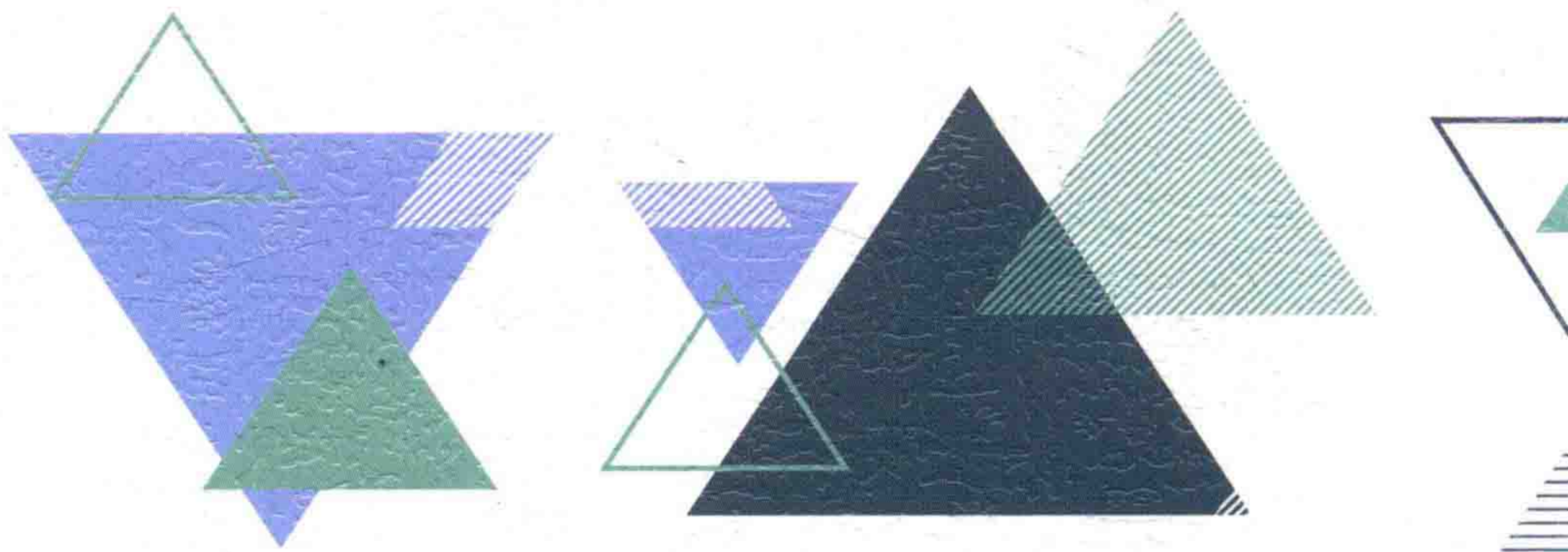


中共北京市委党校
北京行政学院学术文库系列丛书

政务微博公众认可度因素分析

ZHENGWU WEIBO GONGZHONG RENKEDUYINSU FENXI

李颖 著



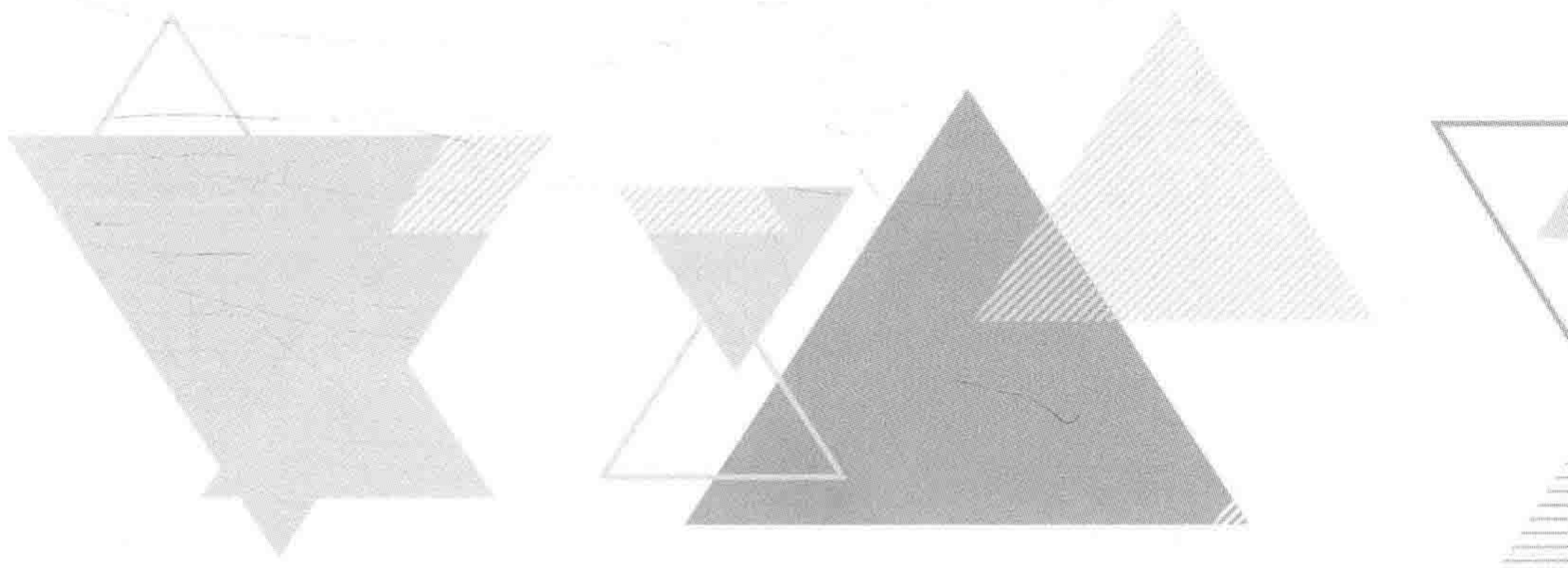
中国社会科学出版社

中共北京市委党校
北京行政学院学术文库系列丛书

政务微博公众认可度因素分析

ZHENGWU WEIBO GONGZHONG RENKEDUYINSU FENXI

李颖 著



中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

政务微博公众认可度因素分析/李颖著. —北京: 中国
社会科学出版社, 2017. 1
ISBN 978 - 7 - 5161 - 8486 - 8

I. ①政… II. ①李… III. ①电子政务—研究—中国
IV. ①D630. 1 - 39

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 261076 号

出 版 人	赵剑英
责任编辑	王 曦
责任校对	周晓东
责任印制	戴 宽
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	北京君升印刷有限公司
版 次	2017 年 1 月第 1 版
印 次	2017 年 1 月第 1 次印刷
开 本	710 × 1000 1/16
印 张	13
插 页	2
字 数	203 千字
定 价	58. 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

前言

随着自媒体的兴起，传统媒体掌控的信息传播格局正在被打破。微博作为新兴的媒体平台，一方面成为公众对公共事务及公共话题发表意见和建议的公共平台；另一方面也成为流言和谣言肆意传播的场所。为应对新兴媒体平台对政府社会治理带来的挑战，政府必须在这个平台发声，传递正能量。党的十八大提出，要加强和改进网络内容建设，唱响网上主旋律。自2011年政务微博元年开始，一些党政机构和官员积极探索在微博平台进行舆论引导，提高政府服务水平，积极利用这一新兴媒体工具发挥创新社会治理作用。

习近平在今年召开的网络安全和信息化工作座谈会上指出网信事业要发展，必须贯彻以人民为中心的发展思想。各级党政机关和领导干部要学会通过网络走群众路线，经常上网看看，潜潜水、聊聊天、发发声，了解群众所思所愿，收集好想法、好建议，积极回应网民关切、解疑释惑。善于运用网络了解民意、开展工作，是新形势下领导干部做好工作的基本功。因此，要推动党政机关和领导干部积极运用微博，积极拓展联系群众、服务群众的渠道和手段，及时发布权威信息，积极回应社会关切，不断改进政府工作，使政务微博成为与群众沟通交流的新平台，成为了解群众、贴近群众、为群众排忧解难的新途径，成为发扬人民民主、接受人民监督的新渠道。

本书作为国家社会科学基金项目《以公众为中心的政务微博运行机制研究》（12BGL124）的成果，通过对当前政务微博前台运营状况的定量分析、对后台管理人员的调研，采集微博平台公众对政务微博的意见和建议，提出以公众为中心的政务微博运营模式，具体运营模式参考中国社会科学出版社出版的《政务微博运行机制》。

本书第一章通过微博在国内外的发展和应用现状的介绍，分析其

对我国社会治理环境的影响以及对社会治理带来的机遇和挑战。第二章介绍了政务微博开设意义及其功能,分析了当前政务微博发展运营特点及状况。第三章通过在新浪微博平台上从70332条相关微博中,人工筛选出1708条公众对政务微博评价中有实际价值的微博内容,分析公众对政务微博的肯定、表扬、批评和建议的数据,并结合前台监测以及后台调研资料,整理出政务微博存在的问题、制约政务微博影响力的因素以及后台运营面临的困难。第四章根据不同级别和领域选取了国内较有影响力的27家机构微博,从微博发布维度对近万条政务微博发布数据,使用人工手段以及大数据技术等,分析影响政务微博粉丝数、活跃度的因素。第五章从政务微博回应维度,对39家机构采集的网民3万多条@信息数据,从中分析影响政府与网民互动效果的因素。

课题在调研中得到了许多部门和领导的大力支持,在此向他们表示衷心感谢。

李 颖

2016年5月6日

目 录

第一章 微博对社会治理带来的影响	1
第一节 微博的功能与特征	1
一 什么是微博	1
二 微博的传播特点	2
第二节 Twitter 对国际社会带来的影响	3
一 Twitter 的出现	3
二 骚乱与变革的推手	4
第三节 微博在我国的发展和应用状况	6
一 经历沉浮	6
二 微博用户的构成	7
第四节 微博对我国社会治理环境带来的改变	13
一 微博成为公共媒体平台	13
二 引发信息传播格局的改变	14
三 推动形成两个舆论场	14
四 促进社会治理模式变革	16
第五节 微博对政府社会治理带来的机遇	17
一 参与——扩大公众参政议政能力	18
二 问责——推动阳光政府的建设	22
第六节 微博对政府社会治理带来的挑战	25
一 解构政府的主流价值观传播	25
二 官方舆论引导力处于被动局面	26
三 意见领袖引导微博舆论	27
四 负面信息常态化引发政府信任危机	28

五	突发事件考验政府的信息控制力	29
第二章	政务微博的意义、功能及国内外的运用	30
第一节	政务微博开设的意义	30
一	推进我们党执政思路和执政理念的转变	30
二	提高服务型政府建设水平	32
三	占领微博舆论阵地	34
第二节	政务微博的功能	36
一	拓展政府信息公开的渠道	36
二	提供动态信息服务	37
三	扩大地方宣传	39
四	突发事件权威发布	39
五	更便捷的咨询工具	41
六	提供社会治理的公众参与渠道	41
七	回应社会问责	44
八	破除网络谣言	45
第三节	国外政务微博的运用	47
一	美国政府鼓励机构开设 Twitter	47
二	英国政府推动机构 Twitter 的规范化运用	48
三	加拿大将政务微博集体挂在政府网站上	49
四	韩国政府使用 Twitter 检查其网络战略	49
五	印度尼西亚政府利用 Twitter 进行海啸灾害预警	50
六	土耳其市长们积极运用 Twitter	52
七	官员利用 Twitter 平台扩大自己的宣传	52
八	政治家的竞选工具	53
九	国外政府和媒体利用他国微博平台进行对外宣传 ...	54
第四节	我国政务微博发展和运用状况	55
一	政务微博分布状况	55
二	政务微博发展特点	56
三	后台运行管理状况	58

第三章 公众对政务微博运行评价及建议	62
第一节 公众对政务微博的总体评价分析	62
一 总体评价数据	62
二 公众对政务微博积极作用肯定的数据	64
三 公众对政务微博表扬的数据	64
四 公众对政务微博批评的数据	66
五 公众对政务微博建议的数据	67
第二节 公众肯定政务微博的内容分析	68
一 公众肯定政务微博积极作用的内容	68
二 公众表扬政务微博的内容	69
第三节 政务微博存在的问题和面临的困难	71
一 运营管理问题	71
二 信息发布问题	75
三 互动回应问题	78
四 舆情和突发事件应对问题	81
五 官员微博问题	83
六 后台运营面临的困难	86
第四节 公众对政务微博的建议	89
一 公众对政务微博舆情应对的建议	89
二 公众对信息发布的建议	90
三 公众对政务微博互动回应的建议	91
四 公众对政务微博管理的建议	92
五 公众对官员微博的建议	94
第四章 影响政务微博活跃度的因素	95
第一节 影响粉丝数的因素	95
一 粉丝数与机构级别有关	95
二 发微博频率对粉丝数有一定影响	97
三 粉丝数与政务微博开设时间关系不大	99
四 活跃粉丝与粉丝数的关系	100

五	发微博频率对活跃粉丝比例有影响	101
第二节	粉丝数对活跃度的影响	101
一	粉丝数对活跃度稍有影响	102
二	活跃粉丝数对活跃度有一定影响	104
第三节	影响活跃度的微博信息内容	104
一	转发数高的微博内容	104
二	转发数低的微博内容	123
三	引发网民评论的微博内容	125
第四节	影响活跃度的微博信息形式	134
一	微博形式对信息传播的影响	134
二	信息发布时间对活跃度的影响	137
第五章	影响政务微博互动沟通的因素	138
第一节	政府部门业务范围对接收@信息数的影响	138
一	政务微博接收@信息数量情况	140
二	政府部门业务范围决定接收@信息数	145
第二节	粉丝数对接收@信息数的影响	147
一	政务微博粉丝数和接收@信息数量分布情况	147
二	粉丝数与接收@信息数呈正相关性	155
第三节	政务微博接收@信息的类型对回应效果的影响	158
一	政务微博@信息类型分析	159
二	@信息类型影响回应方式	170
第四节	政务微博回应效果对互动沟通的影响	175
一	回复率对互动沟通的影响	175
二	积极回应的@信息类型	178
三	回复时间反映重视程度	181
四	回复内容反映解决问题能力	184

第一章 微博对社会治理带来的影响

微博因其独特的优势，正在成为新闻发布、舆论生成乃至社会动员的重要新兴媒体平台。微博的出现不仅带来了信息传播格局的改变，而且还在我国发展成为民间舆论场，使政府的社会治理环境发生了巨大改变。微博在提供公众政治参与平台的同时，也使政府的社会治理面临新的挑战。

第一节 微博的功能与特征

根据“六度分割理论”，一个人跟世界上另外任何一个人之间，最多通过六个人就可以建立联系，这是社交网络的基本原理。因此，一条信息如果能激起大家的兴趣和关注，从理论上讲，在很短的时间里就可以让全世界所有的人都知道，这条信息从哪里来的已不再重要。这就是微博具有爆炸性的、“核裂变”式的传播能量的原因。

一 什么是微博

微博（MicroBlog 的简称，国外称 Twitter），是一个基于用户关系的信息分享、传播以及获取平台。微博是互联网 Web2.0 技术的产物，也就是说，用户既是网站内容的浏览者，也是网站内容的创建者。任何人只要在微博网站注册开通微博后，就相当于在微博平台上开辟了一个个人网站空间，用户所发的全部信息存放于此。在微博平台上只要对自己感兴趣的用户加关注（或收听），就会成为该用户的粉丝。当被关注的对象发微博信息时，该条信息就会实时自动推送到关注该对象用户的个人微博空间的首页。此外，用户还能像在互联网上搜索某个网页那样，在微博平台上通过搜索用户名或关键字找到匹配的用

户页面或自己未关注对象的微博信息。

微博平台上的操作包括：看、转、评、发。

➤看，是指浏览关注对象推送到自己主页的最新微博信息。

➤转，用户对自己感兴趣的信息进行转发。

➤评，在某条微博信息下面表达自己的看法。

➤发，向自己的微博空间发送不超过 140 个字符的文本、图片、视频链接、地理位置等信息。

二 微博的传播特点

微博的发展拓宽了媒介传播的渠道，信息发布的主体从传统的大众媒介逐渐扩展到个体，改变了传统媒体对信息传播的垄断和对舆论格局的控制，激活了公众发布信息的主动性和发表观点、意见的积极性，对重大事件、突发事件、公民权益等事件的发生和发展起到重大的影响与推动作用。微博传播具有以下几个特点：

其一，微博强化了即时传播性。随着互联网技术发展的成熟和手机客户端业务的普及，互联网和无线终端结合更加紧密，微博用户可以通过电脑、智能手机在浏览器或微博客户端随时随地发布和接收信息，时刻保持移动在线状态，无论走到哪儿，都能随时浏览信息，并表达出自己的意见和看法。140 个字以内的低门槛写作方式更适合普通大众，发布的内容只要涉及日常生活的点滴即可。这种即时的信息发布功能打破了传统博客受限于传播工具、版面、文字表达能力的局面，推进了社会事件的传播进程。

其二，微博传播具有裂变变化。微博以关注、“评论+转发”的形式构建了微博用户之间的“纽带”，建立了无线连接的即时立体传播系统。一个微博用户不需要其他微博博主的同意就可以任意添加“关注”成为其粉丝，微博博主发布的信息会自动在粉丝的页面上实时显示。粉丝看到信息后通过“评论+转发”功能可以发布该信息或评论而同时成为发布者，轻松与其粉丝相连接，而这些粉丝又会成为信息的发布者，使信息不断聚合增强，进行核裂变式的传播。一件事经过层层转发，可能通向互联网的每个角落，其作用不可小觑。

其三，微博传播具有去中心化。微博传播模糊了信息传播者和接受者的界限，激发了普通大众创作和表达的欲望，让公众从“旁观

者”转变成“当事人”，形成“人人即媒体”的格局，只要受到足够关注，任何人都可以是中心。与传统的大众传媒严肃、权威的面孔不同，微博因去中心化的特点颇具亲和力，它打破权威、张扬个性，在一定程度上填补了大众传媒的传播空隙，降低了传播的成本和门槛，使精英阶层的话语权下移，彰显了草根性与平民化的传播个性。

其四，微博可以实现点对点传播。微博在功能设置上通过@ + 对方微博账号的方式，就可以将信息发送给该用户，包括不是自己粉丝的微博用户。实现“一对一”、“一对多”的信息交流传递方式；微博还设有“群组”功能，用户选择自己喜欢、感兴趣的群组加入后，可以跟不同区域内的人进行交流，真正实现了“零距离”、“宽范围”的交流。

微博拓宽公众获取信息的渠道，让底层的民众可以方便快捷地掌握到更多的信息，但由于信息发布的权限放大，加剧了微博中“谣言”的滋生和蔓延，存在虚假信息泛滥、把关能力下降和信息监管难度增大等问题，对社会舆情研判带来了挑战。

第二节 Twitter 对国际社会带来的影响

原本在美国开发的社交工具 Twitter，在其发展过程中逐渐演化为世界范围内的媒体平台，不仅成为明星、政治家的宣传平台，而且对中东一系列的政治事件以及发达国家的骚乱起到了不可小觑的作用。

一 Twitter 的出现

2006 年 3 月，美国博客技术先驱威廉姆斯（Evan Williams）推出了一项名为 Twitter 的社交网络即微博客服务。Twitter 的应用方式是：任何用户向 Twitter 上传一条不超过 140 个字的消息（tweet），该用户的“粉丝”（followers）就能及时查看到该信息并发表自己的观点。它通过限制信息字数、即时抵达、用户自主收发的方式，实现了一种自主、互动、简洁、快速的信息传播方式。

Twitter 因其便捷、灵活的传播方式，投入到互联网不久便在美国流行起来，并迅速扩展到全球，其影响力越来越大。Twitter 在一系列

突发、热点事件中的出色表现,大大超出了设计者的构想。例如,2008年中国汶川大地震, Twitter 在地震发生后的7分29秒后就披露了这一震撼性的消息,其信息传播的速度远远超越了传统新闻媒体。目前, Twitter 与 Facebook、YouTube 和 MySpace 等比肩的全球热门网站一道,成为全球信息分享平台。^①

二 骚乱与变革的推手

Twitter 在中东近几年发生的政治变革中发挥了重要作用,在发达国家的社会动乱中也起到了推波助澜的作用。

1. 中东政治变革的信息传播平台

2009年4月,在摩尔多瓦选举发生的暴力示威活动中,抗议组织者通过 Twitter 策划活动,引发了被媒体冠以的“Twitter 革命”。同年6月的伊朗总统大选活动中,反对派通过 Twitter 对示威进行了实时报道,这些报道成为国际社会了解伊朗局势的主要消息来源。^②在这次活动中,新兴的网络工具聚合起来成为反对者彼此联系协调、举行抗议活动的载体。加利福尼亚大学教授礼萨·阿斯兰对这次骚乱的评价说:“可以这样说,伊朗现在正发生两场革命,一场在街头,另一场在网络。”^③美国政府在伊朗国内示威游行中公开要求 Twitter 延迟服务器维修,帮助伊朗民众传递消息。

2011年年初,突尼斯民众通过 Wikileaks (译为“维基解密”)网站获取关于总统本·阿里贪污腐败的信息,借助于 Twitter 等网络社交媒体的传播,民众的反政府情绪迅速蔓延。游行活动正是通过 Facebook 和 Twitter 等网站组织起来。一浪高过一浪的突尼斯“街头革命”抗议浪潮,使执政23年的总统本·阿里倒台。18天后,埃及的“街头革命”同样成功地运用了社交网络平台组织发动街头抗议,并直接导致执政30年的总统穆巴拉克被迫辞职。

在中东政治变革过程中, Twitter 和 Facebook 这些网络社交工具是

^① 《Twitter: 微博客时代的到来》, 人民网 (<http://media.people.com.cn/GB/10292748.html>), 2009-10-30。

^② 阚道远、夏玉婷:《微型博客——网络舆论引导的新视点》, 中国共产党新闻网 (<http://theory.people.com.cn/GB/10046652.html>), 2009-09-14。

^③ 《Twitter 革命》, 百度百科, <http://baike.baidu.com/view/2703947.htm>。

新媒体时代信息传播的发酵、加速等技术因素,也是影响政局变化的重要的工具变量。^① Twitter作为新型社交网站已经不只是单纯的社交工具,而且具有政治传播和政治动员的功能。

2009年6月18日,美国国防部部长罗伯特·盖茨在一场新闻发布会上直言, Twitter等社交媒体网络是美国“极为重要的战略资产”,因为“这些新科技让独裁政府难以控制信息”。^②

2. 发达国家骚乱中的信息传递作用

2012年8月4日,一名非洲籍男子在伦敦被击毙。示威者上街要求“正义”,随即示威演变为“骚乱”,骚乱的组织者和参与者利用 Twitter等社交新媒体,组织实施行动。如何在社交媒体空间里与骚乱组织者争夺受众,传达信息,伦敦警方似乎还没有展现出相应的应变能力。伦敦警方就有关枪击事件的官方解释,遭遇的是普遍怀疑,受害者家属更希望从其他信息来源中找出“真相”。

经历了美国、英国等数地发生的大规模骚乱、示威活动,人们逐渐意识到,无论是发展中国家还是发达国家,社会不稳定的背后都存在一个共同的变量:以社交网站为主要代表的网络新技术,更确切地说就是 Twitter。

尽管美国等国家尝试驯服新媒体技术作为其外交政策与战略目标服务的工具,但新媒体技术的扩散,以及民众尤其是底层民众用这些新工具谋求自身福利水平与生活条件改善的需求是没有实质性差别的。新媒体所具有的力量放大器、事件催化剂等功能并不会因为国别和环境的差异发生变化。这一革命的本质特征正逐渐得到充分的展示,它主要表现为新媒体技术对主权国家政府治理能力的无差别挑战。^③

① 胡献忠:《互联网与青年:影响政局的工具变量》,《中国青年研究》2011年第3期。

② 《“Twitter革命”推翻摩尔多瓦共产党人》,人民网一读书频道(<http://book.people.com.cn/GB/69399/107423/207171/13142279.html>), 2010-11-05。

③ 《从突尼斯到伦敦:骚乱中 Twitter 的无差别挑战》,新浪科技(<http://tech.sina.com.cn/i/2011-08-10/07445907663.shtml>), 2011-08-10。

第三节 微博在我国的发展和应用状况

2007年5月,我国山寨版的Twitter,即微博出现了。Twitter从我国华丽转身为微博后,其释放的能量与Twitter相比有过之而无不及。这不仅与微博工具的自身特点有关,而且还与我国现阶段的社会治理环境有关。

一 经历沉浮

迄今为止,我国微博经历了引入期、沉寂期、成长期、全面发展期四个阶段。

1. 引入期

2007年5月到2008年初是微博的引入期。该时期的微博以独立微博网站为主。2007年5月,以校内网起家的王兴建立了“饭否”微博网,开启了中国的微博时代。在饭否网的初期阶段,中国大陆与Twitter类似的中文网站出现了六七家,如叽歪网、做啥网等。饭否网是各方面功能较为完备、最接近Twitter的一个。

2. 沉寂期

从2008年初开始,由于网站融资、内容管理等诸多问题,饭否网、叽歪网、做啥网等从2009年9月开始无法访问,同时Twitter访问也受到限制。随着饭否网的关闭,国内微博发展进入了一年的沉寂期。其间,没有新的微博服务商出现,用户规模增幅也不大。

3. 成长期

经过一年的沉寂,从2009年2月开始,国内的微博焕发出新的活力。多家微博网站相继上线,用户规模激增,成为我国互联网发展的新热点。国内微博发展进入了快速成长期。在半年的时间内,嘀咕网、即时客等一批微博网站上线,以独立微博网站为主体。

4. 全面发展期

2009年8月,新浪推出“新浪微博”内测版,并迅速成长为中国最具影响力的微博。2010年,搜狐、网易、腾讯、人民网等门户网站也纷纷加入微博网站平台的行列。

2010 年微博爆料的一系列热点事件，如“宜黄拆迁”“我爸是李刚”“上海高层住宅大火”等，使微博受到主流媒体的关注，并进入中文主流人群的视野。2010 年伴随着 3G 网络、智能手机、平板电脑大范围的应用，只要一机在手，就可以随时随地发微博、看微博，使微博呈现出爆炸式增长，此时，中国全面进入微博时代。2010 年也因此成为中国的微博元年。

二 微博用户的构成

微博诞生不久，其版图迅速呈多足鼎立之势，互联网的话语权不再单独由某个群体掌握，而是竞相发出自己的声音。当前微博用户的主要构成如下。

1. 娱乐明星微博

大部分娱乐界的明星都在微博平台实名注册了微博，并成为微博上粉丝数最多的一类。到 2014 年 6 月，在新浪微博平台上粉丝数超过 4000 万的 18 个名人用户中有 16 人是娱乐明星，如表 1-1 所示。

表 1-1 新浪微博平台粉丝数超过 4000 万的名人			
排名	微博名称	粉丝数（万）	认证说明
1	陈坤	7293	著名男演员，代表作《龙门飞甲》《画皮》等，行走的力量发起者
2	姚晨	6914	演员联合国难民署中国亲善大使
3	张小娴	6237	张小娴，香港著名作家
4	郭德纲	5891	著名相声演员郭德纲
5	赵薇	5802	著名演员，代表作《画皮》《还珠格格》等
6	林心如	5676	台湾演员
7	文章同学	5357	演员文章，出演电视剧《奋斗》
8	李开复	5120	创新工场董事长兼首席执行官
9	谢娜	4927	知名女主持人
10	梦想家林志颖	4808	知名台湾演员、歌手
11	何炅	4717	湖南卫视知名主持人
12	王力宏	4504	知名歌手导演、演员王力宏

续表

排名	微博名称	粉丝数（万）	认证说明
13	陆亚萍	4243	全国人大代表、中国十大女杰
14	韩庚	4221	著名歌手、演员
15	范范范玮琪	4170	台湾女歌手
16	Kevin 凯文老师	4152	台湾著名造型师
17	Angelababy	4088	演员、艺人
18	乐嘉	4065	中国性格色彩研究中心创办人

注：数据采集日期为 2014 年 6 月 6 日。

娱乐明星发言成为微博平台热点转发和热点评论的主要内容，如图 1-1 所示。



图 1-1 娱乐明星微博样例

2. 媒体机构微博

传统媒体纷纷看到新兴媒体微博的巨大传媒力量，先后加入微博平台，利用此平台扩展自己的传播范围，如主流媒体开设的@人民日报、@新华视点、@央视新闻等官方微博。如表 1-2 所示为新浪平台粉丝数超过千万的媒体微博。