



李浩源 刘军汉/编著

微博 问政



领导干部上微博

Weibo Wenzheng
Lingdao Ganbushang Weibo

MicroBlog

- ◎ 什么是微博
- ◎ 领导干部为什么要开微博
- ◎ 领导干部如何运营微博
- ◎ 上微博需要遵循的规则
- ◎ 微博危机与应对

国家行政学院出版社



JueshengGaokao

经典珍藏版

李浩源 刘军汉/编著

微博问政

领导干部上微博

WeiboWenzheng
LingdaoGanbushangWeibo

MicroBlog

- ◎ 什么是微博
- ◎ 领导干部为什么要开微博
- ◎ 领导干部如何运营微博
- ◎ 上微博需要遵循的规则
- ◎ 微博危机与应对

国家行政学院出版社

图书在版编目(CIP)数据

微博问政:领导干部上微博/李浩源,刘军汉主编
—北京:国家行政学院出版社,2012.6
ISBN 978-7-5150-0255-2

I. ①微… II. ①李… ②刘… III. ①互联网络—应用—行政管理—研究—中国 IV. ①D630.1-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 035926 号

书 名 微博问政:领导干部上微博
作 者 李浩源 刘军汉
责任编辑 任 燕
出版发行 国家行政学院出版社
(北京海淀区长春桥路6号 100089)
电 话 (010)68920640 68929037
编 辑 部 (010)68929095
经 销 新华书店
印 刷 北京建筑工业印刷厂
版 次 2012年6月北京第1版 1/16
印 次 2012年6月北京第1次印刷
开 本 710毫米×1000毫米 16开
印 张 14
字 数 160千字
书 号 ISBN 978-7-5150-0255-2/D·0109
定 价 36.00元

序

刘徐州*

2009年8月28日,新浪微博宣布上线。几个月后,腾讯、搜狐、网易、人民网、新华网、正义网等网站也陆续跟进,先后开通微博,微博大潮席卷而来,影响力在两年之内迅速攀升。调查显示,2011年网民的微博使用率比2010年猛涨了近4倍,达到48.7%。用户数量上,截至2011年12月31日,成长较快的新浪微博注册用户已突破3亿,日活跃用户2700万;腾讯微博则宣称注册用户达3.37亿,日活跃帐户6800万。

在这一背景下,政务微博试水、探索、成长,发展迅猛。据中国传媒大学网络舆情(口碑)研究所/艾利艾咨询统计,2011年,单新浪认证的党政部门和党政干部个人微博总数从1643个增长到27655个,增长率达1583.2%,涉及部门有政府、公安、交通、医疗卫生、市政、司法、工商税务、团委、招商、涉外、旅游等(同期腾讯微博中的政务微博为2.1万个,包括1.3万个政府机构微博和8000个公务人员微博)。北京、上海、广东、四川、河北、湖北、贵州等地还在新浪开通了微博发布厅,整合同一地域各部门政务微博资源,传达信息,推广宣传,以创新的形式推动政府与网民的沟通。

“你的粉丝超过一百,你就好像是本内刊;超过一千,你就是个布告栏;超过一万,你就好像是本杂志;超过十万,你就是一份都市报;超过一百万,你就是一份全国性报纸;超过一千万,你就是电视台;超过一亿,你就是CCTV了。”作为一种自媒体或社会化媒体,因其特有的内容创造与传播模式,微博最大限度地打破了正统媒体、官方话语对信息的垄断。谁都可以去报道、去言说、去

* 刘徐州,中国政法大学新闻与传播学院副院长、博士、研究生导师



表达情绪、发表看法，甚至去宣传鼓动、营销推广、针砭时弊、舆论监督，各种现象、事物、观点、求助、情绪，经由微博围观、发酵，而无限放大，成为社会的焦点和热点。社会常常因微博围观而变得纷纷扰扰、吵吵嚷嚷，微博成为制造舆论漩涡和风暴的最便捷、最经济、最有效的渠道和平台。面对这一新兴舆论场，政务微博主动出击，走网上群众路线，积极发布信息，真诚交流沟通，理性引导舆情，专注部门服务，努力建构形象，从单纯宣传到整合政务，从转发联动到督办联动，把微博变成了亲民互动的平台、变成了网络问政的平台、变成了推动制度建设的平台，为新传播格局下创新社会管理，化解群众矛盾，公正廉洁施政执法做出了有益探索，并取得了一定实效。

但不得不承认的是，当下的政务微博还处于摸索运营时期，对政务微博的定位、功能、风格等问题及相关传播策略、方法及实践的认识尚无定论。一些问题，即使那些叱咤微博的名博官员也见解多元，未必达成共识。从近期做客中央电视台的《首席夜话》栏目的几位官员名博（@伍皓红河微语、@医生哥波子、@中一在线）博主（云南红河州委常委宣传部长伍皓、广东省卫生厅副厅长廖新波、浙江海宁市司法局局长金中一）的访谈不难看出其中端倪。微博不仅是人与人之间新的沟通渠道、互动平台，有时更是人们实现各种诉求的工具甚至是武器，在这个意义上，有关微博研究的课题方向和领域可谓多维而广阔。创新 web2.0 时代的官员如何开微博、用微博，怎样评估政务微博的价值和魅力，如何认识政务微博的定位和目标，如何将自己建构成微博意见领袖，如何面对网民的“拍砖”，如何组建团队、增加粉丝、提高影响力，让互动更有效，让微博帖子更吸引人，使危机应对更从容、网络问政效率效益更卓著，需要更多内容系统、案例丰富、实操性强的专业书籍加以探讨。



同 看天下风云,相知微博春秋。

信息社会,多种媒体,异彩纷呈。网络空间,微博作为一种新的信息传播方式,发展迅速,特色鲜明。它聚微成博,家事,国事,天下事,事事关心! 微博,时代跳动的脉搏。它,来了!

目 录



第一章

见微能知博： 什么是微博

一、微博成长史：从 Twitter 到微博/2

- (一) 推特(Twitter)——微博的鼻祖/2
- (二) 从博客和 SNS 到微博/5

二、微博在中国的发展/7

- (一) 饭否网开拓——披荆斩棘阶段/7
- (二) 新浪微博兴起——风生水起阶段/8
- (三) 门户网站并立——百家争鸣阶段/11

三、微博的现状/12

- (一) 微博之风，席卷天下/12
- (二) 政务微博，登上舞台/15

四、微博的特性/17

- (一) 即时性：想说就说，随时发送/18
- (二) 裂变性：无限转发，一生万物/18
- (三) 草根性：上手容易，门槛极低/19
- (四) 无序性：可信度低，专业性差/20



五、微博的作用/21

- (一) 记录生活的新平台/21
- (二) 沟通交流的新渠道/22
- (三) 自我表达的新途径/22
- (四) 获取信息的新通道/22

一、微博：新时代的选择/26

- (一) 数量庞大的用户群/26
- (二) 炙手可热的新舆论工具/28
- (三) 政治的“微博化”/30

二、微博：民意栖息地的选择/33

- (一) 平易近人的微博/33
- (二) 草根们的麦克风/34

三、微博：社会管理创新的选择/36

- (一) “微”呼唤/36
- (二) “微”言有威力/38
- (三) 官“微”之威/41

四、微博：推动政治文明建设的需要/47

- (一) 植根于民显神“微”/48
- (二) 与“微”俱进，永葆生机/50



五、微博:引领社会主流价值观的需要/51

- (一) 微博“江湖”,谁来引航/51
- (二) 政务微博,占领舆论制高点/55

六、微博:维护国家稳定、促进社会和谐的需要/57

- (一) 微博,向世界敲响了警钟/57
- (二) 微博,当代中国社会的新挑战/61
- (三) 领导干部上微博,顺势而为/64



第三章

问政于微博: 领导干部如何运用微博

一、开通微博/68

- (一) 注册账号/68
- (二) 为你推荐及找到朋友/72
- (三) 上传头像/73
- (四) 填写个人资料/74
- (五) 绑定手机/76
- (六) 隐私设置/77
- (七) 设置背景模板/78
- (八) 认证/79

二、微博功能/80

- (一) 发布 /81
- (二) 加关注/81
- (三) “粉丝”/84
- (四) 转发/85
- (五) 收藏/86



- (六) 评论/88
- (七) 私信/89
- (八) “@”符号/90
- (九) 其他功能/91

三、信息发布方式/94

- (一) 文字/94
- (二) 图片/95
- (三) 表情/98
- (四) 视频/98
- (五) 话题/99
- (六) 投票/100

四、信息发布途径/102

- (一) 电脑发布/102
- (二) 手机发布/103



第四章

规矩成方圆：

领导干部上微博需要遵循哪些规则

一、政务微博的“道”：领导干部上微博的“七扬”/106

- (一) 定位明确，有的放矢/106
- (二) 守时守频，舒展节奏/108
- (三) 配置专员，加强管理/109
- (四) 真诚交流，正视围观/112
- (五) 积极应对，平息质疑/112
- (六) 短小精悍，掷地有声/113
- (七) 整理备案，有据可查/116

二、政务微博的“术”：领导干部上微博的“八抑”/117

- (一) 脱掉空壳,让微博充实起来/117
- (二) 重视民意,让微博互动起来/118
- (三) 取消官腔,让微博亲和起来/120
- (四) 开放评论,让微博灵活起来/122
- (五) 制止谣言,让微博真实起来/122
- (六) 注重原创,让微博丰富起来/126
- (七) 避免粗俗,让微博高雅起来/127
- (八) 谨防错位,让微博明晰起来/128

三、政务微博的“势”：领导干部上微博的全套攻略/129

- (一) 定位角色形象,明确责任边界/130
- (二) 汲取语言营养,畅享温馨“围脖”/131
- (三) 官民阳光互动,触摸和谐脉搏/132
- (四) 把握微博尺度,做到谨言慎行/132
- (五) 弃“粉丝政绩”,反对形式主义/134



第五章

冰壶释前嫌： 领导干部上微博的危机与应对

一、微博危机的内涵及特点/138

- (一) 微博危机的涵义/138
- (二) 微博危机的特点/138
- (三) 对微博危机的认知界定/139

二、领导干部个人微博的危机/141

- (一) 领导干部个人微博危机的内容/141



- (二) 领导干部个人微博危机产生的原因/143
- (三) 领导干部个人微博的危机引发的挑战/145
- (四) 领导干部个人微博危机的应对/147
- (五) 领导干部个人微博危机的处理程序/151
- (六) 领导干部怎样利用微博/152

三、政务微博危机及其应对办法/154

- (一) 政务微博危机的内容/154
- (二) 政务微博危机产生的原因/154
- (三) 政务微博危机的传统应对方式/157
- (四) 政务微博危机的正确应对原则/159



第六章

执政终为民： 做一名人民群众信赖的党的好干部

一、深刻了解微博：新时期领导干部勤政为民的桥梁和载体/172

- (一) 信息化程度不断提高，微博问政条件已成熟/172
- (二) 微博技术优势明显，媒介竞争力强/172
- (三) 微博问政得到党和政府的大力支持/173

二、正确使用微博：新时期领导干部勤政为民的必然选择/174

- (一) 熟悉微博，提高实际操作能力/174
- (二) 发言须谨慎，有所为，有所不为/175
- (三) 高效快捷，讲究策略，维护社会稳定/175



三、发挥微博功能:新时期领导干部不断做到勤政为民、务实清廉/176

- (一) 以微博为窗口,提高处理社情民意能力/176
- (二) 弘扬主流价值观,做网络秩序的维护者/177
- (三) 勤政为民,务实清廉,为民众办实事/178




附录

附录一:全国人民代表大会常务委员会关于维护互联网安全的决定/183

附录二:互联网信息服务管理办法/186

附录三:互联网新闻信息服务管理规定/191

附录四:北京市微博客发展管理若干规定/200



第一章 见微能知博： 什么是微博

微博即微型博客(micro-blogging),是基于有线和无线互联网终端发布简短信息,供其他网友共享的信息网络。

由于用户每次只能发布 140 个字符以内的内容,所以得名。有个形象的比喻:在微博上,当你的粉丝超过 100 个,你就是一本内刊;当你的粉丝超过 1 000 个,你就是个布告栏;当你的粉丝超过 1 万个,你就是一本杂志;当你的粉丝超过 10 万个,你就是一份都市报;当你的粉丝超过 100 万个,你就是本地电视台;当你的粉丝超过 1 000 万个,你就是省级电视台;当你的粉丝超过 1 亿个,你就是中央电视台。那么究竟什么是微博?让我们从源头上探寻微博的奥秘。



一、微博成长史：从 Twitter 到微博

互联网的出现是人类历史上的一次重大变革。微博作为网络时代的新型媒介，它和任何新生事物一样，有一个产生、发展和不断完善的过程。微博是一种通过关注机制分享简短实时信息的广播式的社交网络平台。微博源于美国的社交网站推特(Twitter)。Twitter 运用一种通讯软件，使用户不需要输入自己的手机号码，即可通过网站接收和发布信息。Twitter 的主要用途是将网民的想法用最简单的语言发布到网上，使彼此加“关注”的朋友可以随时了解对方的动态。微博是在博客和社交网络(SNS)的“新鲜事”技术创新的基础上，通过 Twitter 的技术设计而产生的，它有许多独特的技术优势。微博一问世就向世人展示了其强大的生命力。它迅速冲击媒体市场，具有广阔的发展前景。

(一) 推特(Twitter)——微博的鼻祖

1. 推特(Twitter)的由来

推特(Twitter)是国外的一个社交网络及微博客服务的网站，它利用无线网络、有线网络、通信技术进行即时通信，是微博客的典型应用。

Twitter 允许用户将自己的最新动态和想法以短信方式发送给手机和个性化网站群，而不仅仅是发送给个人。2006 年，博客技术先驱 blogger.com 创始人埃文·威廉姆斯创建的新公司 Obvious 推出了 Twitter 服务。2006 年 7 月，Twitter 面向公众开放，2007 年 4 月开始独立运营，截至 2010 年 11 月，Twitter 注册用户数量已达 1.75 亿；截至 2011 年 12 月底，注册用户超过 4 亿，并逐渐在新闻、教育等领域发挥重要作用。

在最初阶段,这项服务只是用于向好友的手机发送文本信息。2006年底,Obvious 对服务进行了升级,用户无需输入自己的手机号码,就可以通过即时信息服务和个性化 Twitter 网站接收和发送信息,将自己的所见所闻、所思所想用几句话发布到网上与朋友们分享。

关于 Twitter 的名字来历,要从一只蓝色小鸟说起。Twitter(啁啾)就是这只鸟的叫声,其特点是短、频、快。创始人在这项服务命名时想捕捉一种感觉——那种你在任何地方即时接收朋友信息而产生的愉悦感觉。这种“很弱的脉冲信号”与“小鸟的啁啾”正符合这个产品的大体设计思路,符合网站的内涵,因此 Twitter 被选择作为网站名称。



2. 推特(Twitter)的运用

作为一个活跃的社交网站, Twitter 受到众多年轻人的追捧,在新闻、教育等领域发挥着重要的作用。

(1) 推特(Twitter)在新闻领域的运用

随着资讯碎片化时代的到来,推特(Twitter)在新闻领域的作用越来越大。

例如,曼哈顿坠机事件、奥巴马的竞选动态、汶川地震等新闻的播发,最初都是以消息的形式出现在 Twitter 上的,比电视、门户网站和报纸的报道都早。Twitter 已成为新闻报道和追踪热门话题最有用的工具。

2009年1月15日下午, Twitter 上出现这样一条消息:“我刚刚看到一架飞机坠落到曼哈顿的哈德逊河里。”起初,大部分人以为这又是一个常见的恶作剧。可是15分钟之后,《纽约时报》网站上公布了这则新闻,又过了15个小时,纽约当地出版的报纸上才刊登了这条新闻。Twitter 上的这则消息是一位名叫卡拉姆斯的用户发布的。当时他正好在哈德逊河畔漫步,用手机实时拍摄了坠



机事件的相关图片，上传到 Twitter 上，最先发布了这一消息，消息中还有图片的链接网址。很快，无数人加他为好友，开始跟随他。他又继续发布消息：“我现在冲到河里救人，太疯狂了！”后来，他把自己的手机借给了失事飞机上的一位乘客，直到晚上那位乘客才归还。卡拉姆斯受到互联网信息分享文化的影响。当他目睹飞机坠落，自己又处在突发事件的现场，他的第一反应就是拍照，然后上传到网络上。这一连串举动没有涉及经济利益，这种文化也是 Twitter 生存的基础。

2009 年 8 月，当美国总统奥巴马的医疗改革计划的反对者攻击英国的全国医疗体系(NHS)时，成千上万 NHS 的支持者利用 Twitter 的#we love the NHS 的标签对 NHS 表示支持，并反击美国右派的攻击，此举得到英国首相高登布朗的支持。

Twitter 可以让用户发布各种多媒体消息。其信息量常常在某一重大社会事件发生时猛增，对传统的新闻媒体报道方式产生较大的影响。

(2) 推特(Twitter)在教育领域的运用

Twitter 在教育领域有着广泛的应用，有助于教学过程中教师和学生的良性互动。Twitter 还可以为研究人员提供信息交流工具，帮助研究人员跟踪某一学科领域的最新进展等。

长期以来，教师一直在寻求一种能够激发学生兴趣的有效方式。美国德克萨斯大学的历史学教授 Monica Rankin 巧妙地创造了一种新型教学模式——在课堂上使用 Twitter。Monica Rankin 教授使用了“#”标签来整理学生在上课期间通过 Twitter 发布的评论、提问以及信息反馈。一些学生在电脑上下载了 Tweetdeck，以便直接参与；另一些学生则是通过发短信或者将问题写在小纸条上，以参与到这项互动活动中去。

最后，Rankin 在教室内将 Twitter 实况的巨大图像投影出来，用于讨论和建议，学生稍后需要时，可以重新查阅这些信息。尽管目前 Monica Rankin 教授的