

文章编号:1007-6735(2011)04-0337-08

基于“三度”法的网络舆论传播研究与应用

李倩倩^{1,2}, 刘怡君^{1,2}, 牛文元^{1,2}, 顾基发^{2,3}(1. 中国科学院 科技政策与管理科学研究所, 北京 100190; 2. 中国科学院 自然与社会交叉科学研究中心, 北京 100190;
3. 中国科学院 系统科学研究所, 北京 100190)

摘要: 基于社会物理学的三大理论,提出基于社会燃烧理论的网络舆论传播“集中度”、基于社会行为熵理论的网络舆论传播“组织度”、基于社会激波理论的网络舆论传播“临界度”,并试图将“三度”法结合起来,运用仿真、复杂网络分析及数据挖掘等方法将网络舆论传播从定性研究走向定量应用.

关键词: 社会物理学; 网络舆论; 网络舆论集中度; 网络舆论组织度; 网络舆论临界度
中图分类号: N 94 **文献标志码:** A

Theory and application on the Internet opinion circulation based on“Three-Degree” method

LI Qian-qian^{1,2}, LIU Yi-jun^{1,2}, NIU Wen-yuan^{1,2}, GU Ji-fa^{2,3}(1. *Institute of Policy and Management Chinese Academy of Sciences, Beijing 100190, China;*
2. *Center for Interdisciplinary Studies of Natural and Social Sciences, Chinese Academy of Sciences, Beijing 100190, China;*
3. *Institute of Systems Science, Chinese Academy of Sciences, Beijing 100190, China*)

Abstract: The spread process and evolution mechanism of Internet opinion were studied based on social physics. Three concepts and definitions were put forward, namely, the circulation concentration degree of Internet opinion based on Social Combustion Theory, the Internet opinion organization degree based on Social Behavior Entropy Theory and the criticality degree of Internet opinion circulation based on Social Shock Wave Theory. Additionally, in order to capture, extract and analyze the social effect of Internet opinion circulation, MAS(multi-agent system), complex network analysis and data mining were applied to combine “Three-Degree” method.

Key words: *social physics; Internet opinion; Internet opinion concentration degree; Internet organization degree; Internet opinion critical degree*

根据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第27次中国互联网络发展状况统计报告》显示,2010年我国的网民规模稳步增长,网民总数达到4.57亿,互联网

普及率攀升至34.3%,超过30%的世界平均普及率.截至2010年底,我国网民规模已占全球网民总数的23.2%、亚洲网民总数的55.4%.互联网改变了人们的

收稿日期: 2011-07-30

基金项目: 国家自然科学基金资助项目(91024010); 中国科学院创新团队项目(KACX1-YW-1011); 国家重点基础研究发展计划(973)资助项目(2010CB731400)

作者简介: 李倩倩(1983-),女,助理研究员.研究方向:网络舆论,社会物理学. E-mail: lqqcindy@gmail.com

生活方式、沟通方式,人们通过互联网了解国际国内事务,广泛、自由地在网络中交流意见,突破了现实社会中的表达限制,不受约束。

互联网作为国际公认的第四媒体,对国家的社会、经济运行具有重大影响。当前,中国正处于“经济容易失调、社会容易失序、心理容易失衡、社会管理规则需要调整重建”的关键时期,异化的社会思潮、脆弱的自然基础、利益分配的不均、显著的贫富差异等将导致各种类型突发事件和社会危机事件的频繁发生。重大突发事件发生后,网民借助各类网络媒体,通过新闻报道的选择、新闻跟帖、博客互动、新闻论坛等方式,迅速形成网络舆论。

2011年2月19日,胡锦涛在省部级主要领导干部社会管理及其创新专题研讨班上发表重要讲话,强调扎扎实实提高社会管理科学化水平,在提出建设有中国特色社会主义社会管理体系时提出的8条工作建议中明确指出:进一步加强和完善信息网络管理,提高对虚拟社会的管理水平,健全网络舆论引导机制。

网络时代的社会管理,就是利用网络沟通民意、了解民情、解决问题,它是最直接、最有效、最广泛的联系群众的方式。网络已经成为人们进行信息沟通的重要平台,成为舆情信息汇集的重要通道,它能够快速反映社会动态、热点民议、网民心声。人们会在网络中发泄不满情绪,网络发挥社会“减压阀”的作用。网络舆论显现民众对社会现实的情绪态度。利用网络进行社会管理,可以有效引导政府和百姓的良性沟通,有利于缓和、化解社会矛盾。

社会物理学应用自然科学,尤其是物理学的思路、概念、原理和方法,经过有效融合和理性修正,用来移植、模拟、解释和寻求社会行为规律和可持续发展规律的充分交叉性学科。现代社会物理学最显著的特点,可以表达为“量子化的社会和社会的量子化”。现代社会物理学正尝试如何从微观上“个人”所表现出的随机性和无序性,通过识别和挖掘,寻求在宏观上“人群”所表现出的可认知性和可控性。

本文基于社会物理学的三大理论,即社会燃烧理论、社会行为熵理论和社会激波理论,探索网络舆论传播的路径和规律,对创新社会管理,构建和谐社会,维护国家安全具有重要现实意义。

1 基于“三度”法的网络舆论传播理论研究

1.1 基于社会燃烧理论的网络舆论传播“集中度”

2001年牛文元研究员提出社会物理学的核心

“社会燃烧理论”,他认为社会的失衡、失序和失控,犹如自然界物质燃烧那样也必须具备三大基本条件,即需要社会燃烧物质、社会助燃剂和社会点火温度。

在舆论传播的过程中,信息发挥的作用不同。其中,关注度高的信息对舆论传播产生的影响要远远大于关注度低的信息。一段时期内发生的焦点事件能快速吸引人的眼球。网络信息处于无序、海量的状态,每时每刻都在增减。在某一时间段内由于外界因素的强烈刺激,引发之前存在的一种社会情绪或意见的爆发。舆论的传播主要借助舆论主体的积极参与。在社会舆论传播过程中,舆论人在很短的时间内把一种见解推销到许多人中,引起了议论纷纷。在网络社会中,人们分散在社会的各个角落,公众聚集的多种意见最直观的度量就是信息的点击数、转载数和回复数。

现代社会物理学的显著特点是“量子化的社会和社会的量子化”^[1]。将网民看作网络空间中的社会分子,网民所持有的意见是分子所具有的能量。网民之间的频繁互动,意见的碰撞、融合过程视为分子动能的增加,分子动能的增加使得表征平均动能增加的“社会温度”升高,而“社会温度”的升高反过来又会增加社会分子意见交互的频率。此时,在宏观表达上就是舆论的集中。虽然说每个社会分子之间交互观点的过程都是随机的、不可控的,但其平均行为是可观察的,也是我们所关注的。

1.2 基于社会行为熵理论的网络舆论传播“组织度”

社会物理学认为“社会行为熵”是社会动乱的本源。借用物理学中熵的概念来解释人组成群体的行为。这一理论有如下六大原则:

- a. 人类普适的“最小努力”原则;
- b. 自发追寻“熵最小”原则;
- c. 自觉维系“心理平衡”原则;
- d. 持续激发“情商共鸣”原则;
- e. 社会取向“倒U型走势”原则;
- f. 都希望又让别人遵守而自己可以例外的社会公约。

网络舆论传播集中度研究的是舆论强度的形成,然而舆论传播方向是矢量的。正向的舆论是表现为推动社会的发展,它能够客观公正地发表批评和揭露性的意见,对社会的丑恶和不良现象进行监督,指出公共事务、公共政策中存在的错误,并为克服错误提出正确的建议。负向的舆论表现为歪曲事实真

相,蛊惑人心,阻止社会的进步.它通过主观武断、诽谤造谣和蓄意煽动,造成公正意识的扭曲.负向舆论能对社会安全造成极大的危害,常常被别有用心的人所制造和利用.

通过研究网络舆论传播方向,本文提出网络舆论传播组织度,研究网络舆论传播组织度的表现形式、形成方式和对舆论组织者的定量判别.网络舆论传播的组织度是指网络上的活跃分子有蓄谋、有目的的在网络发布能够吸引大家注意的信息,引发相当高的关注度,甚至影响舆论的发展方向.网络空间中具有公信、说服或者刺激、怂恿、挑逗等情绪的意见很容易吸引人们的关注,如果该种意见在网民中产生号召力,那么人们遵循“社会行为熵”理论中的自觉维系“心理平衡”原则和持续激发“情商共鸣”原则就会同这种号召力发生呼应,从而在一定程度上制约着舆论的正负方向.

1.3 基于社会激波理论的网络舆论传播“临界度”

激波是气体高速运动过程中最重要的现象之一.激波是一种强扰动波,以超声速传播.经过激波时,气流的压力、温度和密度升高,速度下降,而上述变化是以突跃形式发生的.

社会物理学中的“社会激波理论”描述社会动乱的时空形式.本来社会很平静,一个引人注目的突发事件就像一个石头投到湖水中,此时就产生了激波.在不同的人群里,不同的利益集团中会产生不同的反响,有的高有的低,就像激波一样.然而更可怕的是多个社会事件同时产生,事情就更为复杂和难以解决.

根据社会激波理论,可以将网络舆论看作扰动,任何舆论的演化、舆论的强度都将以波的形式在社会中传播,从空间上看网络舆论具有波浪式的传播形态.网络舆论的传播一般经历常态期、潜

伏期、活跃期和衰减期.在传播的活跃期,舆论经常以忽高忽低、时缓时急的态势交替出现,构成网络舆论的波幅扩散.此时舆论传播的过程中出现过激的、非理性的言论,且该种舆论的传播速度和强度都很大时,就可能将舆论推向激化.舆论激化伴随着舆论张力,使舆论功能出现变异.舆论激化到一定临界点,会对社会规范产生冲击力.当舆论主体在激昂的情绪下不再用冷静的语言表达意志,而是诉诸声讨、抗议的行为来表达反抗情绪时,就会使舆论冲突演变为激烈的行为冲突,引发社会事件,从而引发表征社会无序化程度的“社会熵”增大.

基于社会激波理论提出网络舆论传播临界度.它是指网络舆论在传播过程中不断演化,当舆论发展态势突破临界强度时,可能会导致新的突发事件的产生.研究网络舆论的变动趋势、舆论扩散中何时发生突变,从而演化为在社会现实空间中的激烈冲突.

2 基于“三度”法的网络舆论传播实践应用——以“谷歌退出中国”为例

事件背景:北京时间2010年3月23日凌晨3时零3分,谷歌公司高级副总裁、首席法律官大卫德拉蒙德公开发表声明,再次借黑客攻击问题指责中国,宣布停止对谷歌中国搜索服务的“过滤审查”,并将搜索服务由中国内地转至香港.

2.1 “谷歌退出中国”集中度分析

网络舆论热点体现在高回复数、高点击数和高转载数.网络信息 j 的集中度计算公式为

$$p_j = \left[\frac{D_j - \min_{1 \leq i \leq n} D_i}{\max_{1 \leq i \leq n} D_i - \min_{1 \leq i \leq n} D_i} + \frac{H_j - \min_{1 \leq i \leq n} H_i}{\max_{1 \leq i \leq n} H_i - \min_{1 \leq i \leq n} H_i} + \frac{Z_j - \min_{1 \leq i \leq n} Z_i}{\max_{1 \leq i \leq n} Z_i - \min_{1 \leq i \leq n} Z_i} \right] / 3$$

式中, D_j 为帖子 j 的点击率; H_j 为帖子 j 的回复数; Z_j 为帖子 j 的转载数.

“谷歌退出中国”事件发生后,信息监测平台观测到集中度较高的帖子如表1所示.

集中度高的帖子代表网民的高关注度,对舆论的形成和影响是至关重要的.下面对上述高关注度的帖子进行组织度分析,确定关键发帖者,把握舆论走向.

2.2 “谷歌退出中国”组织度分析

在网络舆论组织度分析中,本文运用复杂网络的方法,从网络信息数据库中,提取网络论坛的各种网络连接,如“用户—用户”回复关系,“用户—帖子”回复关系,“用户—思想”关系,利用复杂网络分析方法研究网络舆论组织度的传播结构和方向,识别引导网络舆论的关键人物,重点监测其发表的言论,把握网络舆论发展态势.

表 1 “谷歌退出中国”事件集中度排名
Tab.1 Concentration degree of “Google’s Retreat from China”

序号	帖 子	回复数	点击数	集中度
1	谷歌退出中国内幕 360 度报道和深度分析,政治因素 vs 经济因素	157	4 912	0.996 2
2	谷歌,中国应该说不!	101	4 948	0.810 8
3	谷歌离开中国,对中国有什么影响!	73	4 378	0.655 8
4	含泪劝告谷歌:走吧,以后再来!!	70	4 189	0.625 6
5	马云强烈谴责谷歌退出中国:失败者最容易找借口	51	2 084	0.338 4
6	境外网民谴责谷歌挑衅中国法律,有高手能找到这些网友吗?	43	2 162	0.319 6
7	谷歌离开中国,谁的悲哀?!	32	2 194	0.285 8
8	政府需要 google 屏蔽什么?	41	1 888	0.283 8
9	以草根眼光解读新华网评论:谷歌代表不了外商投资企业	39	1 942	0.282 8
10	谷歌离开中国网友对中共彻底绝望	30	1 550	0.210 8
11	境外网民谴责谷歌挑衅中国法律	36	794	0.151 0
12	向谷歌献花	36	694	0.140 4
13	境外网民谴责谷歌挑衅中国法律	18	708	0.081 1
14	谷歌搜索今晨退出中国内地	9	570	0.036 0
15	大家说说,是谷歌离开中国可能大还是中国互联网就此改革?	14	358	0.030 5
16	网络惊现“反谷歌联盟”	11	230	0.006 8

注:由于信息转载率无法获取,此处暂不参与计算.

在信息平台监测范围内,本文收集关于“谷歌退出中国”事件的信息 951 条,抽取用户回复关系 821 个,构建论坛回复网络如图 1 所示.

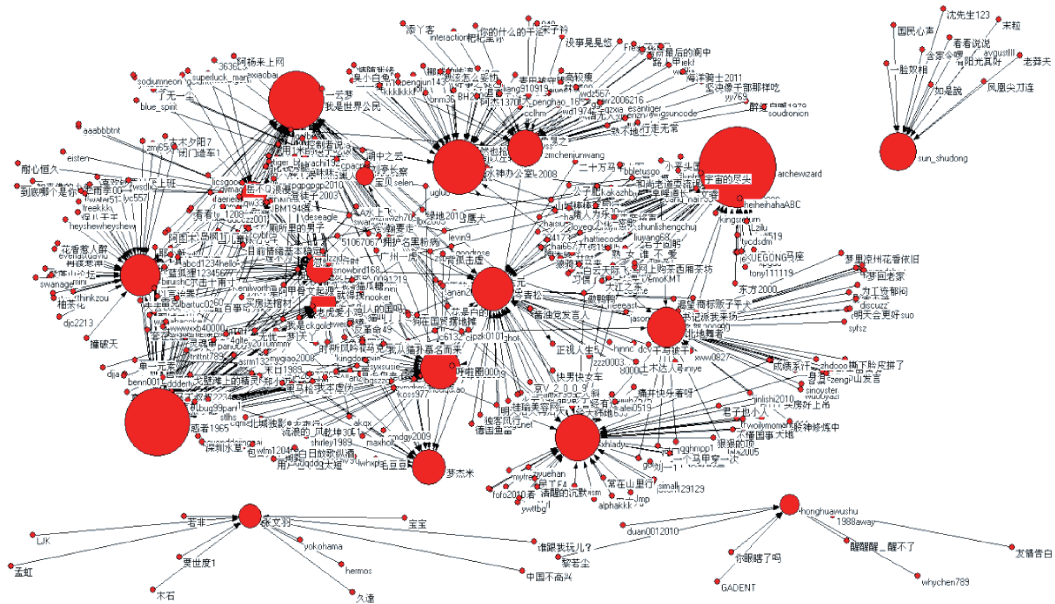


图 1 “谷歌退出中国”事件论坛回复网络
Fig.1 BBS reply network of “Google’s Retreat from China”

从表 2 看出,威望度较高的用户是“archewizard”、“惑者 1965”、“我是世界公民”、“水神办公室”,他们发表的帖子引起网民的广泛回复,积极参与话题讨论.

聚类系数比较大的用户是“你爱别人的国吗”、“反日亲欧”、“zapata2009”、“岑青松”、“梦杰米”、

“惑者 1965”、“我是世界公民”,反映了这些用户的观点聚集能力较强,回复这些发帖者的其他用户之间也进行了观点交流.

现构建用户—帖子回复网络(图 2),考察关键用户的发帖情况(表 3).非主流帖子有 8 个,占关键用户发帖总量的 44%,并且网民回帖响应的热情较高.

表 2 论坛回复网络用户统计
Tab.2 Statistics of BBS users

序号	关键用户	入度	聚类系数	威望度	序号	关键用户	入度	聚类系数	威望度
1	archewizard	157	0.000 0	0.306 0	10	sun_shudong	36	0.000 0	0.070 2
2	惑者 1965	111	0.003 4	0.196 9	11	zmchenjunwang	32	0.000 0	0.062 4
3	我是世界公民	81	0.003 2	0.155 9	12	梦杰米	31	0.006 7	0.058 5
4	水神办公室	73	0.000 0	0.142 3	13	反日亲欧	21	0.024 6	0.039 0
5	xhlady	51	0.000 0	0.099 4	14	你爱别人的国吗	18	0.088 2	0.035 1
6	岑青松	46	0.008 9	0.089 7	15	ZDN006	18	0.000 0	0.035 1
7	biruishi	43	0.000 0	0.083 8	16	张文羽	14	0.000 0	0.027 3
8	zapata2009	41	0.023 5	0.079 9	17	honghuawushu	11	0.000 0	0.021 4
9	北地舞者	39	0.000 0	0.076 0	18	宝贝 selen	9	0.000 0	0.017 5

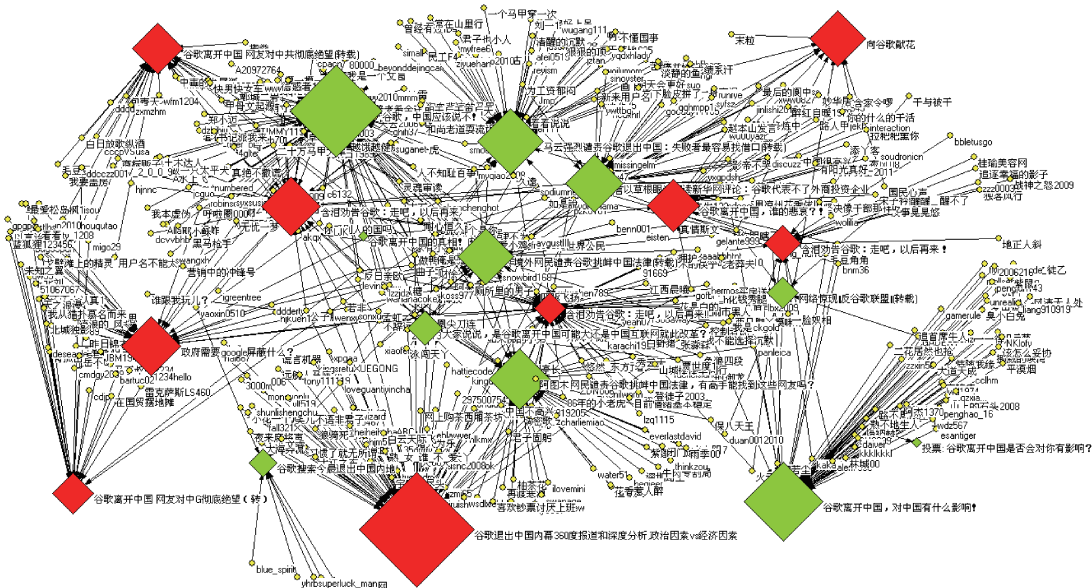


图 2 “谷歌退出中国”事件用户—帖子回复网络
Fig.2 User-post reply network of “Google’s Retreat from China”
圆形表示用户；菱形表示帖子(红色:非主流帖子;绿色:主流帖子)

表 3 关键用户发帖信息
Tab.3 Posts of key users

序号	发帖者	帖子	序号	发帖者	帖子
1	archewizard	谷歌退出中国内幕 360 报道和深度分析, 政治因素 vs 经济因素	10	sun_shudong	向谷歌献花
2	惑者 1965	谷歌,中国应该说不!	11	zmchenjunwang	谷歌离开中国,谁的悲哀?!
3	我是世界公民	含泪劝告谷歌:走吧,以后再来!	12	ZDN006	境外网民谴责谷歌挑衅中国法律
4	水神办公室	谷歌离开中国,对中国有什么影响!	13	梦杰米	谷歌离开中国网友对中共彻底绝望(转载)
5	xhlady	马云强烈谴责谷歌退出中国:失败者最容易找借口	14	反日亲欧	谷歌离开中国网友对中共彻底绝望
6	岑青松	含泪劝告谷歌:走吧,以后再来!!	15	你爱别人的国吗	境外网民谴责谷歌挑衅中国法律
7	biruishi	境外网民谴责谷歌挑衅中国法律,有高手能找到这些网友吗?	16	张文羽	大家说说,是谷歌离开中国可能大还是中国互联网就此改革?
8	zapata2009	政府需要 google 屏蔽什么?	17	honghuawushu	网络惊现“反谷歌联盟”
9	北地舞者	以草根眼光解读新华网评论:谷歌代表不了外商投资企业	18	宝贝 selen	谷歌搜索今晨退出中国内地

注:加粗字体表示非主流的帖子和发帖用户;按用户回帖数排名.

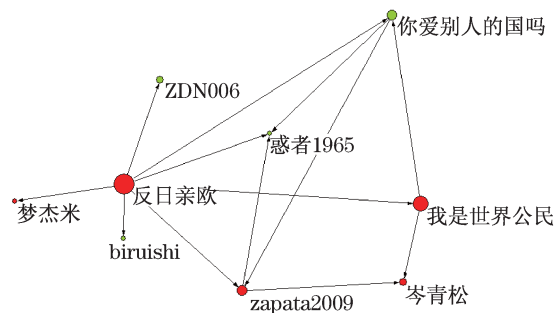


图3 关键人物之间的回复关系
Fig.3 Reply network of key users

红色:发表非主流帖子的用户;绿色:发表主流帖子的用户

对论坛中关键人物的发帖行为识别(图3,表4),发现有关键用户仅发表具有影响力、吸引网民注意力的帖子,如“梦杰米”,“sun_shudong”,“zm-chenjunwang”;还有一些关键用户则非常热衷和网民的沟通,除了发帖以外还积极和网民进行交互.在“谷歌退出中国”事例中,发表非主流帖子的用户和网民互动的更频繁,如“反日亲欧”,“我是世界公民”,他们的观点主要是“支持谷歌”、赞成西方的“言论自由”,认为目前大多数媒体是政府意志的代表(图4),这种影响社会和谐和网民言论要加以注意,重点跟踪.

2.3 “谷歌退出中国”临界度分析

- 网络信息数据库存储具有以下主要特征:
- a. 海量性. 由于每天都有大量的新闻、论坛评论、博客等内容被放到网上,信息挖掘平台每天所累

表4 关键人物回帖次数统计
Tab.4 Number of reply posts of key users

关键用户	回复次数(出度)
反日亲欧	17
我是世界公民	9
你爱别人的国吗	4
zapata2009	4
ZDN006	2
岑青松	2
biruishi	1
惑者 1965	1

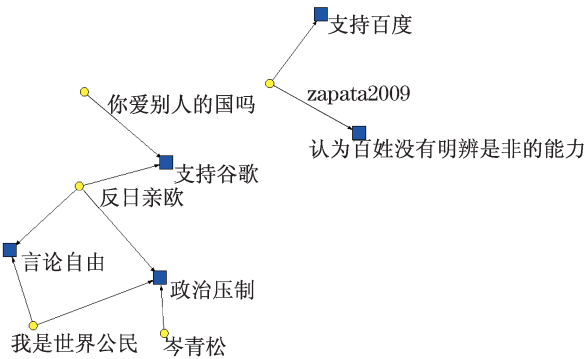


图4 关键人物思想图
Fig.4 Thought map of key users

积的数据也以惊人的速度迅速增长,信息采集数据库达到了海量的级别.例如,本研究采用的方正智思信息挖掘平台截至到2011年4月已采集信息近3千万条,2010年采集信息1.75千万条(图5).

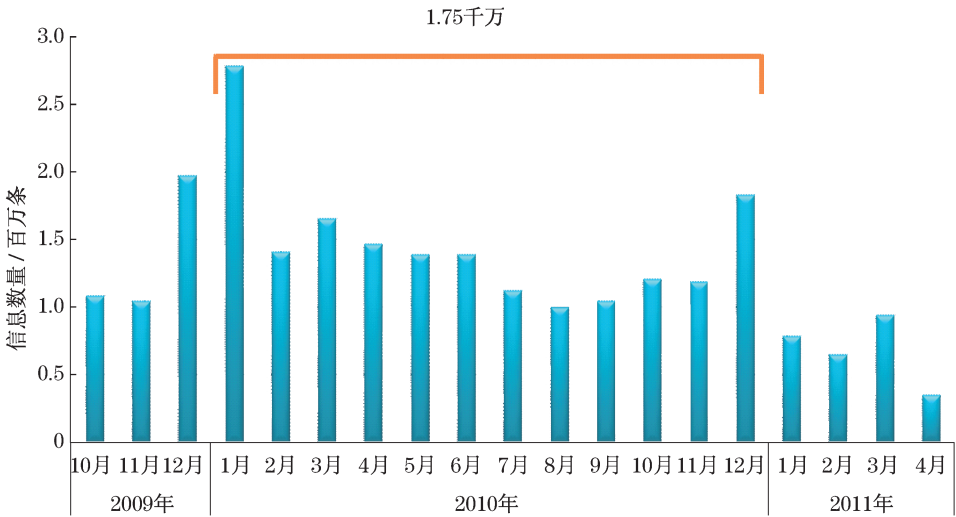


图5 信息数据库采集数量统计
Fig.5 Statistics of internet information database

- b. 关联性. 在同一事件的相关新闻、评论的信息之间存在一定的关联性. 例如,2010年11月15

日发生的上海高楼大火事件,围绕着受灾人员安置、建筑安全、工程转包、分包现象以及国家层面领导和地方领导在事件处理上的反应,网络上展开了全面报道和讨论.同一事件,甚至同类型事件总会有某种程度的相关性.

c. 有价值信息的潜在性. 网络信息数据库中包含许多有价值的信息,但这些信息往往比较分散,隐藏在较深的层次,很难直接得到,需要通过有效的数据挖掘方法和工具才能将这些信息展现出来.

此外,网络信息还具有数据维度高,数据源具有很强的动态性、无序性和非结构性等特点.

网络信息存储庞大、复杂,为了能从中发现一些潜在的、有用的、有价值的信息来,应用于构建和谐舆论环境和社会运行环境,本文采用数据挖掘技术中的关联规则挖掘来对网络信息的内容相关性方面进行研究.数据挖掘从海量数据中发现潜在的知识或模式,进行数据分析和处理.数据挖掘处理海量数据时具有高效性和智能性,已经广泛应用于许多数据密集型行业,如电信、金融、零售、医疗及生物医药等.

在“谷歌退出中国”事件中,一些网民除了在互联网空间对谷歌进行舆论声援外,还用实际行动表达对谷歌的支持.本文从信息数据库中挖掘出由“谷歌退出中国”事件引发的“非法献花”事件的关联规则 3 条(表 5).

表 5 关联规则提取
Tab.5 Extraction of associated rules

序号	关联规则	支持度	置信度	期望可信度	作用度
1	科技园 and 献花 ⇒非法	0.102 1	1.000 0	0.102 1	9.791 7
2	献花 and 谷歌 ⇒非法	0.157 4	1.000 0	0.157 4	6.351 4
3	非法 and 谷歌 ⇒献花	0.157 4	0.948 7	0.157 4	6.025 6

注:设置最小支持度为 0.1,最小置信度为 0.9,最小作用度为 1.5.

“非法献花”始末:由于“谷歌搜索退出中国”的消息一经传出,不少民众来到谷歌位于北京清华科技园的中国办事处献花,表达对谷歌的支持和惋惜,该举动遭到清华科技园的保安驱逐,称献花行动“未经许可”,是“非法献花”.于是,催生了“非法献花”这个新的网络名词.

谷歌事件实际上是一起被政治化的商业事件,这一事件既反映出网络话语权与互联网舆论监控的

矛盾,也从一个侧面反映出国外敌对势力利用互联网对我国国家安全的挑衅.

本文认为“三度”法的集成运用是实现社会管理科学化的有力手段,能够为社会管理者提供定量的网络舆论发展态势预判依据.

3 网络管理建议与措施

3.1 倡导网络文明,建立网络道德

网络世界,个体意识具有充分的自由,网络是个虚拟社会,与现实社会相比,网络社会的道德约束、行政约束、社会秩序约束都比较薄弱,网络不端行为由此滋生,网络色情、网络暴力、谣言等危害社会风气的信息大量传播,一方面要通过法律法规来严格限制和明令禁止,另一方面要树立正确的网络道德观,倡导网络文明.

加强网络道德规范和网络道德行为建设,进行规范化管理,增强网民文明上网的自我约束能力,建立文明上网公约和网络语言文明等;培养网民辨别真伪的能力,发挥网民对不良信息的监督作用,控制网络虚假消息的传播^[2].

培养网民健康的道德情操,导向主流价值,加强网络道德建设是当务之急.要把网络规范内化为网民内心崇高的道德准则.

网络文明的建设还要加强网络媒体传播信息的职业道德,要加强对信息真实性的严格把关,强化网络媒体的行业自律,净化网络传播渠道.对于不遵守道德规范、非法或违法经营的网站要加以惩罚或取缔.

3.2 推行网络管理立法

建立健全网络法规,明确网民、网站、网络监管部门的权利和责任;加快立法,保护网络隐私,明确区分隐私信息类型和非隐私信息类型,区别对待公布信息行为与信息滥用行为;对于侵权行为追究民事或刑事责任,增加网络不道德行为的成本;对合法公布信息行为的各项流程实行审批检查制,进行严格规范^[2].惩治滥用互联网发布虚假信息的欺诈行为及侵害他人权益的信息侵权行为.合理确定网络媒体的责任,在合理可行的范围内,要求网络媒体承担一定的监督义务.如果网络媒体违反了这一义务,就要承担相应的法律责任.

网络立法应遵循政府积极促进网络发展与必要管制相结合的原则.网络立法应尽量和现有的法律衔接与协调,在推行网络管理立法时应充分反映网

络的特征、合理完善、科学规范,这样才能更好地为社会发展提供一个和谐的舆论环境.

3.3 加强网络参政、议政管理

网民是当今社会不可忽视的力量,网络舆论已经成为社会主义民主政治建设的重要平台.网络是了解民意的“直通车”,网络突破时空限制,架起了政府和公众的互动桥梁,是新时期需要创新社会管理的重要手段.各级地方政府对网络舆论越来越重视,纷纷开通了政府网站,设置网民沟通频道,政府已经将互联网作为社会舆论传播的重要平台和政府决策的民意参考.在网络时代,政府要抓住社会管理的主导权,必须抓住网络舆论的主导权,否则它的权威性和信任度就会受到挑战.

政府首先要重视对社会热点问题的引导,积极开展舆论监督、完善新闻发布制度和重大突发事件新闻报道快速反应机制.

3.3.1 建立完善网络发言人制度

新闻发言人是国家、政党、社会团体任命或指派的专职新闻发布人员,其职位一般是该部门中层以上负责人.新闻发言人的职责是在一定时期内就某一重大事件或时局的问题,举行新闻发布会,或约见个别记者,发布有关新闻或阐述本部门的观点立场,并代表有关部门回答记者提问.

网络已成为民意的集散地和舆论放大器,建立网络发言人制度增进了政府与网络、公众之间的交流和沟通,做到下情上达,做到政府和民众的良性互动,及时回应网民的各种质疑和诉求.网络新闻发言人制度能利用现代传播手段,实现政府和网民、网络舆论的零距离接触.网络新闻发言人制度体现了政府主动面对社会公众的开放态度,旨在通过网络及时、主动、准确地发布权威信息,尽快澄清虚假、不完整信息,消除误解,化解矛盾,正确引导网络舆论.

网络发言人制度是现实新闻发言人制度在网络世界的延伸,政府要避免“恩赐”和“被迫回应”两种态度,主动回应民众对自身利益和社会问题的关切,不要把现实中的外交辞令、行话套话和“打太极”搬上网^[3],网络发言人制度不是一项门面工程,而是展现政府公信力的平台.

3.3.2 建立网上政民互动平台

2007年3月5日,温家宝总理在《政府工作报告》中提出要“加快电子政务和政府网站建设”.2007年10月15日,党的十七大报告提出“坚持国家一切权力属于人民,从各个层次、各个领域扩大公民的有序政治参与,最广泛地动员和组织人民依法管理国家事务和社会事务、管理经济和文化事业.”

积极搭建网络对话平台,畅通民意互动渠道,从而有效地汇集民意、疏导民怨、消解民愤.政府要公开政务信息,包括政府预算和编制信息、重大人事信息、政府投资项目具体信息、政府招标信息、政府重大会议内容以及政府内部非涉密性文件等.完善网民关注的时事热点专题,提供政策法规解读专栏.

要强调互动平台网民的参与性,以公众为中心,设置领导信箱、政府论坛、在线交流等模块,真正实现公民的参与权、监督权.而政府要及时关注网络的舆论动向,及时跟进,主动参与,有效沟通,打造“透明、高效、无缝隙”的政府.

参考文献:

- [1] 牛文元. 现代社会物理学的内涵与认知[J]. 中国科学院院刊, 2010, 25(2): 195 - 201.
- [2] 杨琳瑜. 网络舆论引导机制创新探析[J]. 广西社会主义学院学报, 2009, 20(2): 83 - 85.
- [3] 张力. 我国的网络发言人制度[J]. 新闻爱好者, 2010, 13(7): 34.