

“村民送不作为锦旗被拘”舆情热点分析

报告取数时间：2016.8.18--2016.8.21

【概述】本报告以“村民送不作为锦旗被拘”事件为监测对象，跟踪监测了2016年8月18日到2016年8月21日网络舆情形态，数据来源于乐思网络舆情监测系统。

一、事件舆情概况：

据报道，8月10日，四川三台县百顷镇居民冯勇军因给该县环保局送“不作为”锦旗被刑事拘留，引发社会关注。19日，该县公安局回应称：“我们公安机关认为，他的人数、规模以及其他行为是游行示威的行为，这种行为未申请，违反了游行示威法以及相关规定。



(图1：冯勇军送给三台县环保局的“不作为”锦旗)

二、事件舆情监测数据

1、采集趋势图



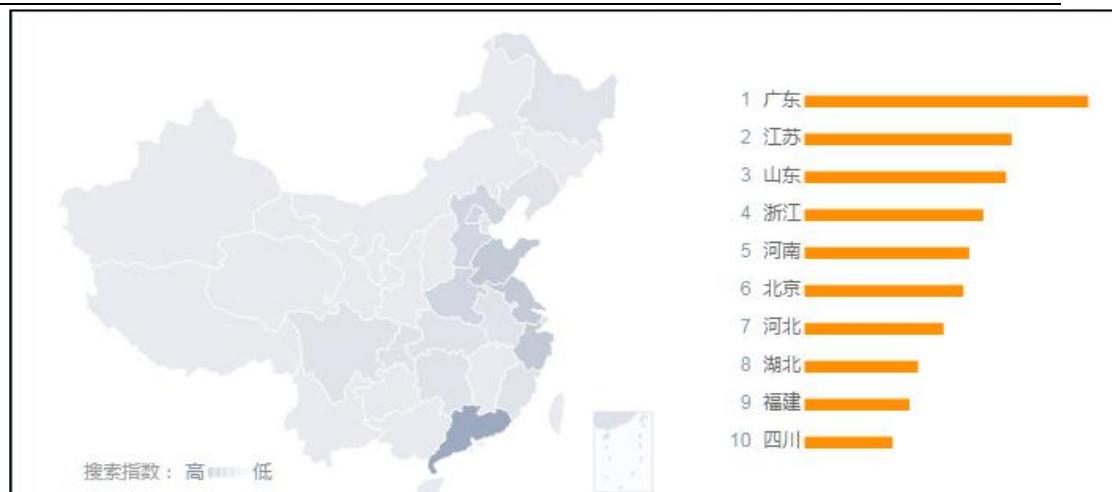
(图 2: “村民送不作为锦旗被拘”事件舆情采集趋势图 单位:篇)

“村民送不作为锦旗被拘”事件伊始，由于地方媒体不发达，使得初期舆情关注度呈地位走势。8月20日，澎湃新闻采访了被拘的冯勇军，然后在网上进行了相关报道，引发了网友的关注。21日，在“财经网”、“新京报”以及各个微博大V的推波助澜下，“民众送‘不作为’锦旗”被拘事件舆情关注度达到了顶峰，相关报道共计478篇，360搜索指数达到了8,671次。

指数概况 ② 2016-8-15至2016-8-21 全国 [更改]			
关键词	搜索指数	搜索指数环比	搜索指数同比
村民送不作为锦旗被拘	8,671	0% ↑	0% ↑

(图 3: “村民送不作为锦旗被拘”360搜索指数达8,671次)

2、地域舆情分布图：

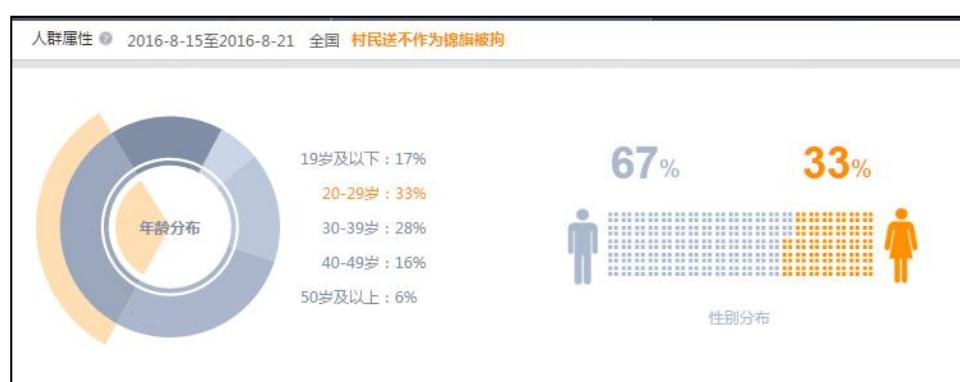


(图 4：“村民送不作为锦旗被拘”地域舆情分布图 数据来源 360 指数)

从“村民送不作为锦旗被拘”地域舆情分布图可见，广东省、江苏省、山东省三地地域舆情关注度最高，从图中的地域分布可见，沿海发达城市对舆情热点的关注度明显高于内陆，其中广东省尤为突出。除此之外浙江、河南、北京等省市的地域舆情也持续走高。

3、男女关注度比例图

从参与讨论的男女性别比例中看出，男性比例要远高于女性，可见对于政府及民生问题，男性的热情度更高。年龄分布比例，20-29岁所占比例最大，达到33%，其次是30-39岁，达到28%。20-39岁人群占据关注度的61%，移动网络和客户端的使用者年纪集中在青年和中年，年轻人成为“村民送不作为锦旗被拘”事件舆论的引导人群。



(图 5 : 性别比例图)

三、网友热议

1、批判官方不作为

@财经网 : 政府若嫌打脸 就该早早实质行动。

@天主羔羊 : 前天为工地焚烧垃圾打了第一个电话 , 接线员说 , 我是城市露天污染投诉 , 你得找环保部门 ; 环保电话说 : 我是管工厂企业排污 , 你的找建筑监管部门 ; 交管部门说 : 我是管工地乱搭建 , 你还得找环保 ; 环保说你就投诉市长电话吧 ; 最后 , 市长电话永远很忙 , 等待。

2、调侃官方受不了监督

@搞笑姐 : 服务不行还不能给差评啊 ! ! !

@大力抚摸弹弹肚儿 : 我们解决问题的常用套路就是把提问题的人解决掉 !

3、表示官方很黑暗 , 惹不起

@弦上酷歌 : 民告官 , 老百姓你不想活了 , 官好比是大腿 , 老百姓就是小细胳膊 , 胳膊拧不过大腿的 , 消停眯着吧 , 还环境不好 , 就是堆到你家门口 , 你都不能吱一声 , 吱声就拘留你。

@行者 59 空间 : 这天底下就不是讲理的天下 , 坑了老百姓 , 老百姓还不能说话。

四、舆情点评

村民送“不作为”锦旗事件并不是第一次发生，早在2011年，就有甘肃省临洮县新添镇众拆迁户给当地镇政府送出一面“违法拆迁，行政不作为奖”的锦旗。不知从何时起，以向政府部门赠送“不作为”锦旗来表达心中不满，成为一些人批评政府行为、反映维权诉求的“另类方式”。尽管此举不无吸人眼球、引发关注和制造影响等舆论争议，但鲜见有当事人因此而被公安机关刑拘。网络负面舆论压倒性的袭来，政府却没有在第一时间对舆论进行引导，导致网络负面舆论不断发酵，使政府的形象和声誉受到了严重的损害。面对这样的事件，政府应该怎么引导主流舆论？乐思舆情监测中心参考多方文件给出以下建议，仅供政府收到“不作为”旗帜后引导舆论参考。

1、快速反应：事件发生后官方要第一时间组织宣传等相关部门在媒体发布权威信息，公布事件真相，引导社会舆论，牢牢把握涉警舆情话语主动权，防止舆论误导和负面炒作。

2、及时抚慰：事发后，政府不仅要与涉事民众互相沟通，回应民众诉求，而且要尽量满足涉事民众的合理诉求，及时抚慰事件受害方。政府只有通过平等对话诚恳交流、才能知民所需，因势利导，以安民心、以平名怨。

3、妥善处理：尽快妥善处理事件，及时公布处理结果，持续回应事件中暴露的社会问题，并将网民情绪和言论引到理性建设性的轨道上来，平息舆论危机。

4、权威评论：由权威人士或相关组织机构的新闻发言人，在发布、澄清相关事实的基础上，对突发事件的发生、处理及影响等方面进行评价或发表意见，代表政府及社会责任主体对突发事件处置的立场和观点。通过事实信息和意见引导的有机结合，形成强势的正面传播效应。

5、第三方引导：突发事件发生后，政府可以组织熟悉情况，掌握政策的专家学者针对公众关心的问题，通过嘉宾访谈或直接发帖等形式进行阐释说明，讲清道理，澄清事实，驳斥谬论；实践证明：第三方威信越大，信源的可信度越高，说服效果越好；第三方发声规模越大，声势越大，影响也越大。