

网络党建理论与实践研究

代金平 辛 春 等著



中国社会科学出版社

■ 国家社会科学基金项目 (11BDJ034)

网络党建理论与实践研究

代金平 辛 春 等著



中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

网络党建理论与实践研究 / 代金平等著. —北京: 中国社会科学出版社, 2016. 12
ISBN 978 - 7 - 5161 - 9025 - 8

I. ①网… II. ①代… III. ①互联网络—应用—中国共产党—党的建设—研究
IV. ①D26 - 39

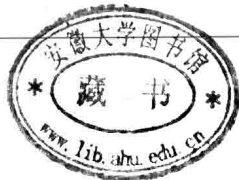
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 237628 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 孔继萍
责任校对 季 静
责任印制 何 艳

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010 - 84083685
门 市 部 010 - 84029450
经 销 新华书店及其他书店

印刷装订 北京市兴怀印刷厂
版 次 2016 年 12 月第 1 版
印 次 2016 年 12 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 18.5
插 页 2
字 数 294 千字
定 价 69.00 元



凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话: 010 - 84083683
版权所有 侵权必究

目 录

第一章 互联网发展对党的建设带来的机遇与挑战	(1)
一 网络发展的现状	(1)
(一)互联网的诞生	(1)
(二)互联网的发展现状	(3)
二 网络发展对党的建设带来的机遇与挑战	(10)
(一)网络发展对党的建设带来的机遇	(11)
(二)网络发展对党的建设带来的挑战	(17)
三 深入开展网络党建研究,推进网络党建工作的必然性、 紧迫性	(22)
(一)网上党的思想建设的必然性和紧迫性	(22)
(二)网上党的组织建设的必然性和紧迫性	(23)
(三)网上党的作风建设的必然性和紧迫性	(24)
(四)网上党的反腐倡廉建设的必然性和紧迫性	(25)
(五)网上党的制度建设的必然性和紧迫性	(26)
第二章 网络党建现状调研	(28)
一 调查研究设计	(28)
(一)调查维度及内容	(28)
(二)调查工具及题项	(30)
(三)调查对象及抽样	(31)
二 网络党建网站板块功能调查	(34)
三 网络党建网站更新情况调查	(37)
四 以各网站“学习培训”为样本进行使用情况调研	(40)

五 党建网站(网页)典型案例分折	(41)
(一)共产党员网(http://www.12371.cn/)	(42)
(二)昌吉博格达网(http://www.xjcjdj.cn/)	(44)
(三)红岩网校(http://hongyan.cqupt.edu.cn/)	(46)
(四)新浪网(http://www.sina.com.cn/)	(48)
六 当前党建网站存在的问题及建议	(48)
第三章 网络党建的一般理论研究	(52)
一 网络党建的内涵	(52)
(一)网络党建的两种理解模式及其评价	(52)
(二)网络党建与传统党建的关系	(56)
(三)网络党建的界定及其内涵	(59)
二 网络党建的主题、内容和功能	(62)
(一)网络党建的主题	(62)
(二)网络党建的内容	(65)
(三)网络党建的功能	(69)
三 网络党建的一元化指导思想与网上多样化社会思潮的关系	(69)
(一)网上多样化社会思潮:网络党建的重要际遇	(69)
(二)坚持和巩固网上多样化社会思潮中马克思主义的一元化指导	(72)
第四章 网络党建平台建设研究	(76)
一 党建网站建设的指导思想与原则	(77)
(一)坚持正面导向的方向性:党心凝聚与民意汇集	(78)
(二)坚持贴近实际的针对性:党员管理与党群互动	(81)
(三)坚持资源整合的协调性:体系构建与功能发挥	(82)
二 党建网站的意识形态属性和内容板块要求	(85)
(一)党建网站的意识形态属性要求	(86)
(二)党建网站的内容板块要求	(90)
三 党建网站的时代性和开放性要求	(93)

(一) 党建网站的时代性要求	(94)
(二) 党建网站的开放性要求	(95)
四 党建网站的大众化和便民化要求	(97)
(一) 党建网站的大众化要求	(98)
(二) 党建网站的便民化要求	(100)
五 国内影响力较大的基层党建网站经验总结	(102)
(一) 宁波“江北智慧党建网”的建设情况与经验总结	(103)
(二) 上海“浦东党建网”的建设情况与经验总结	(106)
(三) 重庆邮电大学“红岩网校”的建设情况与经验总结	(108)
 第五章 网上党的思想建设	(110)
一 网络使得党的思想建设面临复杂的局面	(110)
二 网络给党的思想建设提供了前所未有的机遇	(112)
三 通过网络增强党的思想建设能力	(116)
(一) 凝聚能力	(116)
(二) 战斗能力	(119)
(三) 交流能力	(127)
四 网上党的思想建设的原则	(137)
(一) 理论的自信心和实践的自觉性相结合原则	(137)
(二) 系统构建和有的放矢相结合原则	(138)
(三) 静态的目的性和动态的过程性相结合原则	(138)
(四) 尊重主流和适度包容相结合原则	(139)
(五) 渗透性肯定和批判性否定相结合原则	(140)
 第六章 网上党的组织建设	(141)
一 互联网对党的组织建设提出的新要求和提供的 新手段	(141)
(一) 党的组织建设在互联网环境下面临的新情况	(142)
(二) 互联网对党的组织建设提出的新要求	(143)
(三) 互联网为党的组织建设提供的新手段	(144)

二 网络党建队伍的分类与职责	(145)
(一)网络党建队伍的分类	(145)
(二)网络党建干部队伍的职责	(145)
(三)网上党员队伍的职责	(146)
(四)网络志愿者队伍的职责	(147)
(五)网上党的基层组织的职责	(148)
三 网络党建干部队伍的培育	(148)
(一)网络环境下党建干部队伍建设现状	(148)
(二)网络党建干部队伍建设的内容	(149)
(三)努力建设高素质的网络党建干部队伍	(151)
四 网上党员队伍的组织培养	(152)
(一)网上党员队伍培养存在的问题	(153)
(二)切实加强网上党员队伍培养的举措	(153)
五 网络党建志愿者队伍的发展	(154)
(一)加强网络党建志愿者培养的意义	(155)
(二)网上党建志愿者队伍培养的现状	(156)
(三)切实加强网上党建志愿者队伍培养的举措	(157)
六 网上党的基层组织建设	(157)
(一)科学合理推进网上党的基层组织建设	(158)
(二)充分利用网络,发挥好党的基层组织在改革 发展中的政治核心作用	(158)
(三)创新网上党的基层组织建设,发挥战斗堡垒作用	(159)
七 网上党内民主建设	(160)
(一)网上党内民主建设的基本内涵	(160)
(二)网上党内民主建设的主要特点	(161)
(三)加强网上党内民主建设的基本要求	(162)
八 网上党的组织建设新的特点和成效	(162)
(一)网上党的组织建设的新特点	(162)
(二)网上党的组织建设的新成效	(164)

第七章 网上党的作风建设	(165)
一 中国共产党作风建设的探索	(165)
(一) 党的作风关系党的生死存亡	(165)
(二) 党的作风建设思想不断创新和发展	(168)
二 网上党的作风建设面临的新挑战	(170)
(一) 马克思主义信仰遭遇冷遇	(170)
(二) 以作风建设促进改革创新的要求更高	(172)
(三) 党群关系经受考验	(174)
三 网上党的作风建设的主要内容	(175)
(一) 坚定马克思主义信仰,净化网络党风建设新场域	(175)
(二) 大兴理论联系实际之风,构建学习教育新模式	(178)
(三) 大兴密切联系群众之风,畅通网络沟通新渠道	(181)
(四) 大兴求真务实之风,完善网络监督新机制	(184)
四 互联网时代党的作风建设的新特点	(185)
(一) 党风建设外部环境复杂化	(186)
(二) 党群互动频繁化	(187)
(三) 网络监督党风常态化	(189)
第八章 网上党的反腐倡廉建设	(192)
一 互联网背景下党反腐倡廉工作面临的新形势、新挑战	(192)
(一) 网络反腐成为互联网时代党反腐倡廉工作的新形式	(193)
(二) 网络反腐成为互联网时代党反腐倡廉工作的新战场	(194)
(三) 网络反腐成为互联网时代党反腐倡廉工作的新渠道	(194)
二 网上党反腐倡廉建设的新途径、新举措	(195)
(一) 教育和惩戒并驾齐驱,强化廉政文化建设	(196)
(二) 结合互联网监督,健全反腐倡廉制度	(198)
(三) 强化廉政责任制,切实维护百姓利益	(201)
三 把网络建设成为党反腐倡廉的新阵地	(203)
(一) 兴利除弊,探析网络反腐的优势与弊端	(204)
(二) 与时俱进,努力把网络建设成为党反腐倡廉的新阵地	(207)

第九章 网上党的制度建设	(216)
一 党的制度建设现状	(216)
(一)制度的基本内涵、特征和构成要素	(216)
(二)党的制度建设的基本内涵和基本内容	(218)
(三)党的制度建设的成效	(218)
(四)党的制度建设的不足	(220)
二 互联网对党的制度建设的影响	(225)
(一)基于民主制度建设的网络信息传播特征	(225)
(二)互联网对党的制度建设提供的机遇	(226)
(三)网络传播对党的制度建设的挑战	(229)
三 网上党的制度建设的主要内容	(233)
(一)网上党的制度建设的思想准备	(233)
(二)通过网络、依托网络、针对网络完善党的制度	(234)
(三)以网络为媒介推动党的具体制度建设	(235)
四 研究网络党建矛盾,推进网上党的制度建设	(244)
(一)网上党的制度建设既要坚持民主理念,又要防止对民主的异化	(244)
(二)从协调发展的角度出发,通过网络循序渐进推进党的制度建设	(244)
(三)认识网络建设的基本条件,健全网上党的制度建设的保障机制	(245)
(四)科学认识网络民主的优势和局限,全方位推进网上党的制度建设	(245)
第十章 国外主要政党网络党建经验借鉴	(247)
一 国外一些政党推动网络党建的主要背景与动因	(247)
(一)全球化、信息革命时代来临催生电子党建	(247)
(二)国外政党传统的组织建设模式缺乏吸引力	(248)
(三)政党的传统传播模式受挫及功能与可行性下降	(249)
(四)公民社会在多国兴起与传统政党争夺民众	(250)

二 国外一些主要政党网络党建的基本举措	(250)
(一) 开设主题网站和网页	(250)
(二) 设立政党领袖网站、网页或博客平台	(253)
(三) 网络成为多党制国家进行选举活动的重要战场	(254)
(四) 网络互动和党务公开促进党员群众参与	(258)
(五) 网络政党——党的组织建设新形式	(261)
(六) 亲近新兴传媒并引导社会舆论	(263)
(七) 推动电子党务与信息规范管理	(264)
三 国外一些主要政党网络党建的经验教训	(265)
(一) 追赶时髦和超越党内现实	(266)
(二) 党中央(总部)对全党的掌控与现实影响力下降	(267)
(三) 导致新媒体作用过于凸显	(268)
(四) 虚假信息与信息安全干扰党务活动	(269)
(五) 导致领袖个人威望膨胀和个人专权	(270)
四 对我国网络党建的借鉴与启示	(271)
(一) 网络党建是党建工作发展的必然要求和重要途径	(271)
(二) 必须锐意改革、紧跟时代、大胆创新	(272)
(三) 必须加强学习并着力培养高素质党务信息管理人才	(272)
(四) 网络党建应与传统党建有机结合	(273)
(五) 不能利用网络党建来损害党的利益	(273)
(六) 提升党的软实力与防范西方和平演变并行不悖	(274)
主要参考文献	(275)
后 记	(283)

第一章

互联网发展对党的建设 带来的机遇与挑战

任何一种技术都是人类意愿的表达，任何一种媒介都不能摆脱与政治的关系。诞生于军事领域的互联网更带有与生俱来的政治性，广泛影响政治生活的方方面面。作为现代政治生活的主体之一，政党的生存与发展深受互联网的影响，既面临难得的机遇，也面临突出的挑战。

一 网络发展的现状

互联网诞生以后发展异常迅速，广泛渗透于生产生活的每一个角落。今天，互联网已成为社会生活的重要组成部分，深刻影响着人们的生产方式、生活方式、交往方式和思维方式。

（一）互联网的诞生

互联网是由若干计算机网络相互连接而成的网络。由美国阿帕网发展而来的因特网是全球最大的互联网。

1946年2月14日，全球第一台电子计算机“电子数字积分计算机”在美国宾夕法尼亚大学问世。这台计算机占地170平方米，重达28吨，每秒可执行5000次加法或400次乘法运算，是美国军方为满足计算弹道需要而定制的。电子计算机的诞生，使自动高速处理海量数据成为现实。但是，计算机之间如何进行数据交换依然是一个难题。

科学技术的迅速发展和东西方两大阵营的尖锐对峙，催生了互联网。

1951年由于担心苏联空袭,美国军方资助麻省理工学院成立林肯实验室,专门研究防范苏联空袭的远距离预警系统。^①这套系统采用中央控制,通过对计算采集来的各个雷达站的信号来判断是否有敌机来犯,并采取防御措施。1962年的古巴导弹危机给美国敲响了警钟:只要摧毁了中央控制系统的中心,就可以摧毁整个系统。因此,肯尼迪命令美国国防部高级研究计划署(DARPA),改进安全结构,保证美国军用指挥系统在遭受打击后,各部门之间仍能保持联系。由此产生了建立分散指挥系统的设想:该系统由若干分散的指挥点构成,若部分指挥点被摧毁,不影响其他指挥点的正常工作,且这些指挥点能绕过那些已被摧毁的指挥点继续保持联系。1964年3月,保罗·巴兰提出建立一种没有明显中央控制的通信系统,在这种通信系统中任何两个点都可以建立联系,继而任何一个指挥点的破坏都不至于导致整个通信网络的破坏。^②巴兰的分布式网络理论的提出,是网络发展最关键的一步,赋予了互联网分布、开放、无中心的基本特质。

1969年9月2日,在洛杉矶加州大学伦纳德·克兰罗克(L. Kleinrock)教授的实验室中,一条约5米长的电缆将两台庞大的主机连接在一起,一组测试信息在其间传输。互联网就此诞生。这一年,在美国国防部高级研究计划署资助下,加州大学的洛杉矶校区和圣芭芭拉校区、斯坦福大学以及盐湖城的犹他州立大学的计算机主机被连接起来,组成阿帕网(ARPANET)。位于各个结点的计算机采用分组交换技术,通过专门的通信交换机(IMP)和通信线路相互连接。阿帕网就是互联网的雏形。

阿帕网最初是用电话线连接的。20世纪70年代初,出现了无线的网络。怎样才能将别的网络与阿帕网相连接?在阿帕网工作的鲍勃·卡恩(Robert E. Kahn)于1972年潜心研究此问题,并提出以网络“黑盒子”实现网络互连的设想。1973年春,温登·泽夫(Vinton G. Cerf)勾画出用路由器将几个网络连接起来的草图。1974年,鲍勃·卡恩和温登·泽夫合作提出TCP协议(传输控制协议)。1978年,全球地址功能与路径

① 张傲翔:《从互联网诞生说起》,《信息网络安全》2003年第10期。

② 同上。

控制,以及从 TCP 中剥离出来作为独立的 IP 协议(网间协议),重新定义, TCP/IP 协议由此诞生。这一年, TCP/IP 协议成为美国国防部数据通信网络的标准。TCP/IP 协议为协同通信创造了条件,是互联网发展的里程碑。因为互联网不仅是主机互联,也是网络互联。没有能接纳不同网络技术的协议,就没有互联网。

1983 年阿帕网各站点的通信协议全部转为 TCP/IP 协议,标志着互联网正式诞生。1987 年连接在互联网上的主机数突破 10000 台。1993 年 9 月,克林顿政府公布《国家信息基础设施:行动纲领》(简称“NII”),宣布实施“永久改变美国人生活、工作和沟通方式”的“国家信息基础设施计划”,期望通过信息技术提升人们的生活质量、提高企业的工作效率、改善政府的服务水平。由此,在全世界掀起信息高速公路的讨论和建设热潮。至 1995 年,随着新兴电子化业务大量的出现,进入互联网的国家 and 地区达到 168 个,接入互联网的网络达 46000 多个,计算机逾 640 万台,用户 6000 多万。^① 1996 年,各大企业纷纷建设自己的互联网网站,成为一个新热点。

(二) 互联网的发展现状

自 1994 年中国成为真正拥有全功能互联网的国家以来,互联网在中国的发展异常迅速。^② 概括起来,中国互联网发展呈现出以下特点和趋势:

1. 网民规模庞大,发展迅速

据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第 38 次中国互联网络发展状况统计报告》所提供的数据^③,截至 2016 年 6 月,中国网民规模达 7.10 亿,互联网普及率为 51.7%。拥有域名 3698 万个(其中,“.CN"域名总数为 1950 万),网站 454 万个。1997 年,中国互联网络信息中心第一次统计我国互联网络状况,是时,我国上网计算机共计 29.9

① 《Internet(因特网)走过卅年》,《中国科技信息》1997 年第 11 期。

② 1994 年 4 月 20 日,中国国家计算机与网络设施工程通过美国 Sprint 公司连入互联网的 64K 国际专线,实现了与互联网的全功能连接。自此,中国成为真正拥有全功能互联网的国家。

③ 中国互联网络信息中心:《第 38 次中国互联网络发展状况统计报告》,http://www.cnnic.cn/hlwfyj/,2016 年 8 月 6 日。

万台（其中，直接上网计算机 4.9 万台，拨号上网计算机 25 万台），上网用户 62 万（其中，大部分是拨号上网，直接上网与拨号上网用户数之比约 1:3），“.CN”域名 4066 个，网站约 1500 个。^①而今，仅 2016 年上半年新增网民就达 2132 万人，手机网民规模达到 6.56 亿，每人每周平均上网 26.5 小时。信息技术的发展，不仅降低了上网设备价格、丰富了上网设备种类、提高了网络接入的便利性，使更多人可以使用网络，使上网场景更加丰富多元；而且大大提高了信息传输速度，尤其是 Wi-Fi 覆盖面迅速扩大和 4G 的启用，为网民提供了更优质的上网体验。

2. 移动互联网急剧扩张

现时代是移动互联网迅速扩张的时代。《第 38 次中国互联网络发展状况统计报告》提供的数据显示^②，截至 2016 年 6 月，中国手机网民规模达 6.56 亿，较 2015 年底增加 3656 万人。网民中使用手机上网人数占比由 2015 年的 90.1% 提升至 92.5%。手机作为第一大上网终端设备的地位更加巩固。相关数据还表明：手机上网是中国网民增长的主要动力，手机用户是新增网民的第一来源。与此同时，手机端的多种应用也飞速增长。其增长速度，远远高于整体互联网应用的增长速度。其中，手机搜索半年增长率 9.7%，手机网络游戏半年增长率 8.3%，手机视频半年增长率 8.7%。手机不仅是通信工具、娱乐工具，也是重要的商务工具。2016 年上半年，手机购物用户规模达到 4.007 亿户，半年增长 18%，手机购物的使用比例由 54.8% 提升至 61.0%。同时，手机支付使用率由 2015 年底的 57.7% 增至 64.7%，用户规模半年增长 18.7%，成为网络应用发展的最大亮点。由于移动支付打通各种商务应用，迅速拉动移动商务类应用快速增长。可见，网民互联网使用行为不仅在向手机端转换，而且通过移动支付迅速提升商务类应用在网络应用中的地位。

移动互联网的迅速发展一方面得益于网络和宽带技术的发展，另一方面得益于智能终端尤其是智能手机的普及。据工信部运行监测协调局公布的数据，2014 年 1—2 月，我国移动电话用户净增 450.7 万，达 12.4 亿

① 毛伟、代笠：《中国 Internet 发展状况统计报告》，《今日电子》1998 年第 1 期。

② 中国互联网络信息中心：《第 38 次中国互联网络发展状况统计报告》，<http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/>，2016 年 8 月 6 日。

户；3G 移动电话用户净增 2817.5 万，总数达到 4.3 亿户，在移动电话用户中占比 34.7%，比上年同期提高 11.7 个百分点。^① 移动互联网的快速扩张，突破了时间和空间的限制，推动我们从 PC 时代进入移动互联时代，从“人随网走”转变为“网随人走”，无时不网络、无地不网络已成为现实。移动互联网的发展，扩大了互联网覆盖面，再次推进互联网的全球普及，促进了网络应用和服务的丰富，手机报、手机电视、手机阅读、手机银行、手机支付等移动互联业务蓬勃发展，不断满足受众多元化的需求。随着手机功能的不断完善，逐步兼容电脑、电视等功能，“多屏合一”已成必然。不仅如此，随着移动带宽技术的迅速提升，电视机、平板电脑、电子阅读器、车载设备、眼镜、手表等已经或正在成为移动互联网的终端，未来的互联网将以移动网络为主，或者就是移动互联网。

移动互联网的发展深刻改变着我们的生活方式、学习方式、工作方式甚至思维方式。尤其值得注意的是，移动互联网的发展强化了受众的自主性。首先，由于无线网络覆盖面迅速扩大、网速不断提高，能提供越来越多的智能应用和服务，给予人们更大的选择空间。其次，移动互联网的随身性、身份确定性等特点，也赋予人们更多的交互性和自主性。^②

3. 社交媒体影响政治生活

尽管自社交媒体兴起以来西方一直处于主导地位，“脸谱”、“推特”等遥遥领先，但是，由于社交媒体在北美和欧洲发展较早并且普及率很高，因此，人口众多的亚洲成为社交媒体的新生土壤。在我国，腾讯 QQ、新浪微博、人人网等都拥有海量用户且增长迅速。法国国际检验局（Bureau Veritas，BV）2012 年发布的品牌报告显示，在全球排名前 30 的最具影响力社交媒体品牌中，中国品牌占据 8 席。^③ 其中，QQ 空间第 4 名，新浪微博第 5 名。

在社交媒体中，微博和微信值得注意。在经历了 2011 年的爆发式增长后，2012 年微博用户规模达到 2.75 亿。2013 年，由于商业化不理想和

① 中华人民共和国工信部网站：《TD 移动电话用户占比突破 50%》，<http://www.miit.gov.cn/n11293472/n11293832/n11294132/n12858447/15928290.html>，2014 年 3 月 20 日。

② 唐绪军：《中国新媒体发展报告（2013）》，社会科学文献出版社 2013 年版，第 167 页。

③ 唐绪军、黄楚新、刘瑞生：《融合成为主流——〈中国新媒体发展报告〉盘点及预测》，《中国报业》2013 年第 7 期。

竞争对手的冲击,微博用户量有所下降。截至2014年6月,我国微博用户规模为2.75亿,网民中微博使用率为43.6%。微博的发展逐渐趋于稳定,呈现出集中化趋势,用户使用成熟度和内容偏好度逐渐加深。微博的作用在不断提升,不仅是个人信息发布平台,而且成为相关机构和其他媒体的信息发布交流平台,也为手机应用、社交等提供了平台支持。同时,其用户面越来越广,从早期的以一、二线城市为主,逐步发展到三、四线城市乃至更低级别地区。微博的影响力不容忽视。电视、广播、报纸、杂志等形态的传统媒体纷纷进军微博。2012年,仅新浪微博认证的媒体微博就高达11万个,其中,媒体机构微博17221个,媒体人微博92945个。2013年,媒体机构微博认证数量同比增加40%,媒体人微博认证数量同比增加33%。媒体微博由于其对信息传播规律的精准把握和信息传播的及时性,具有显著的传播力与引导力。微信自2011年1月正式推出后,其发展速度超乎想象。从0到1亿,14个月;从1亿到2亿,6个月;从2亿到3亿,4个月;此后以每5个月1亿的速度增长。微信以人际关系和组织传播为特征,形成独特的圈子传播模式。因其较高的信息传播到达率、阅读率、转发率而具有很大影响力。微信不仅仅是熟人社区,随着移动营销、移动支付和邮箱、新闻、音乐等插件的应用,微信的服务功能越来越强大,在O2O领域有着巨大的发展空间。人民网舆情监测室与腾讯微博联合发布的《2014上半年度腾讯政务微博发展研究报告》提供的数据显示:截至2014年6月15日,腾讯微博认证的政务微博达到181524个,其中党政机构微博111728个,公务人员微博69796个。政务微信认证数超过5000个,其中,有58个中央部委开通官方微博,29个中央部委开通政务微信,有22家中央机构同时开通微博、微信。^①

社交媒体不仅加强了人们之间的联系,成为政府、企业、社会公众人物信息发布的重要平台,而且推动着社会变革,促进社会资源与权力的合理分配。尤其是在政治领域发挥着重要作用,在政治议程的设置、外交路径的拓展等方面有着不容忽视的影响。奥巴马当选总统让人们充分认识到社交媒体的政治影响力,在选举当天,共产生了3100万条关于大选的

^① 人民网:《人民网舆情监测室发布2014上半年腾讯政务微博报告》, [http://yuqing. people.com.cn/n/2014/0722/c209043-25317245.html](http://yuqing.people.com.cn/n/2014/0722/c209043-25317245.html), 2014年7月22日。

“推特”信息。社交媒体受到众多政府机构和领导人的青睐。75%的南美政府、83%的北美政府拥有“推特”信账号，3/4的欧洲领导人活跃在“推特”信。^①

在中国，公民、政府、社会组织等通过微博积极互动，多元社会群体在微博上集体发声，构成一种全新的政治生态。微博不仅是民意表达渠道，也是各级政府联系群众、掌握民意的渠道。2011年被称为中国“政务微博元年”，从这一年起，权威信息发布又增加了一个渠道——“官微”。这一年，政务微博犹如井喷，富有鲜明地区特色、职能特征、个人特点的政务机构微博和个人微博如同雨后春笋。据人民网舆情监测室发布的《2013年新浪政务微博报告》提供的数据，截至2013年10月底，新浪政务微博100151个，其中，机构微博66830家，公职人员微博33321位。比上一年同期增长4万余个，增长率超过60%。从职能来看，政法系统较为活跃。共有24270个政法微博，其中，政法机构微博17279个，政法官员微博6991个。最高人民法院、31个省级高院和150余个地方中院全部开通官方微博。从发博量上看，影响力“Top1000”的政务机构微博和影响力“Top1000”的官员微博，一年共发微博8609428条，机构账号和官员账号平均发博量分别为5553条和3057条。需要特别指出的是，2013年是中央部委全面进军微博的一年。截至2013年12月，共有国资委、国土资源部等77个中央部门或其直属机构在新浪开通政务微博。12月18日，国务院办公厅政府信息公开办公室在新浪开通“中国政府网”政务微博，引发舆论高度关注。可见，微博在公众问政、政府行政、党的执政方面发挥着重要作用，是政治文明建设不可忽视的重要阵地。

4. 大数据推动现实世界与网络社会快速切换

2013年被称为“大数据元年”，大数据从概念变为现实，全面而深刻地影响社会生活。信息网络技术的飞速发展催生大数据。云计算、移动互联网、物联网、社交网络、电子商务、即时通信、网络社区等为规模巨大、类型多样的数据提供持续生成空间，推动着现实世界与网络社会的快速切换。

^① 博雅公共关系有限公司：《各国领导人 Twitter 使用情况调查》，《国际公关》2012年第5期。