

2011 年中国互联网舆情分析 报告

(2011 年 12 月)

祝华新 单学刚 胡江春
2011 年 12 月

目录

一	年度 20 件网络热点事件和年度网络流行语	3
	(一) 2011 年网络热点事件	3
	(二) 网络流行语	5
二	网络言论载体的新变化	6
	(一) 微博大行其道	6
	(二) 社交网站 (SNS) 的社会动员潜力	7
	(三) 论坛/BBS 丧失网络舆论“霸主”地位	7
	(四) 移动互联崭露头角	8
	(五) 博客不温不火, 轻博客夹缝求生	8
三	从网络舆情看社会矛盾的新发展	9
	(一) 社会各阶层上网“喊话”	9
	(二) 政府公信力少, 社会争论就多	10
	(三) 社会诚信成年度最热议话题	10
	(四) 社会矛盾对抗性在网上网下都有所增强	11
	(五) 经济形势严峻, 导致热点事件爆发的地区差异缩小	11
四	政府舆论危机应对与社会管理创新	12
	(一) 互联网的“倒逼”机制	12
	(二) 提升政府的舆情理念和媒体素养	12
	(三) 政务微博扩展官民互动空间	12
	(四) 构建“网上统一战线”, 与社会“自组织”力量合作	13
五	网络舆论生态治理	13
	(一) “微博辟谣”, 健全网络舆论对冲机制	14
	(二) 鼓励网络人群分流、议题分化	14
	(三) 鼓励不同阶层的人群上网自由讨论	15
	(四) 记者的“自媒体”账户管理	15
	(五) 把网络舆论能量引向制度化参与	16
六	2012 年网络舆情展望	16
	(一) 微博客达到巅峰, 部分网友回归 BBS 和博客	16
	(二) 网上社交娱乐更加广泛, 移动互联助力发展	16
	(三) 传统媒体发展变革, 全媒体时代加速到来	17
	(四) 网络问政持续推进, 舆情热点继续升温	17

摘要：2011 年，以动车事故为契机，更多社会群体登上网络舆论平台，对政府的公共治理提出审视和监督。“微博打拐”和小学生“免费午餐”在民间和政府的良好配合下推进，展示了依托于互联网的民间“自组织”力量的成长，以及政府的包容。随着微博客的舆论能量爆发，政府在动车事故后加强了管理，网络舆论的力度趋于平缓。

关键词：微博客 网络舆论 网络热点

2011 年 10 月 13 日在中国互联网发展史上留下浓重的一笔。这一天，国家互联网信息办公室召开“积极运用微博客服务社会经验交流会”。此前，微博客网站一直没有获得政府颁发的正式运营牌照，均属于“测试版”。在郭美美与红十字会风波、温州动车事故中，微博客骤然爆发的舆论能量，引起了政府有关部门的忧虑，网上甚至出现了微博客还能存活多久的议论。此次会议虽没有允诺微博客的运营资质“转正”，但肯定了境内 50 余家微博客网站的积极作用，希望党政机关和党政领导干部“以更加开放自信的态度”，开设微博客、用好微博客。一批政府机构、大型企业、专家学者也在会上介绍了使用微博客的经验。这表明政府经过长久考虑，对于微博客的利弊得失，得出了初步结论，对互联网的建设和发展继续坚持“积极利用、科学发展、依法管理、确保安全”的基本方针。

互联网是把双刃剑，有利有弊，但显然利大于弊。刚刚迎来 90 周年华诞的中国共产党，对于以微博客为代表的网络舆论，采取了倾听和包容的态度，对网上经常传出的刺耳杂音也表现出可管可控的自信。这样的认知和姿态，对今后一个时期网络舆论的健康发展具有深远的意义。

一 年度 20 件网络热点事件和年度网络流行语

截至 2011 年 6 月，中国网民规模达到 4.85 亿人，网民每人每天平均上网时间 2.7 小时，表明互联网已经成为覆盖率仅次于电视的大众传媒。中国的互联网普及率攀升至 36.2%^①，持续高于世界平均水平，但与美、英、日、韩等国（均超过 70%）相比并不算十分突出。而中国网络舆论场的强度，放眼全世界也找不出第二家。2011 年网络舆论力度骤然增强，上网“发声”的阶层更为广泛，网民自觉、持续、高度警觉地关注着中国现实社会的各种热点事件。特别是“7·23”动车追尾事故和郭美美事件，这两大网络热点，引发网上网下人声鼎沸，大概只有 2003 年孙志刚案和 2009 年邓玉娇案件可以媲美。

（一）2011 年网络热点事件

2011 年热点事件，主要涉及对突发公共事件的“围观”、公权力监督、公民权利保护、社会公德伸张等一系列社会深层矛盾，以及民众敏感的、容易受伤的社会心理，体现了中国网民积极的社会参与意识，特别是对社会公正的强烈渴望。

^① 中国互联网络信息中心：第 28 次中国互联网发展状况统计，2011。

由于微博用户人数快速上升，经常聚焦于时事内容，2011 年的网络贴文数量大大高于往年，从表 1 也可以看出，事件热度在很大程度上取决于微博发帖数量。

表 1 2011 年度 20 件网络热点事件

序号	事件	天涯社区	凯迪论坛	强国论坛	新浪微博	腾讯微博	合计
1	7·23 动车追尾	7288	1849	1348	2823515	6842000	9676000
2	佛山小悦悦事件	351532	2114	1563	4501634	2881871	7738714
3	日本 9.0 级地震	131616	4908	851	3804683	3546262	7488320
4	郭美美事件	5799	2348	2973	3832538	3500651	7344309
5	深圳大运会	1640	796	643	2006881	5135881	7145841
6	利比亚政局	7468	10003	26708	3384789	3185887	6614855
7	药家鑫案	35476	4651	11688	1862120	2112162	4026097
8	乔布斯去世	7552	171	951	2864872	588667	3462213
9	上海地铁追尾	2883	228	330	1629631	568649	2201721
10	各地房产限购	3633	2054	3273	1534204	647099	2190263
11	抢盐风波	38961	870	704	691650	1204947	1937132
12	免费午餐计划	3867	844	381	969750	381358	1356200
13	李娜法网夺冠	2071	261	1054	285161	974071	1262618
14	神舟八号发射升空	1057	30	394	52562	833042	887085
15	钱云会案	295747	1054	3025	512894	12238	824958
16	故宫失窃系列事件	3071	39	2541	476694	178956	661301
17	上海染色馒头事件	990	601	592	239955	340967	583105
18	刘志军贪腐案	865	808	256	381473	180368	563770
19	双汇瘦肉精	1530	79	677	177170	377005	556461
20	微博打拐	213	202	309	292877	131615	425216

说明：（1）舆情热点一般指的是较为具体的事件。对于庞大且笼统的事件，也只选取其中具体事件。

（2）以上数据中，天涯社区、凯迪社区、强国社区为主帖数，新浪微博和腾讯微博为主贴和转帖总和。

（3）此数据通过设置多个关键字多途径、全文搜索得出统计结果，存在一定的误差。

（4）随着网络热点事件的发展，有可能衍生出网络新词，存在一些帖子并不是讨论该事件本身而是引用网络新词的状况，这里也一并计入。

（5）以上数字不包含已被社区管理员从根目录彻底删除的帖子，但包括删除后还存在“快照”的帖子。

（6）20 件事的时间跨度从 2010 年 11 月 9 日始，统计数据截至 2011 年 11 月 9 日 24 时。

位居前五名的网络热点事件中，有 3 件为国内事件，1 件为国际事件，1 件为中外交流事件（深圳大运会）。同时，前十名中有 3 件国际事件。由此可以看出，中国网民的视野日益开阔，更加国际化。

在 20 大热点事件中，帖子超过 50 万条的热点事件有 19 项，其中发帖超过 100 万条的事件有 13 项，超过 500 万条的有 6 项（见表 1）。而 2010 年，在统计口径基本一致的情况下，在 20 大热点事件中，帖子超过 5 万条的热点事件有 13 项，其中超过 10 万条的事件有 7 项，超过 100 万条的仅 2 项。由此可见，对热点事件发表看法的网友人次大幅增加。

（二）网络流行语

与往年相比，2011 年的网络流行语以各种极短时间内被高频复制的文体见长，它们与新闻事件、社会现象及电影、娱乐节目等紧密相连。网友往往借题发挥，或围观起哄，或针砭时弊，或宣泄内心压力，在原文本的基础上创造出更为丰富的内涵。网络流行语是感知和研判国民心态的坐标。这里分析其中有代表性的几种网络流行语。

1. 淘宝体

最初见于淘宝网卖家对商品的描述，因其“亲切又腻歪”的语言魅力和情感粘度在网上走红。2011 年 7 月，南京理工大学向录取学生发送“淘宝体”录取短信：“亲，祝贺你哦！你被我们学校录取了哦！亲，9 月 2 号报到哦！录取通知书明天‘发货’哦！亲，全 5 分哦！给好评哦！”。7 月 8 日，上海徐汇警方的“淘宝体”逃犯通缉令引起网友浓厚兴趣。8 月 10 日，郑州市交巡警将“淘宝体”用于交通安全宣传。

与其他网络流行体爆红后逐渐降温相比，“淘宝体”表现出顽强的生命力。在人际关系脆弱和社会整体诚信度下降的情况下，人们通过这样亲切的言语来释放内心的焦虑，获取某些真实的温情。

2. 撑腰体

佛山 2 岁女孩小悦悦被碾压、18 名路人“视而不见”事件曝光后，网络上出现这样一条微博：“北大副校长：‘你是北大人，看到老人摔倒了你就去扶。他要是讹你，北大法律系给你提供法律援助，要是败诉了，北大替你赔偿！’”网友据此演绎出各种版本，“撑腰体”迅速走红网络。“撑腰体”走红，反映出中国社会在小悦悦事件中刺心的道德痛感。网民呼唤人性与良知的回归，呼唤法律和公众为道德撑腰。提示人们社会不缺向善的渴望，缺少的是如何为良善提供有力的后援。

3. 拼爹

自从 2010 年河北大学交通肇事案中出现肇事者称“我爸是李刚”，2011 年又出现了“我爸是局长”、“我爸是科长”等类似言论。有网友将近年来 4 个热点事件中的李双江、李刚、王军、卢俊卿并列为“四大名爹”。连《人民日报》也郑重发文探讨“拼爹”现象。“拼爹”流行，让父爱蒙尘，“爸爸”被物化成人际交往的资本、人生进阶的工具。“拼爹”背后是社会流动的停滞、底层社会缺乏向上流动的通道，是机会均等和社会公正的缺失。

4. hold 住

2011 年 8 月 9 日，台湾电视综艺节目《大学生了没》中，一位名叫 Miss Lin 的女士以搞笑的妆容、做作的英语和丰富的肢体表演，逗乐了现场观众。表演结

束时，她自信地说了一句：“就算我搞错 party，整个场面我要 Hold 住！”她被网友称为“hold 住姐”，7 分钟的表演视频上网仅 11 天，点击率就突破 100 万次。在英语中，“Hold”有抱、坚持、握住、掌控的意思。“Hold 住”就是指面对各种情况都要稳住、淡定，从容大气地应对一切，也有给力、加油的意思。

5. 高铁体

动车追尾事故发生后，7 月 24 日晚铁道部新闻发言人在新闻发布会上被问到“为何救援宣告结束后仍发现一名生还儿童”时，称“这只能说是生命的奇迹”，被问到为何要掩埋车头时，称“至于你信不信，我反正信了”。这些发言引起了网友对铁道部动车事故善后处置的质疑和愤怒，网友借“高铁体”广泛造句，表达对突发事件信息不公开的抱怨特别是对政府公信力的质疑。

6. 蓝精灵体

动画片《蓝精灵》25 年前首次来到中国，成为一代人的童年记忆。2011 年 8 月，《蓝精灵》3D 大片登录中国院线，引发网友“集体怀旧”的同时，在各大论坛和微博上出现了改编“蓝精灵体”主题歌热，或“吐槽”、“晒苦”，或“调侃”、“幽默”。如加班版“蓝精灵体”唱到：“在那公司里面楼梯旁边有一群加班帝，他们热情又痴迷，他们敏捷又仔细。他们十几小时加班加点考验着身体，他们每月工资菲薄不给力。”这些歌词创作和传播群体，大多是“80 后”、“70 后”，一群三十而立、自认社会压力最大的人表示，“既有儿时温暖的回忆，又共鸣了当下的心情”。

7. 咆哮体

2011 年 3 月间，“咆哮体”迅速在网络走红。“它没有固定的格式或内容，就是带许多感叹号的字、词或者句子，还有伤不起、有木有（有没有），感觉有人在你耳边“咆哮”，畅快淋漓地表达了自己的情感。网上还出现了各种各样的咆哮体生成器。如音频版咆哮体、视频版咆哮体，通常大声呼喊“有木有”，并配上凌乱的字幕。尽管“咆哮体”文字在视觉上有冲击力，但其实攻击性并不强，更多是网友乐观自嘲的表现，属于集体狂欢式的宣泄和娱乐，是对生活苦痛的减压。

二 网络言论载体的新变化

近年来，中国互联网业界出现了自 2000 年以来的又一个发展时期，一大批互联网公司在美国上市。资本市场的强劲介入，有力地推动了网络舆论载体和传播方式的变化。另外，社会转型期各种矛盾在积累和叠加，互联网成为社会压力的“出气口”，各种表达利益诉求者、维权者、爆料者都被逼上网“发声”，以期引发大众关注和政府介入，呈现舆论压力超过法律威慑力的局面。2011 年网络舆论载体，延续了微博影响力持续壮大、论坛、博客、新闻跟帖日渐式微的局面，不过也有些新的动向。

（一）微博大行其道

过去两年间，微博极大地影响着中国互联网舆论的广度和深度。精英与草根同台，草根的诉求一经名人转发，便能成为舆论热点；媒体和记者纷纷开通微博

账户，在这里找到第二“发声”通道和与受众的互动平台；商业机构尝试“微博营销”；政府组织也开始借助微博平台，塑造亲民形象，倾听民意。

2011 年的微博延续了强劲增长的势头，用户数量从 2010 年底的 6311 万剧增至 2011 年 6 月底的 1.95 亿（现已突破 2 亿个），成为用户增长最快的互联网应用模式。连江西抚州“5·26”爆炸案肇事者也了解微博的威力，一口气在新浪网、腾讯网、凤凰网和天涯社区开通了 4 家微博客，倾诉自己的遭遇。

除新浪、腾讯、搜狐、网易四大门户之外，人民网、新华社、央视等新闻媒体以及天涯、Tom 等社交媒体也推出了自己的微博，“百度 i 吧”、“google+”也都具有微博性质，甚至一些地方性、行业性门户网站也都顺势推出了自己的微博平台。目前微博平台以新浪、腾讯两家独大，注册用户分别都突破 2 亿个。不过，实时冲动型的“微博直播”，因缺少审核和沉淀而容易让似是而非的流言传布，让某种剑走偏锋的情绪蔓延，因此，微薄的公信力经常受到质疑。

（二）社交网站（SNS）的社会动员潜力

社交网站（SNS）允许用户创造个人页面，列出好友名单和自由发表评论。在中国，人人网、占座网、海内网、蚂蚁网、一起网、开心网、360 圈等 SNS 网站大量涌现。人人网 2011 年 5 月登陆美国纽约证券交易所，成为全球首家上市的社交网站。社交网站具有大众传播和私人通信的双重特性，信息只在个人圈子里流转，具有较强的私密性，不便于站方和政府部门监管。因此，在突发事件当中，在其他开放式传播的站点中屏蔽相关信息后，社交网站将成为信息的主要传播阵地。

2011 年，从英国伦敦大骚乱、美国“占领华尔街”运动，到西亚北非“茉莉花运动”，社会化媒体都起到了某种社会动员的作用。在国内，这种现象同样存在。2011 年 5 月 30 日，因为对传言牧民因抗议煤矿开采而殒命一事的不满，呼和浩特市发生街头骚乱，各网站对此事件的贴文进行了屏蔽，但大量的信息还是出现在社交网站人人网上。在大连 PX“集体散步”事件中，相关信息也在其他网站和搜索引擎被严格管控，却在社交网站中得到了广泛传播。

（三）论坛/BBS 丧失网络舆论“霸主”地位

微博客的兴起首先冲击了前些年论坛/BBS 在网络舆论中的“霸主”地位。这是因为，在微博时代，网友信息表达和阅读趋于碎片化；同时，论坛管理也过于严苛，而微博把关的尺度相对宽松。微博成为网络事件的重要发源地和最抢风头的舆论发酵平台。爆料信息从论坛/BBS 转入微博平台后，爆料出处逐渐模糊。2011 年 10 月发生在湄公河的中国船员遇害事件，国内最先是由网友在天涯社区爆料，事件披露后，微博上大量相关的信息涌入，事件当事人也通过微博发布信息，而天涯社区最先披露这一事实则在媒体报道中被“忽略”。一直喜欢在论坛上寻找新闻线索的传统媒体记者，也开始从各大论坛转入微博。

论坛/BBS 的“意见领袖”继续大规模流失，不少人转战微博，或退守个人博客，或前进到境外的“推特”（Twitter）。原创性思想性贴文的减少，使得包括天涯社区在内的一些资深论坛上的贴文的“含金量”下降，与“口水化”的草根新闻跟帖趋同。

比较而言，地区性 BBS 并不太悲观，凭借独特的地方内容特色，以及对同城

社交资源的整合能力，在一定程度避免了微博的冲击。而诸如户外运动和旅游、摄影这样的专业小众论坛，由于其专业性和小众圈子的粘合度，基本上未受到微博的冲击。

当人们需要对某个热点事件做出全面、深入、理性的了解和分析时，论坛/BBS 仍然有着不可替代的作用。论坛/BBS 所具备的整合、分类、深度挖掘等优势，能对纷繁杂乱的舆论进行梳理和价值导向，信息实效性虽不如微博，但沟通的有效性较高。

（四）移动互联崭露头角

中国手机网民规模为 3.18 亿人，在网民中的比例高达 65.5%^①，可以随时随地上网发布和浏览信息、发表和分享意见。无线上网便于人民利用碎片化的时间参与舆情讨论，而且还可以帮助城镇低收入人群以及农民工加入网络舆论场。

伴随移动互联时代到来，借助移动终端和网络互动社区，随时、随地、随人的“公民报道”成为可能，正在深刻改变社会舆论的生成机制。尤其在突发公共事件中，在官民冲突、警民冲突、城管与摊贩冲突、交通事故乃至群体性事件现场，任何一个在场的人都可能一转身，上网发送文字、图片、视频，给政府的事件处置及舆情应对带来挑战。

2011 年出现的“随手拍”活动，把移动互联的功效发挥得较为充分。春节期间，微博发起“随手拍解救乞讨儿童”活动。随后，网上出现了“随手拍解救大龄女青年”等活动，接着，又有网友发起“随手拍政府大楼”的活动。

移动终端在突发事件“现场直播”的优势，也让其他媒体望尘莫及。以“7·23”动车事故为例，7 月 23 日 20 时 34 分发生追尾，21 时 01 分 D3115 次动车乘客“Sam 是我”发出第一条微博：“童鞋们快救救偶吧!!! 偶所乘坐的 D3115 次动车出轨叻!!! 偶被困在近温州南的半路上叻!!”直到 23 点 22 分，该网友微博报平安：“我已安全撤离事故区到达安全地，谢谢大家的关心……希望在事故现场还生还的旅客多保重!!! 伤者要坚持住!!!”

在上海“9·27”地铁追尾事件中，交通管理部门和救援人员利用手机传播现场信息，赢得了公众的信任，未给谣言留下生存空间。上海申通地铁集团在第一时间致歉的诚恳态度、较强的舆情应对能力，其官方微博“上海地铁”（粉丝 112 万人^②）及时的信息通报，受到了公众认可，给事故的善后处理解决营造了良好的舆论环境。

（五）博客不温不火，轻博客夹缝求生

前几年互联网界踌躇满志地宣称，让上亿人写博客。随着微博的迅猛发展，不免让人感觉博客“未老先衰”。但是，有数据表明博客依然不温不火的在自己的轨道上运行，其关注度并未出现大规模下滑。在各类网络应用中，博客/个人空间的使用率为 65.5%，远高于微博 40.2%的使用率^③。这说明经过几年的发展，博客已经逐渐形成了稳定的形式及受众群体。当微博火热吸引众人眼球时，博客却回归了其作为个人空间的本色。在博客中，超短篇幅的博文和哗众取宠的“标

^① 中国互联网络信息中心：第 28 次中国互联网发展状况统计，2011。

^② 如未特别说明，本报告所说的均指新浪微博的粉丝。

^③ 中国互联网络信息中心：第 28 次中国互联网发展状况统计，2011。

题党”少了，个人心情的描绘多了，理性思维多了，博客在平静中实现着去杂存真，信息深度日益提高。

博客的亮点，首先在于一些“公共知识分子”拒绝微博的碎片化写作。比如对于网络热点话题，不少网友形成一个习惯，登录著名博客，看看博主们是怎么说的。其次，一些特定专业领域的民间观察家的博客积累了相当的人气。最典型的是在财经领域，博客一直保持着高于微博的热度；科技、医疗等等领域的专业博客也未受到微博热浪的影响。再次，对于较为年轻的网民来说，QQ 空间因为与 QQ 聊天软件高度粘合，私密性和娱乐性较强，在博客类网站中用户群高居榜首。

一个新的迹象是各大微博站点都与自己旗下的博客打通，用户在博客发表博文，就会简洁地显示到微博平台之上。由于微博限定在 140 字以内，在一些问题上很难用如此短的文字分析情况、总结观点，因而聪明的网友们在微博简明扼要的叙述事件、亮明观点，然后在博客进行详细阐释。微博成了博客的招牌，而博客和文字图片工具成了微博展示长文的重要手段。微博反哺了博客人气。

2011 年，“轻博客”开始活跃。有人打比方说：博客像一书籍，微博则是一张报纸，“书籍”充满智慧却太旧，“报纸”满是新意却还浅薄，能否有一个既有表达力和专业性，又简单便捷的社交工具呢？于是有人想到了“杂志”的比喻，而这种“杂志”就是轻博客。它既可以像博客般长篇大论，又可以像微博将新锐观点传播到四面八方，同时也融合了时下的各种互联网技术应用，包括图片、视频以及各种优化工具。轻博客站点“点点”在半年间吸引了 100 多万用户，新浪、网易等商业门户网站也适时建起了自己的轻博客。但从目前看，轻博客还不可能取代微博。

三 从网络舆情看社会矛盾的新发展

2011 年的中国互联网舆情，在层出不穷的突发事件和某些看似“躺着也中枪”的偶然遭遇中，触及了现阶段资源配置、利益分配、廉政、城乡融合、民众政治参与等社会深层问题。能不能较好地协调和处理各种利益冲突，是我国面临的一个重大的现实课题和最紧迫的任务。

（一）社会各阶层上网“喊话”

在网络媒体越来越发达的“大众麦克风”时代，公众的话语权实现了空前的普及，社会各阶层都已经习惯于在网上“喊话”、表达个人观点。一些社会事件一旦上网曝光，网络舆论就成为事件发展的最重要推手。

现阶段行政监督机制低效，法律作为利益调节的底线保障也时有失灵，传统媒体舆论监督功能弱化，新闻的“异地监督”受到遏制，互联网也就成了弱势群体表达利益诉求的几乎唯一顺畅通道。一人爆料维权，众人“围观”，互联网成为弱势群体展示伤痕和互相取暖的地方，也经常变成倾泻“仇官”、“仇富”等负面情绪的“垃圾箱”。

传统的“公共知识分子”借助互联网频繁发言，关注时事政治，热衷于“观念启蒙”，延展其影响力。在网上表达观点，博得共鸣，从而延展其影响力。

“公共知识分子”在网上发言时十分自信甚至自负，但对社会的冲击力其实有限，如把微博视为异己反对力量的大本营，这显然是误判。

动车追尾事故成为一个契机，推动中等收入阶层集体登上网络舆论平台。这个阶层过去一般不介入时政议题。但往年的职业病、矿难等热点事件伤害的都是低收入群体而此次动车事故却伤害到中等收入阶层，不仅因为他们是动车乘客的主体，也因为铁道部为急于恢复通车而出现严重的事故处置不当，侵犯到中产阶层为代表的社会主流人群的安全感和尊严。

以演艺明星为代表，中等收入阶层变得激动起来。在“7·23”动车事故中，一些演艺明星的舆论影响力，整体超过传统的学者、作家群。中产阶层对公权的质疑和离心倾向，值得为政者警思。

高收入阶层，如一些房地产商人、投资家等，也在网上十分活跃，其微博粉丝都在百万以上。他们虽不像“公共知识分子”那样具有完整的政治诉求，却是很多公共议题的热心参与者，以成功人士的身份诠释和强化现代价值观、情感，对年轻一代网民有很强的人格感染力。

2011年连一些官方背景人士和机构也找到互联网“发声”，试图推动解决体制内难以处理的问题。10月，网友“御史在途”（湖南省纪委干部）微博叫板长沙县领导。11月11日，工业和信息化部主管的《人民邮电报》和其官方微博共同发声，反驳中央台对中国电信、中国联通涉嫌价格垄断的报道是“混淆视听，误导公众。”

（二）政府公信力少，社会争论就多

2011年11月初，网友爆料，美国驻华大使馆的监测站显示北京空气污染已达“危险”水平，但北京市环保局同期数据显示，北京的空气污染水平为“三级轻微污染”，双方数据的巨大反差引发各方争议。孰是孰非是个很专业的问题，姑且不论，但从网上舆论的倾向性看，美国使馆的数据得到了更多网民的认同。

在温州钱云会非正常死亡案中，尽管目前完整的证据链支持这是一场集中了太多巧合的交通事故，但多数网民就是不相信。在目前官民关系紧张的大背景下，钱云会案被网民“合理想象”和无限放大，成为草根民众维权无望和基层政权“黑恶化”的标本。这样的妖魔化印象不消除，对基层官民关系将起到恶劣的示范效应。此案也有一个亮点，就是温州地方政府包容一些知名网友组成“公民调查团”进村实地考察。虽然网友调查对此案还留有诸多疑点，但无一人公开支持网上的基层干部涉黑谋杀假说。

在突发事件中，网民渴求真相、“全民侦探”，与一些政府部门试图掩盖真相的拉锯战，远没有结束。在一些地方，政府信息不公开依然是常态，公开是例外。近年来年轻干部晋升，即使被证明符合组织程序，也一再受到网民质疑。浙江省委组织部长在微博上感慨，政府部门陷入“塔西佗陷阱”的尴尬，即“一旦失去公信力，无论说真话还是假话，做好事还是坏事，都会被认为是说假话、做坏事。”修复和提振政府的公信力，是舆情应对的关键。

（三）社会诚信成年度最热议话题

2011年，由郭美美事件引发的红十字会形象危机，小悦悦事件引发的社会冷漠之争，一次又一次地击穿了社会伦理道德。

“郭美美 Baby”以“红十字会商业总经理”的微博炫富，引爆了公众对官办慈善组织的质疑和深深失望。本来在微博，转发数通常高于评论数，因为转发用鼠标即可，评论则需敲击键盘。但在中国红十字会官方微博，发布红十字会秘书长答博友问时，转发数 4.5 万次，评论数高达 23.6 万条。

小悦悦的街头惨祸，更是震惊了全国。截止到 11 月 10 日，仅新浪微博相关贴文，在事发不到一个月内就突破了 450 万条，而 2010 年很多热点事件的微博才几十万条。

近年来，三鹿“毒奶粉”事件、双汇“瘦肉精”事件、上海“染色馒头”事件、唐骏学历“造假门”，以及街头扶老人被讹诈的案例频出，各个领域诚信危机现象愈演愈烈。人民网舆情监测室 2011 年 9 月发布的一项“舆论信心指数”调查表明：面对是否扶摔倒老人的话题，多数受访者表示自己会扶起跌倒老人，但对于是否鼓励自己的孩子扶起老人，却表现得消极迟疑，而对于社会诚信的整体印象，受访者也是非常不乐观。

（四）社会矛盾对抗性在网上网下都有所增强

2011 年，在一些地方，社会矛盾的对抗性加剧，从县域到省城，一个小小的摩擦，如车辆剐蹭，甚至一则谣言，都可能导致街头瞬间的民众聚集。整个社会的容忍度和包容度下降。大连 PX 项目引发群体聚集和临沂“陈光诚事件”引发探访热潮，表明公民对公共事务的关注开始溢出互联网，成为现实社会的某种行为艺术，以“集体散步”、“集体游行”等方式，向政府表达民众诉求。5 月 26 日发生的抚州爆炸案，则标志着近年来的民众维权到了某个“拐点”，从被强拆的业主龚福珍自焚、农民工职业病患者“开胸验肺”，民众选择了玉石俱焚的暴力表达。

这种对抗性的加剧，在网络虚拟社会中也有体现。热点事件中，网络舆论的“标签化”情况越来越严重。比如在药家鑫杀人案审理过程中，由于其父曾是部队派驻军工企业的军代表，因而他被贴上“官二代”、“军二代”的标签，网民唯恐药父干预司法，因而不分青红皂白对其进行咒骂，甚至扬言“药家鑫与法律，药家鑫与中国，只能活一个！”

在现阶段，总体来看，社会矛盾的激化，还不具备社会全面对抗性质。对于往下的过激行动乃至暴力表达，必须依法管理；另外，政府不能罔顾网络汹汹民意，或麻木不仁或一味打压而不正面回应，基层政府需要表现出政治家的气度胸怀和远见卓识。

（五）经济形势严峻，导致热点事件爆发的地区差异缩小

2011 年，热点事件爆发的地区差异有所缩小。一方面，中西部地区的热点事件仍然频出；另一方面，在经济最发达的广东省，6 月份在不到半个月之内接连发生了“潮安事件”和“增城事件”两起震惊全国的重大群体事件，浙江省湖州市织里镇也在 10 月底发生了暴力抗税事件。

传统上，东南沿海地区经济相对发达，人民生活水平较高，政府公共治理的理念和技巧也较先进，很多问题能都被及早发现、妥善处置。但是，2011 年以来，受国际经济大环境的影响，国内的经济形势也趋于严峻，通货膨胀加剧，就业形势吃紧，导致发达地区的弱势群体，特别是外来务工人员基本生活困难，外

来民工不能享受本地经济发展的成果，与本地人及政府的矛盾激化，从而极易引发大规模的社会事件。在网络上，这些事件也具备广泛的传播力和一定的传染性，打破地域限制，影响全社会的舆论环境。

四 政府舆论危机应对与社会管理创新

（一）互联网的“倒逼”机制

中央提出社会管理创新，要以解决“影响社会和谐稳定突出问题”为突破口，网络舆论就是检测和研判这些“突出问题”最新鲜、最丰富的信息源，借助互联网唤醒和激活我们的体制机制，改进公共治理，撬动民间社会，促进官民沟通，是当前成本最小、风险最低的政治体制改革举措。^①

改革开放以来，互联网作为个人、民间组织之外的第三种社会力量，改变着传统的“强政府弱社会”格局，尤其是日益发展的微博，已经成为倒逼政府转型的最大社会推手。2011年9月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于深化政务公开加强政务服务的意见》，要求抓好重大突发事件和群众关注热点问题的公开，客观公布事件进展、政府举措、公众防范措施和调查处理结果，及时回应社会关切。这表明，中央对重大事故的态度是不包庇、不隐瞒，要让社会关心的问题得到正面的回应，而绝对不是让社会上出现的批评声音沉没下去。

（二）提升政府的舆情理念和媒体素养

近年来，政府在突发事件应对和舆论危机管理方面的最大进步，就是逐步认同了一个观念，即事件处置第一位，舆论引导第二位。在突发事件中，媒体和互联网既不是事件的起点，也不是终点，诚恳回应民众利益诉求是根本。以“7·23”动车追尾事故为例，如果说出现了公共危机，那么第一责任人就是铁道部，其事故处理不当是根本，其次才是检讨媒体、互联网的管理和“舆论引导”的问题。

公共治理，说到底政府超然于不同利益群体之上，以公开、公平、公正为准则，妥善进行资源配置和利益分配，化解社会矛盾。对于转型期错综复杂的“问题”，既要弄清“怎么看”，更要明确“怎么办”。“怎么看”是舆论引导，“怎么办”就是解决问题。“怎么看”固然重要，但“怎么办”更为关键。处理热点事件，不能过度依赖“通稿”式文宣和灌输式“舆论导向”，而需多个部门携手联动，解决实际问题，化解现实矛盾。

目前多数政府部门遭遇突发事件和舆论质问时，已经习惯于双管齐下：一边对媒体报道和互联网舆论“灭火”和“造势”，一边迅速解决舆论关切的实际问题，安抚当事人，甚至在事发24小时内即对不当作为的官员“问责”。

（三）政务微博扩展官民互动空间

从2010年起党政机关和企事业单位纷纷开设机构微博，2011年，政务微博

^① 祝华新：《网络舆论倒逼中国改革》，《中国改革杂志》2011年第10期。

的发展“提速”，不仅数量大幅增长，而且在微博使用能力和技巧上也有了长足的进步。本来微博属于网友个人发布信息和意见的“自媒体”，政府和领导干部把它变成了“网上机关报”，一种与民众互动的“公媒体”，把党的“群众路线”延伸到互联网。到9月，仅在新浪网上，就有超过12000个政务微博，覆盖大陆所有省级行政区域。

在政务微博中，公安微博最为活跃。据公安部9月26日在北京召开的公安微博研讨会统计，各级公安机关在新浪网、腾讯网开设的政务微博已经有4000多个，经过认证的民警个人工作微博则有5000多个。北京市公安局的“平安北京”微博开通一年来，已收到网友评论留言超过18万多条，广东省公安厅微博关注者已突破440万人。在地域分布上，则逐渐呈“百家争鸣”之势。东南沿海地区的机构微博继续活跃，浙江省市县三级组织部门已全部开通官方微博，南京市政府出台文件要求，“对于灾难性、突发性事件，要在事件发生后一小时内或获得信息的第一时间，进行微博发布”，山东菏泽牡丹区21个乡镇和34个区直单位集体在微博上实名亮相，开创县级政区整体开设官方微博群与民众互动的先河。在中西部地区，机构微博也屡出新意，宁夏银川120余个政府机构集体入驻新浪微博，因银川政务微博反应迅速、处理及时，有网友赞其为“史上最有爱、效率最高的政务微博”。

（四）构建“网上统一战线”，与社会“自组织”力量合作

如果说政府已经习惯与市场经济背景下的“新社会阶层”（非公有制经济人士和自由择业知识分子）合作，那么，在互联网“大众麦克风时代”，政府还得习惯与一个对公共治理“指手画脚”、“说三道四”的“新意见阶层”共处，构建“网上统一战线”。

2011年，依托于互联网，知名学者、记者等发起两场声势浩大的“微公益”活动，均得到政府的积极回应。一是“随手拍解救儿童”活动。该活动的微博1月开通，到11月已累计发布各类信息近6000条。公安部对此作出了积极回应，各级公安机关对网友发布的信息进行核实和处理，随后公安部启动全国范围内的打拐专项行动，实现了网友微博与警务微博、网络线索与线下出警的互动。二是为小学生提供“免费午餐”的网络公益项目，该项目现已为百所小学两万名孩子提供了午餐。10月26日，国务院常务会议决定，从2011年秋季学期起，启动实施农村义务教育学生营养改善计划。中央财政为680个县（市）约2600万在校生，按照每天3元的标准，提供营养膳食补助。

网络“意见领袖”和社会“自组织力量”在传统体制的缝隙中成长，得到了政府的包容和回应。虽然有些时候，他们的声音与政府不尽一致，但总体上看，他们是政府的重要合作伙伴。无论是眼前的“维稳”，还是长远的“公民社会”建设，政府需要与他们联手，一起来解决中国复杂的社会问题。

五 网络舆论生态治理

政府依法管理互联网，禁止网上黄赌毒泛滥，规范和打击网络“水军”，堵

截恐怖势力借新媒体兴风作乱，积累了丰富的经验，也留下了一些值得总结的思考。一个核心问题是，不断强化政府的行政管理职能，让政府扮演全知全能的网络警察角色，以“有形的手”强力扑杀网上各种“有害信息”，还是充分最终网络传播规律，更多地以“无形的手”调节网络舆论生态，发挥互联网的自我净化的功能，推动网民在网络社区实现“自律”和“自治”。总的来说，在互联网舆论方面，单一威权手段更容易激起网民的抵触心理。对于“未知超过已知”的互联网，更需要找到自身的制衡力量。

（一）“微博辟谣”，健全网络舆论对冲机制

互联网信息传播，能量越大，责任也越大。特别是在微博上，一些未经证实的传言、恶意炒作和谣言也传播开来。2011年，网上就出现了武侠小说家金庸的第二次“病故”、广州眼癌女婴的母亲闹市跪行救助、“宁可为妓、绝不为师”的杭州“西子可儿”、“南昌大桥数百人自杀”等谣言，给公众与社会和谐带来困扰。如何廓清意见表达和侵权等不法行为的边界，维系网上清明理性的讨论氛围，是一个值得探讨的问题。

针对这个问题，一些网站运营方、民间机构和专业人士已经行动起来，借助调查研究和专业知识，甄别网上流传信息，以微薄账户进行“辟谣”，为某些情绪化的舆论热点降温，让意气风发的“意见领袖”发声时多了一份谨慎。从积极的角度来看，网络舆论场应该形成这样的制衡和对冲机制。

5月18日，互联网成立了微薄“辟谣联盟”。此事在网上一直争议不断。支持者认为，微薄似乎已成为假新闻的最大滋生地，需要一个核实求证的力量存在。反对者则认为，“微薄辟谣”本身就是个伪命题，是用传统思维来框定新事物，总认为某一个人可以成为真相的把握者、揭示者，但是这种人是不存在的。在探寻的过程中，有的时候有一些偏差是非常合理的，不该用“辟谣”方式去阻塞、打击公民揭示真相的热情，否则将不利于揭示真相。更多的网友则希望，辟谣同时针对民间的“谣言”和某些政府部门掩盖真相的“谎言”，有时“谎言”恰恰是“谣言”赖以滋生的土壤。

新浪网在2011年岁末设立了“微博辟谣”官方账户，现已发布越250条辟谣信息，粉丝62万个。新浪辟谣小组每天收到的求证和举报信息过百条。忙的时候甚至需要30多个人同时共组。造谣者被证伪后将暂停发帖和“被关注”功能。

说到底，健康的网络舆论生态，有赖于提高网民的媒介素养和社会责任感。武侠小说家金庸两次“被死亡”谣言，发端于微博，也迅速消解于微博；日本地震后的中国抢盐风波中，微博成了辟谣的主力。可见，网民的自我管理、网络的自我净化功能发挥得好，有助于克服公权的缺位和越位。对政府来说，只有允许不同声音彼此竞争，才能让网络的自我净化机制效能最大化。

（二）鼓励网络人群分流、议题分化

微博的媒体特征和时政色彩过强，让网络舆论显得过于干燥，甚至带有某种火药味。在互联网特别是微博平台上，能否引导话题的均衡分布、张弛有度，是消减这种火药味的一个关键。应当在时政话题之外，增加日常生活和社会交往方面的内容，减少网络上的火药味和对抗性。

设法调节和改善网民的空间分布，倡导网友社群的多元化，也是消减网络舆论的火药味的重要途径。比如，包容和鼓励激进网友从某些封闭式的讨论圈子如“墙外”的微博客“推特”转身，回归国内公开的言论平台；在微博客的冲击下留住论坛/BBS 和个人博客网民，鼓励在思想文化层面深入探讨的 BBS 和博客原创帖文；鼓励微博多链接相关新闻报道和博客贴文，克服碎片化信息的局限性。另一个重要途径是，引学术文化之丰沃甘泉，灌溉文化土层相对贫瘠的互联网。鼓励学术界、出版界等传统文化精英更多地“触网”，给碎片化的网络信息和好勇斗狠的网络口水战，带来深厚的文化积淀。

网络科普也是培养国民科学理性的重要手段。民间科学传播公益团体“科学松鼠会”，相信科学对于普通大众来说，就像味道鲜美却又不方便吃的坚果，而他们要像松鼠一样，把科学坚果外层的硬壳剥掉，把味美的果肉献给大众。其圈子成员联手建立的科普博客，曾入围“2008 年全球华人部落格最佳博客奖”，其官方微博粉丝有 43 万人，在豆瓣网也设立了讨论组，还有一个关联网站“果壳网”。中国科学院则开设了科学传播门户“中国科普博览”微博，中国地震局主办了“中国地震科普网”微博，只是影响有待扩大。

（三）鼓励不同阶层的人群上网自由讨论

现阶段，网民约占全国人口的 1/3。其中，上网发帖、回帖的，占网民数的 31.7%，占全国总人口的 10.6%。也就是说，经常上网“发声”的，只有约一成的中国人；而近九成的中国人在网上是“无声”的。网民还带有偏向年轻、高学历、低收入、城镇人口的特征。

为促进网络舆论的健康发展和覆盖全社会的民主政治，需要鼓励不同的人群都上网，表达利益诉求，开展平等对话。目前中国社会的两极，中高层领导干部、中高收入人群普遍习惯于上网“看帖不回帖”，而农村留守人口“386199 部队”也缺少上网表达的机会。只有鼓励广泛协商对话，才能为社会去塞求通、活血化瘀。

实践证明，允许不同声音的充分表达和自由讨论，将有助于网络舆论的生态平和。

（四）记者的“自媒体”账户管理

面对网络“自媒体”的挑战，传统媒体顺应潮流，在博客特别是微博开通了官方账户，发布或预告传统媒体上刊登的内容，以及传统媒体上没有发表的新闻信息和评论。记者更是纷纷涌上微博，不仅为获取新闻线索，而且通过自身掌握的信息优势对外传播信息、发表观点，扩大自身影响力。由此带来了一个新的问题，即记者在“自媒体”上发言，不受传统媒体发稿一套严格的审核流程的制约，带有较大的主观随意性。目前一些经过实名认证、标注从业媒体的记者微博，虽然声明自己的言论与所在单位无关，但是受众通常不会把记者与其所在媒体截然分开。

一些体制内媒体着手研讨制定记者微博使用规范，基本思路是：标注媒体名称的记者微博，以及传统媒体的官方微博，需经过本单位备案同意，其所发表的言论应对所在媒体负责。

（五）把网络舆论能量引向制度化参与

2011年7月间，成都64岁退休老太胡丽天，从2003年开始报名参加省、市各类听证会23场，被网民称为“听证专业户”。然而，有细心网友调查统计了成都历次听证会的报名人数，发现胡丽天很有可能不是“政府的托儿”，而是听证会的感召力太小，以致参与者总是一群退休老年人。还有网友反思，老太太是“建设性的参与问题”，而网上有些人是“除了批评无所行动”。

2011年，一些草根百姓和知识分子在微博上宣布自荐参选人大代表，引起基层政府的担忧。但在云南曲靖市，市政府的官方微博“微博曲靖”，6月17日打破常规，发帖介绍本市一位自荐参选的市民蔡馥敏。47岁的蔡馥敏开设博客、微博客，关注家庭、教育、医疗、劳动就业等问题，并自警道：“我们每一位想为国为民分忧的人士，很多时候，先看看法律法规，不要随意而为。”网友称赞：曲靖市委、市政府包容基层民主的尝试，有利于重构新中国基层政权的神经末梢，融洽官民关系，最终有利于基层维稳。

从根本来说，疏通公民现实的政治参与途径、健全法制，有利于减轻网络舆论关注时政所承载的社会压力。

六 2012年网络舆情展望

（一）微博客达到巅峰，部分网友回归BBS和博客

微博经历了两年狂飙式的发展，也凸显出其自身的一些硬伤。平台不均衡，推广发展基本靠资本支撑，一旦运营商的资金不足，势必会对其发展速度造成影响，目前微博巨头新浪的财报已经显示出这样的隐忧，而微博的信息空心化趋势使得其衰退存在可能。为了增加自己的粉丝数，不少网友都选择了尽可能多地增加关注者并增加转发量，这样的信息爆炸已经远远超过了个人的信息承受极限，从而使关注流于形式化。运营商的推广力度一旦减弱，对民众的微博热情必然造成较大影响。

微博用户以碎片化的时间追踪碎片化的信息，微博140个字无法承担讲述完整事实的功能，更何况，只有那些极具冲击力的信息才能吸引眼球。这也从另一个方面造成了微博舆论环境流于猎奇、浮躁和盲目，人们来不及考证，或者无法考证事实及其来源，使得谣言和非理性情绪大行其道。基于以上原因，人们将会重新认识到论坛/BBS和博客的优势，为了深度思考和情感沉淀回归，同时轻博客将会在2012年进入大众视野。

（二）网上社交娱乐更加广泛，移动互联助力发展

社交是网络生活的重要内容，而网络的发展为人们的社交提供了越来越多的渠道和方式。越来越多的网络平台承载了社交功能。与此同时，移动互联网的发展使得这种社交方式越发便捷，LBS（基于地理位置的服务）会异军突起。目前在推客、切客、微客，各种“潮人”通过移动互联网实现着自己的梦想。米聊、

微信、口信等的出现开始挑战中国移动的飞信业务，移动互联网领域的竞争日益激烈。各种移动应用也使得人们的移动生活更加丰富多彩，随着 3G 网络质量的提高和资费的下调，移动互联的人数会在 2012 年大幅增加，从而实现电脑上可以做的，在手机上同样都可实现。与此同时，云技术和三网融合的推进也给人民的生活带来了无限想象。

（三）传统媒体发展变革，全媒体时代加速到来

网络时代，传统媒体面临挑战，单一依靠一种传播方式生存越发困难，报纸推出 PAD 版，电视台开到了网上，广播也加强了网络互动，越来越多的传统媒体开始组建传媒集团，向全媒介进军，加入数字出版、网络电台、电视商城以及杂志礼品等。而传统媒体本身，为了跟互联网“争夺眼球”，也在根据自身特点对内容进行深度耕耘，互动性增强。同时，随着广电系统规范和限制娱乐项目的政府在新的一年里执行，电视节目的可看性必将受到一定的影响，会使部分电视受众转向网络，通过网络视频集中观看节目。

（四）网络问政持续推进，舆情热点继续升温

预计今后几年，随着社会矛盾的发展和政府社会管理的创新，各类网络热点将持续升温，民众通过网络拷问政府部门的频次和深度日益增加，迫使政府不断提升回应速度和回应质量。网络“围观”正在改变着中国。2012 年，中国、美国、俄罗斯等重要国家都将进行政府换届，世界经济也很难在短时间内回暖，阿拉伯世界的动荡“多米诺骨牌”效应尚未完结，这些都将引发中国民众对国内国际政经话题的关注。而挂在年轻人嘴边的“2012”（玛雅传说中的“世界末日”）担忧，在错综复杂且日益加深的社会矛盾面前，可能成为一种并非虚拟的话题，在网络上还会有各种谣言和恐怖的反应，并有可能蔓延到现实中来。