌市地震局大院中养了几条大狗，每到深夜必狂吠，周边居民深受其扰。

（2）媒体报道与政府应对

表 4.5 媒体报道情况

时间节点	媒体	报道内容
5 月 7 日	北京电视台晚间新闻	南昌地震局被曝养狗扰民 官方称为预测地震
5 月 8 日	南方都市报	南昌地震局：养狗为预测地震
5 月 8 日	凤凰网	网曝南昌地震局养狗扰民 回应称养狗是为预测地震
5 月 7 日	人民网	网友对地震局养狗预测一事反响热烈

地震局养狗事件被媒体披露后，南昌市防震减灾局在其官方微博上发布了一篇长微博解释说明事件的来龙去脉，此微博共收到了网友们 480 条评论，其中认证用户 39 条，精华评论 211 条，多为批评讽刺观点。

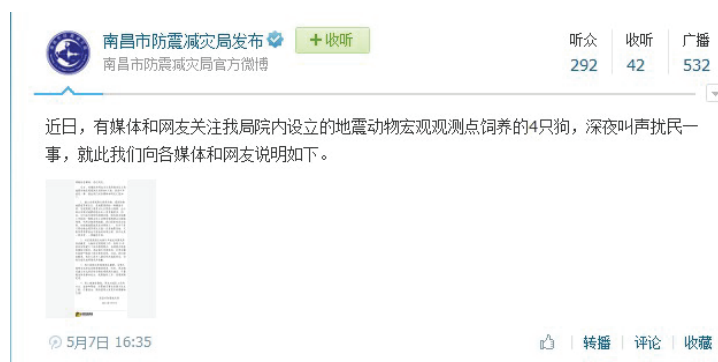


图 4.6 政务微博应对截图

(3) 点评

南昌地震局的回应遭到网友的广泛质疑：地震局的先进仪器还比不上几条狗？狗天天深夜狂吠，难道天天都有地震？那每个人自己家里养条狗就可以啦，要地震局何用？网友的强烈反响不仅是对地震及自身生命财产安全的关注，更多的是对政府能力的怀疑。要维护政府的公信力，树立自身的权威性，南昌地震局的单条微博显然是远远不够的。

6. 贵阳民生服务日：跨部门联动获好评

舆情概述

回应部门：多家政府部门联合
舆情结果：网友与政府良性沟通
发生时间：2013 年 7 月 5 日
发生地点：贵州省贵阳市

(1) 事因

2013 年 7 月 5 日是贵阳市微博民生服务日，本次活动共计有 10 家政府部门参与活动，领导亲自上阵互动，回答网友提问。

(2) 事态发展与政府应对

表 4.3 贵阳市城市管理局官方微博 7 月 5 日动态

时间节点	网友	提问	回复
14:10	小妖女逍遥	夜宵摊子占道经营问题	责成其规范管理，既满足一部分困难群众的生存需要，同时尽量减少对周边环境的影响。
14:15	张习元	南明河治理问题	用 1—2 年时间，实现南明河水质确保四类、力争三类的目标。
14:26	罗凯元	对占道经营并一锅端的进行全部取缔的问题	在云岩、南明两区设置临时占道摊区 269 处，安置低保户、下岗困难职工、残疾人等就业摊位 5000 余个。
14:31	龚浩	花溪大道卫校门口人行道为重复施工	对花溪大道绿化景观及破损道牙进行提升改造，将于 7 月中旬结束。
14:37	袁琼	蔡家关那段违章建筑较多	蔡家关片区违法建筑已列入重点整治范围。
14:40	来福	贵阳市市西路“脏、乱、差”长年没有人治理	年内将组织实施市西路批发市场整体搬迁工作。

14:45	刘雯	青山小区脏乱差	青山小区的治理一直是城市管理的难点，已进行多次治理，但反弹严重。我们将再次督促南明区城管局会同社区强化管理。
-------	----	---------	--

表 4.4 贵阳市生态文明委官方微博 7 月 5 日动态

时间节点	发话人	提问	回复
14:07	提示说 名字能 取 12 个 字呢	为迎接生态文明会议而做的 各项工程多久完工	贵阳市“二环八路”景观提升改造 工作已经基本完成。
14:09	Wto636	能否在黔灵山路沿线（一中 大门口）附近开通一条直通 公园的小路	建议涉及观山湖区以及规划等部 门，将会把您的意见转交相关部门。
14:21	枫叶国 际学校 贵阳招 办	希望有关部门在假期中组织 举办一些中学生可以参与的 社会公益活动	已经着手策划了一系列的公益活 动，欢迎广大中小學生参加。
14:27	江维维	请问一般工地允许施工到几 点？	未经审批，夜间 10 点以后到次日早 晨，不允许产生噪音扰民的施工。
14:31	小石哥	云岩区民生路口，有一家叫 “慧兰家常小菜馆”的，油 烟是非常大、	投诉将转请云岩区生态文明局处 理。我们也会关注您投诉的处理进 度。感谢您的投诉。如果还有损害 到您利益的生态环境问题，请随时 拨打 24 小时人工值守的 12369 环保 投诉热线。
14:38	陈丽庆	轮胎厂附近经常闻到一股胶 臭味，太难受了	因工艺原因，该厂确实存在外排异 味。我们将继续敦促该厂加强管理， 减少和消除异味。

表 4.5 媒体报道动态

时间节点	媒体	报道内容
7 月 5 日	贵阳早报	贵阳今日微博民生服务日活动
7 月 5 日	贵阳晚报	两小时互动交流 市民提问千余条
7 月 5 日	新华网	贵阳 10 部门“微博问政” 市民两小时提问千余条
7 月 5 日	人民网	贵阳微博民生服务日活动 7 月 5 日举行

(3) 点评

贵阳政府各部门在腾讯微博与网民互动交流、解答疑难。这一举措广受网友的支持和喜爱，大家参与积极性高涨，向行政部门反映了许多与自己生活息息相关的民生问题，互动提问数量达到了 1700 余条。政务微博为网民群众向政府人员反映民心民意提供了一条方便快捷的途径，政府部门也能更好地倾听民心了解民意，以便改善政府工作。这种微博问政的形式如果能得到规范有序推广，问政中反映出的问题能得到及时有效的解决，必能造福于人民和国家。

三、经验总结

各地区各部门积极探索利用政务微博、微信等新媒体，促进了各类权威政务信息的公开；在舆情事件中，把握舆情应对主动权，强化官民沟通。但是仍有部分政务微博存在粉丝较少、活跃度不高、传播互动力不强等诸多问题，政府有关部门应该围绕“微博定位、内容规划、活动策划、外部推广”四个方面多下工夫，形成声誉品牌，引来粉丝的长期关注，从而走更广泛的网络群众路线。

1. 微博定位

政务微博的定位主要应包括三方面，功能定位、内容定位和语言风格定位。功能定位要求政务微博管理者明确政务微博是主打新闻代言人的功能还是着力于问政行政。政务微博的内容多由民生服务、法规政策、城市建设、政务工作等内容构成，政务微博管理者需要对各类信息占比有宏观把握，确定主次关系。在功能和内容找准定位的基础上，还应确立语言风格，是采用微博体、卖萌体等贴近网友的语言，还是秉承权威严肃的语言风格，亦或是针对不同的微博内容采用不同的语言表达风格。

2. 内容规划

政务微博在发展中会形成相对稳定的粉丝群体，特色化、固定化的内容不仅能稳定现有粉丝群，还能不断吸引新的粉丝。政务微博在内容发布上可根据自身需要分为几大类别，如新闻类、服务类、宣传类、互动类等等；善用话题栏目，方便粉丝获取信息。

3. 活动策划

微博平台常见的活动形式有微访谈、微直播、微征集等等，政务微博管理部门应针对自身需求，更具创意地进行活动策划，调动粉丝积极性与参与性，进一步加强官民沟通，避免在微博平台“自言自语”。

4. 对外推广

政务微博的种种优势是建立在政务微博影响力的基础之上，因而政务微博管理者应该加强对自身政务微博的营销和推广，吸引更多的粉丝。目前腾讯公司已推出政务版微空间，政务微博管理者应利用腾讯微博的资源优势，合理开发政务微博主页，灵活运用新闻、话题对政务微博进行推广。在线下，部门可以举行发布会、座谈会等形式，提升外部推广频次，通过线上线下的力量协同宣传政务微博。

第五章 影响舆情发展的主要因素

通过梳理舆情分析报告、学术论文，总结出影响舆情事件发展的因子，主要为：事件性质、起因、当事人、媒体报道量、相关微博总量、政务微博回应次数和事件高点类型。选取 2013 年较有影响力的舆情案例 50 件对每个案例进行具体标注，并运用 SPSS 分析软件，对数据进行录入、整理和分析，可观测出各个因子的关联性，挖掘舆情事件演变规律，为优化政府应对和决策提供依据。

表 5.1 50 个舆情事件影响因子标注分析

事件名称	影响因子							
	性质	起因	持续时间 /天	当事人	媒体报 道量	相关微博 总量	政务微 博回应 条数	事件 高点 类型

芦山地震	突发	自然灾害	76	民众	681000	335800	1318	1
抚顺清原 8.16 洪灾	突发	自然灾害	16	民众	493	7500	3	1
定西 6.6 级地震	突发	自然灾害	41	民众	141000	119000	233	1
龙江青年御洪抢险	突发	自然灾害	7	抗洪青年	87	290	10	1
风雪围困网友微博求救	突发	自然灾害	3	民众	5	2	2	1
乌鲁木齐 5.1 级地震	突发	自然灾害	14	民众	1590	23600	63	1
昆明 7.19 暴雨	突发	自然灾害	24	民众	1620	10000	30	2
对话成都交警关注芦山救援	突发	自然灾害	10	地震局、政府	20	18	12	1
佛山治超办民警暴力执法	政法	执法不当	16	民警	272	2000	1	1
曾成杰案	政法	争议判决	49	公安、司法	2500	170800	3	2
太原交警开温情罚单	政法	争议举措	10	交警	354	7500	2	1
张辉、张高平错案	政法	冤假错案	23	法院	343	12600	1	2
北京微博发布厅答崔永元提问	民生	网曝网推	3	网络大V	11	170	5	1

胖警察叔叔爱心帮助重病儿童	政法	网曝网推	16	儿童	3	20400	5	1
微博接力拯救“绿精灵”宝宝	民生	网曝网推	2	儿童	14	21	6	1
辟谣：老人送孩子西安上学欲走回贵州	民生	突发事件	4	弱势群体	10	19100	4	1
灵武市民勇救遇险儿童	政法	突发事件	8	儿童	167	1255	4	1
H7N9 禽流感	民生	突发事件	30	民众	1010000	4855100	约 5000	2
苏州横山储罐场厨房爆炸	突发	突发事件	4	政府	229	7100	9	1
厦门 BRT 爆炸	突发	突发事件	12	民众	351	39500	4	1
盗车杀婴案	政法	突发事件	21	婴儿	2780	34200	24	2
宁夏检察院干警勇救落水母子	民生	突发事件	2	干警	6	10	1	1
无辜男孩被挖眼	政法	社会保障	17	儿童	216000	755	7	2
辟谣：贵阳百岁老人孤苦无依拾荒度日	民生	社会保障	4	弱势群体	19	10300	1	1
湟中幼教点孩子靠墙午休	教育	教育机制	19	儿童	226	3800	9	1

砀山县 8.26 交通事故	突发	交通事故	15	公安	397	3700	2	1
京沪高速千人 大撤离	突发	交通事故	1	交警	2	500	79	1
禽业公司火灾	突发	火灾 事故	29	禽业公 司	53400	215400	33	1
桂林 9.9 爆炸事 故	突发	火灾 事故	11	民众	1770	35400	3	1
杭州官微化解 西湖浓烟疑云	民生	环境 污染	1	环保局	5	237	1	1
辟谣：高压泵深 井排污	政法	环境 污染	5	政府	872	984	1	1
湄公河 10.5 案	政法	行政 执法	22	法院	429	1071	247	1
法官嫖娼事件	政法	官员 言行	7	法官	37900	32200	4	2
官员边吃虾边 骂百姓	政法	官员 言行	15	官员	658	116300	3	1
万宁校长带小 学生开房	教育	官员 言行	31	小学校 长	41000	26500	17	2
福建公安厅处 长所养藏獒咬 人	政法	官员 言行	6	官员	140	162	2	1
南昌林业局副 局长酒驾撞人	政法	官员 言行	14	官员	332	185	4	2
民警违规托运 行李	政法	官员 言行	6	民警	4	14	1	1
8 名执勤协警开警 车赴景区裸泳	政法	官员 言行	19	协警	436	3700	2	1

随手拍寻找害人井盖	民生	公共安全	21	少女、民众	19	1070	315	2
地震局养狗预测地震	民生	公共安全	12	政府	457	4700	1	1
女孩打点滴致死	民生	非正常死亡	15	医生	43	2700	1	1
宿迁庭审微直播	政法	程序公正	5	检察院	19	68	28	1
辟谣:李启铭已经出狱	政法	程序公正	13	公安司法	181	6700	1	1
贵阳微博民生服务日	民生	城市建设	2	政府	4	199	58	1
淮北市副市长、公安局局长微访谈	民生	城市建设	2	政府	2	5	113	1
甘肃微访谈:315 微博在你身边	民生	城市建设	10	政府	2	161	47	1
针对新交规微访谈	民生	城市建设	1	政府	3	4	23	1
平顶山主干道隔离带栅栏阻挡斑马线	民生	城市建设	3	政府	3	1270	3	1
佛山市长微访谈	民生	城市建设	3	官员	147	3900	55	1

(注:上表中持续时间和事件高点类型所需数据由 ROST 新闻词频统计软件抓取,媒体报道量来源于百度新闻,相关微博总量来源于腾讯微博。)

一、自然灾害、官员行为事件备受关注

表 5.2 事件起因各类因子发生频次

自然灾害	8	环境污染	2
官员行为	7	火灾事故	2
城市建设	6	执法不当	1
突发事件	6	争议判决	1
网曝网推	4	争议举措	1
程序公正	2	冤假错案	1
公共安全	2	教育机制	1
社会保障	2	行政执法	1
交通事故	2	非正常死亡	1

通过对各个案例发生起因的标注,可以发现舆情事件多围绕于自然灾害、官员行为、城市建设、突发事件。自然灾害和部分突发案件一般会引起人员伤亡和经济损失,具有天然的新闻价值。互联网打破了地理界限和空间界限,使得地方性新闻事件跨地域传达至全国各地。信息的跨越式传播使得广大网友对信息的需求、对知情权的要求比以往更加强烈。官员行为特别是道德失范、贪污腐败等,会触发、激化网友的不良情绪,网友借助微博宣泄,舆情呈爆炸式扩散。城市建设等与网民吃穿住用行息息相关的民生问题,也会受到网友的关注,特别是在与百姓利益切实相关的法规措施出台时,舆论热度会有所上升。

二、媒体报道热度与微博热度关系密切

表 5.3 持续时间、媒体报道量和相关微博总量相关分析表

	持续时间	媒体报道量	相关微博总量
持续时间	1	0.550	0.240
媒体报道量	0.55	1	0.844
相关微博总量	0.240	0.844	1

运用 SPSS19.0 软件,对持续时间、媒体报道量和相关微博总量进行相关性分析,发现持续时间和媒体报道量的相关系数为 0.550,持续时间和相关微博总量的相关系数为 0.240,媒体报告量和相关微博总量的相关系数为 0.844。根据 Pearson 值域等级解释,相关系数的绝对值越大,相关性越强,可总结出媒体报道量和相关微博总量呈现高度正相关性,反映出传统媒体和新媒体互为影响,舆情事件在微博上的热度一定程度上决定着媒体的报道内容、报道方向和报道力

度，而各个媒体的聚焦报道又会推进话题在微博上持续升温，从而产生高微博量。持续时间和相关微博总量呈弱相关，持续时间并不能明显影响相关微博总量。

三、微博热度影响涉事机关应对次数

表 5.4 持续时间、媒体报道量、相关微博总量和涉事机关应对次数相关分析表

	涉事机关应对次数
持续时间	0.344
媒体报道量	0.920
相关微博总量	0.977

持续时间、媒体报道量、相关微博总量与涉事机关应对次数的相关系数分别为 0.344, 0.920, 0.977，反映出涉事机关应对次数的主要影响因子从大到小为：相关微博总量>媒体报道量>持续时间。相关微博总量很大程度上促进了涉事机关的应对，反映出网民言论对政府的“倒逼”，同时，微博圈和媒体圈共同形成强而有力的舆论场，督促政府在舆情事件中积极应对。政府行动总是靠舆论监督是远远不够的，公权力信任危机常常因政府行动落后于网络舆论而爆发。

第六章 政务微博的展望与建议

政务微博是官民交流的一种工具、一个平台，其效用发挥得好不好与政府如何运用直接相关。自第一家政务微博在腾讯开通，政务微博如雨后春笋般涌现，到如今国字头官微的入驻，都反映出政务微博强大的发展态势。政务部门不仅要紧跟潮流，利用好微博这一工具，更应该深谙微博的传播特点和传播规律，充分利用微博的互动功能和其他优势，规避可能存在的负面影响，以更及时、更便捷的方式与群众进行交流，为广大人民群众服务。

一、基于大数据构建舆情案例库

我国正处于社会转型期，利益冲突明显，收入分配差距扩大，各阶层社会地位悬殊，加之新媒体时代带来的各种声音与思潮，极易引起公众情绪的不稳定，舆情事件一触即发。基于海量数据，结合人工标注，构建舆情案例库，有利于相

关部门在舆情应对时，纵向比较以往的应对工作，横向对比其他地区的类似案例，汲取成功经验总结失败教训，结合实际情况，制定最后舆情危机应对预案。

政府的舆情应对案例库应不断完善更新，按照事件性质、部门领域分类归档，对于重点频发事件应尤为关注，分析总结网友的关注点，有针对性地进行舆情疏导和危机公关。如“13 岁女生遭派出所长‘破处’”这类涉及公权力信任危机和官员道德失范的事件，网友更关注调查的透明性、处罚的公正性，受害少女得到的安慰和补偿，因而政府在舆情应对时要格外注重这两点，及时发布信息破除网友的质疑。

二、构建跨地区跨部门联动及经验分享机制

政务微博发展至今已有两年之久，各省各地区政务微博质量和水平都有所提高，并发展出各具特色的运营模式。定期邀请知名微博专家和知名政务微博团队分享微博运作经验，能够互相促进共同进步。在腾讯召开的 2012 年政务微博创新发展研讨会上，各方专家学者、各地政务微博运营人员，齐聚一堂，探讨政务微博的新思路，总结和推广政务微博的新经验，促进了微博政务能力的提升。交流促进进步，分享创造价值。各部门各地区政务微博的发展道路既有特性，也有共性，总结普遍适用的成功经验，必能使政务微博的发展少走弯路，不断进步。同时面对突发舆情事件，达到快速的政务微博群体联动，也是今后的一个努力方向。

三、探索网络群众路线

群众路线是党的根本工作路线，要求一切为了群众，一切依靠群众，为人民群众服务。截至今年 6 月底，我国网民数量已达 5.91 亿¹，网络群众规模不容忽视。由党中央的群众路线教育实践活动领导小组主办、人民网承办的党的群众路线教育实践活动官方网站——“群众路线网”于 6 月 18 日开通。网站的开通反映了党充分利用新兴媒体技术团结网络群众，密切党群关系。政务微博的发展应围绕网络群众路线，扩大官方信息的传播力度、准确度，提升微博问政能力，维系政民关系，更应搭建便民服务平台，实实在在地为网民解决问题。2012 年 6

¹ 《第 32 次中国互联网络发展状况统计报告》2013 年 7 月 17 日

月 19 日，济南车管所联合腾讯公司，在微博中嵌入“网上车管所”功能使网民通过微博就能办理和查询业务，不受时间地点限制，开辟了服务群众的新篇章，完美诠释了“一切为人民服务”的精神。在今后的发展中，政务微博应该更多地思考如何更好地贴近民生、服务百姓，走网络群众路线。

四、培育官方意见领袖

在舆情的形成、演变、消沉和再次激活过程中，意见领袖常常起着重要的推动和引导作用。他们拥有大量粉丝，潜移默化地影响着粉丝群的意见与看法，同时可以鼓动一些旁观者或中立人群产生一致的情绪。在腾讯微博平台，@郑继伟拥有 2150527 名粉丝，@孙警官说事 拥有 419074 名粉丝，这些高粉丝量的意见领袖在信息传递和人际互动中具有高感染力，是舆情事件的评论员和传达者。但是微博平台上不乏一些偏离主流价值观的意见领袖，对网络舆论和网民心理起着一定程度的舆论影响。

政府应打造官方意见领袖，转换以往政府官员高高在上的说话方式，多接地气，多讲实话，吸引高额粉丝量，拉近官与民的距离，重塑官员形象与权威。政府官员在微博世界获得话语权，能够形成以其观点为中心的意见场，传递正能量，促进客观、正面舆论的形成。

第七章 微博舆论场八大关系

一、草根平民 VS 公职人员

在经济发展转型期，各方矛盾凸显，官员关系、贫富差距、城乡差距加剧产生社会不公平感，加之官员贪污腐败等问题频发，造成草根平民对官员情绪与偏见有极端化趋势，产生仇官心理，对政府、官员持怀疑态度。因而相关舆情一旦发生，便引发高度关注，对涉事政务微博形成强大的舆论压力。

草根应在网络中采集各种信息，对新闻舆情全面了解，理性思考、深入认识，坚持七条底线，公职人员应当提高自身素质，提高思想作风、工作作风，依法行政，对草根网民的意见建议，认真研究分析，主动吸纳网络的正能量。通过微博

回应民声，解决与百姓利益相关的事件，通过正能量赢得网民尊重。两方面力量产生合力，促进营造健康向上的微博舆论场。

二、意见领袖 VS 政府官微

在舆情事件中，意见领袖扮演的角色是不同利益方的发言人、危机事件的揭露人、新闻舆情的传播人，政府官微起着舆情事件协调者、舆情危机应对者、官方信息发布者的角色，这两个不同性质的角色形成博弈态势，相互作用于舆情事件的传播过程中，影响舆论走向。

政务微博应当积极认识和团结意见领袖，积极主动寻求与意见领袖的合作，以理性公开的态度共同致力于舆情事件的解决。

三、自媒体 VS 官媒

微博的发展为网民表达提供了广阔的平台和相对自由的环境，对新闻舆情事件能实现即时讨论、实时发言。自媒体个性化的信息影响辐射力广、传播力强且速度惊人，打破以官媒、政府主导话语的格局，当两方传达信息不一致时，自媒体常会迫使相关政府做出快速的回应。

自媒体也有一些局限性，传播内容存在夸张失真等弱点，在自媒体和官媒相互作用的过程中，自媒体应着力塑造自身的专业性，注重内容品质，避免过多地情绪化语言，以精确性、说服力获取话语权，更好发挥议程设置作用，发挥正面功效，对官方声音起良性的监督作用。

官媒立足弘扬公益传播正能量的同时，要以客观事实为依据，力争以观点和理性表达确立自己的权威地位，建立可靠和信赖感。

四、宣传 VS 务实

政务微博在发展中有两大定位，一是反映城市形象、发布政策动态的对外宣传定位；二是着重问政行政的务实定位。政务微博为中小城市在带动旅游、招商引资、招贤纳士方面带来了许多机遇，但与媒体微博、企业微博、个人微博不同，政务微博肩负着更大的责任，不仅仅是信息发布、舆论沟通，还应转向服务

民生，因时制宜、因地制宜解决网民反映的问题，更多思考如何通过政务微博让多少人受惠。以行动把实务做好就是最有力的交流、最好的宣传。

五、正能量 VS 负形象

政务微博存在诸多优点，但在实际运营中也存有一些问题，甚至有些给政府带来一定负面效应。负面形象的政务微博主要表现为长期沉睡的空壳微博、只发布美食养生旅游等不问政事的微博、不回应网友评论的微博、舆情应对不力的微博。即使这些政务微博相关部门在日常工作中办了实事，也会因政务微博的运营问题给网民留下不好的形象。因而政务微博管理人员应当重视政务微博的开通，投入人力、精力做好经营维护工作，发挥微博应有的价值，以服务态度、实干精神传递正能量，树立政府良好的网络形象。

六、单向传播 VS 多向互动

传统媒体是一种上传下达、你说我听的单向传播，政府和广大群众的互动交流有限，但是更具有话筒特性的微博提供了双方对话、良性互动的机会。开通微博只是政府顺应时代利用新媒体走网络群众路线的第一步，如何通过政务微博跟百姓进行长效沟通更为重要，在微博互动中了解民生、汇集民智、体察民意、探访民情。

七、信息公开 VS 信息隐匿

网络没有不透风的墙，传媒记者、草根网友、意见领袖对于信息的挖掘能力和传播能力，常常会使谎言无处遁形。在舆情事件中，政府信息隐匿会使网友只能吸收非官方的碎片化信息，片面认识舆情事件，产生更多质疑，其典型表现为舆论倾向一边倒。政府应该灵活运用多种发声平台，如政务微博、门户网站，尽可能实现出多层面、多维度、多元化的信息公开，并鼓励新闻媒体或舆情评论基于公正、理性的角度而产生的多元化评判，保证网民充分的知情权、话语权，

八、建设性 VS 对抗性

在网民和政务微博互动时会产生三种评论类型，建设性、辩护性、对抗性。矛盾对抗性加剧、舆情事件处置不力表现在微博上则为舆论对抗性明显。减少舆论对抗性的关键是，倾听民意、化解民怨。通过信息公开、多向互动，对谣言流言不逃避，主动回应，给网民真实、准确、权威的信息报道；鼓励网民共守“七条底线”，引导网民客观、理性表达，减少情绪暴力，鼓励成熟、有建设性的建议，共同促进充满正能量的微博舆论场。

附录

第 1 节 政务微博发展战略

政务微博是一把“双刃剑”，对党和政府来说有利也有弊，用好了可以更好地服务民众，提高政府公信力，用不好则可能产生消极作用，影响政府形象。中小城市政务微博管理部门要深谙微博的传播特点，积极利用这一开放互动的新媒体平台，发挥政务微博的积极作用，同时也要意识到微博产生的潜在不利因素，规避其负面影响。

1. 加强管理：用制度保障政务微博长效发展

目前政务微博发展良莠不齐，除了经济发展水平、地区差异等客观因素外，地方政府及相关领导的重视程度对中小城市政务微博发展有重要影响。为了促进政务微博的长效发展，防止因应付上级检查的短期作秀行为和因领导变更而影响政务微博发展等弊端，地方政府应该根据国家相关规定，制定政务微博管理办法和相关细则，从管理机制、政策导向、使用指南、发布内容、应急处置、运营评估等方面进行制度规范。比如，英国 2009 年发布的《政府部门 Twitter 使用指南》，2011 年南京市出台的《关于进一步加强政务微博建设的意见》，2012 年重庆市环保局印发《重庆市环保系统政务微博暂行管理办法》，2013 年 7 月无锡市印发的《无锡市政务微博管理办法》等。

2. 重视运营：岗位、资金、技术、人才等多要素支持

政务微博的内容代表着党政机关的言论和形象，而不是某个领导或者微博小编的主观意图，一旦言论失当就会危及部门公信力，损害党政机关形象。除了国家的宏观政策指导，良好的政务微博运营还是要靠微博认证单位的重视，在岗位、资金、技术、人员上给予保障。比如人民日报官方微博由人民日报社新闻协调部下属的微博运营室负责。据人民日报内部人士透露，该室属于正处级单位，八个人的编制。另外，培养既能娴熟运用新媒体，又具有相关专业知识的微博编辑队伍，对微博运营极其重要。

3. 优化服务：多平台整合联动、全方位服务民生

充分整合网络资源，推动政务微博和政府门户网站、官方新闻网站、移动政务 APP、政务微信、市民服务热线等多平台的互通和联动，使各个平台扬长避短、优势互补、协调发挥功能，不但可以提高政务微博的影响力，扩大政务微博的服务范围，而且能快速有效的服务民众。

4. 有效互动：实现立体化复合联动式政民沟通

从早期的网上市长信箱到博客、论坛、在线访谈，再到网络问政栏目、平台，都是在不断探索官民良性互动方式。政务微博与其他网络平台相比，最大的优点就是即时互动，政务微博的互动大致包括与其他团体机构微博的互动和与个人账号的互动。目前政务微博上下级以及与媒体微博的互动比较频繁，相互转发评论较多，但不同部门之间、与企业和社会组织微博的互动相对较少。政务微博跟个人账号的互动包括与意见领袖的互动和与普通草根的互动，意见领袖作为传播链中的重要一环，对舆情事件有重要推动作用，因此中小城市政务微博要加强与意见领袖互动，尤其是本地区或者本部门意见领袖互动。普通草根是政务微博最大的粉丝群体，中小城市政务微博有“船小好调头”的优势，每天收到的@、私信、评论、留言等不会太多，这样可以对其进行一一的回复和处理，可以提高普通民众参与互动的积极性，另外可以在相关的节日主动设置议题，拉近政民关系。

5. 合理考评：把政务微博纳入政府绩效考核范畴

把政府机构微博应用纳入政府绩效考核范畴，鼓励引导政府机构应用微博，规范党政干部使用微博，建立政务微博的运维绩效评价机制。同时应该积极引入第三方权威机构开展政务微博评估工作，构建合理的考评机制，注重微博使用效果评价，改变单纯以粉丝量、转评量为主要评价指标，对回复次数、处理速度等

进行综合考评，把政务微博纳入政府日常工作，像其他工作一样通过绩效考核，来评估其使用效果。例如，2013 年 1 月，佛山市南海区先行先试，发布了全国第一个政务微博管理和考核办法《佛山市南海区政务微博考核管理办法》，2013 年 7 月，洛阳市发布河南省首个政务微博考核办法《洛阳市政务微博考核评分细则》。

6. 应对舆情：发挥在突发事件中的危机管理作用

目前，我国社会正处于转型期，矛盾和问题累积，风险和危机叠加。突发事件发生后，政务微博能够第一时间精准发布事件的权威信息，遏制谣言流言，并且快速掌握网络舆情动态，对其中的不良情绪有针对性地加以疏导，有助于快速有效的处置网络舆情。政务微博已经成为应对突发舆情，进行危机管理的重要平台和工具，政务微博要不断学习大城市政务微博在突发事件舆情应对中的成功经验，建立政务微博在舆情“监测-预警-应对-评估”的流程联动机制。

第 2 节 政务微博发展趋势

1. 经济发展促进微博问政，官员微博带动群体效应

微博发展、政务公开和经济发展有某种程度上的直接关系，经济发达地区的官员更加开明，重视通过网络渠道打通线上线下的群众路线。官员微博在微博问政中发挥了重要作用，典型的个人微博为后续公务人员开通微博提供了丰富的经验。

2. 运维工作更智能化，外部监督促进内化管理

政务微博的不断发展和深入群众，但人力有限的问题会使政务微博的发展面临回应有限、互动维艰的难题。微博爆料者在反映社会问题时，通常@相关部门官方微博，特别是大 V 政务账号。如@上海发布 自开通 15 个月以来共收到三百多万条@微博，平均每天需处理 7000 多条@微博。在人力和财力有限的情况下，大 V 政务微博难于一一浏览@微博的内容。而通过大数据处理和软件自动对互动信息进行检索分类，并按内容分类进行常规性的回答，对不能通过软件回答的内容进行剔除，反馈给政务微博小编，这种工作流程将大大降低政务微博的运营劳动力，提高政务微博的管理和运营效率。

在我国政治制度体系下，群众监督、媒体监督还不够充分，政府及党内监督

不完善，这是导致我国腐败问题严重的原因之一。而政务微博成为官民交流的新形式，能进一步推动外部监督的内化。第一，政务微博不断将人民群众举报的各种贪污腐败、徇私枉法问题向相关部门和公务员群体施压；第二，对人们提出的问题，无论大小，尽可能查证，一旦反映问题属实，就应对相关部门和个人亮剑，维护党、国家和人民群众的利益。总之，政务微博既要成为网民监督的有效渠道，也要成为党和政府内部监督的有力平台。

3. 政务微博社交属性将增强，为民需务实

目前，QQ、QQ 空间、朋友网、微信都已打开通向腾讯微博的入口，并且向广大用户推荐腾讯微博的绑定，可谓各平台联动不断升级，相互间的依存关系更加紧密，政务微博受众群具备了有力保障。面对日益年轻化的庞大受众群，政务微博应由发布平台向服务平台转变，在运营过程中凸显其社交属性，积极与网友互动、为网友解决实际问题，而不是仅做单向的信息发布。但从目前来看，政务微博定位在信息发布平台而非服务平台，多数博文内容都是本地区领导活动、会议报道等资讯，与政府网站的内容趋同化。

4. 纵横集群服务不断细化完善，县级或将形成发布厅

2013 年，诸多政务微博发布厅上线，从省级政务微博发布厅、市级政务发布厅到部门微博发布厅，已然形成了多级别、多部门、多主体政务微博发展联动体系，政务微博集群化成为发展方向，也成为了企业官博的发展风向标。

发布厅集合了不同职能部门的资源，将公安、工商、团委、交通等囊括人们衣食住行教育医疗的各个部门聚集在一起，进行资源整合打包集中丰富粉丝的政务资讯。而随着政务微博的发展、政务微博服务本地化和智能化以及粉丝对信息的高质量要求，政务微博发布厅将细化为县级微博发布厅、部门微博发布厅，部门微博发布厅由中央级部门牵头，组织省级部门、市级部门、县级部门以及乡镇级部门政务微博组成发布厅，为粉丝提供本部门职业化和专业化信息。

微博强化了互联网中的“关系型内容”和“内容型关系”，想要在微博世界获得话语权和影响力，就必须与其他微博进行良好的互动。在集群化政务微博体系中，发布厅带头政务微博快速发展，创新政务微博发展模式，不断突破发展瓶颈，而其他机构政务微博以领头型政务微博为引导，形成自身发展特色，通过以点带面的方式建设多点辐射型政务微博关系群。

5. 政务微博成舆情回应第一平台，从问政到行政

据新华社和武汉大学互联网科学研究中心每月城市网络舆情数据统计，2013年1月至8月，华东地区的每个省份平均舆情事件发生率为5.57%，而全国各省舆情事件平均发生率为4.32%，显然，经济发展的领先、网络的高普及率使得华东地区民众曝光不合理社会现象的意识、行为以及曝光渠道增强增多，使华东地区舆情事件发生率高于全国平均水平。

国家总理李克强在国务院廉政工作会议上谈及微博时代政务公开的重要性，以及“政务微博”关键词进入政府工作报告，可以看出，中央和地方政府对政务微博的日益重视。而政务微博已走过四个年头，在官民沟通方面成绩斐然。因此部分空壳微博在时代的洪流中，在优秀政务微博的带动下，应改变观念，重新拾取话语权，提高管理运营政务微博的能力和积极性。而华东地区政务微博已经形成一定规模，较好地利用了舆论话语权以及社交媒体，率先意识到政务微博会成为政府回应事件的最大舞台、最便捷平台、最大声贝的扩音器。

来源：武汉大学互联网科学研究中心《华东地区政务微博白皮书》