



ZHENGFU CHUANBO DUI ZHENGFU GONGZHONG GUANXI DE YINGXIANG YANJIU

# 政府传播对政府-公众关系的 影响研究

● 张凌◎著

湘潭大学出版社



# 政府传播对政府-公众关系的 影响研究

● 张凌◎著

湘潭大学出版社

版权所有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

政府传播对政府-公众关系的影响研究 / 张凌著. —  
湘潭: 湘潭大学出版社, 2018.8  
ISBN 978-7-5687-0245-4

I. ①政… II. ①张… III. ①国家行政机关—传播学—研究—中国②国家行政机关—公共关系学—研究—中国  
IV. ①D630.1 ②G219.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第190248号

## 政府传播对政府-公众关系的影响研究

ZHENGFU CHUANBO DUI ZHENGFU GONGZHONG GUANXI DE YINGXIANG YANJIU

张凌 著

责任编辑: 姚海琼 王亚兰

装帧设计: 崔 婷

出版发行: 湘潭大学出版社

社 址: 湖南省湘潭大学工程训练中心

电 话: 0731-58298960 0731-58298966 (传真)

邮 编: 411105

网 址: <http://press.xtu.edu.cn/>

印 刷: 长沙理工大印刷厂

经 销: 湖南省新华书店

开 本: 710 mm×1000 mm 1/16

印 张: 13.5

字 数: 231千字

版 次: 2018年8月第1版

印 次: 2018年8月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5687-0245-4

定 价: 37.00元

## 序 言

本书主要研究政府传播如何影响政府 - 公众关系的创建和维持。本书的两个核心概念分别是政府传播和政府 - 公众关系。政府传播的概念是从过程的视角来界定的。政府传播 (Government Communication) 是政府通过直接或间接的渠道, 面向公众进行传播和对话的过程。从关系管理的理论来看, 政府 - 公众关系是衡量政府传播结果的标准。政府 - 公众关系 (Government - Public Relationship) 是建立在政府和公众双方相互作用的基础上, 各自对对方的一组期望。

本书从公共关系的对话理论展开对政府传播的观察。对话 (dialogue) 是自我与他者的相遇, 在相遇的过程中将他者视为伙伴而不是达成目标的工具 (Kent & Taylor, 2002)。对话理论认为对话由声明和辩白构成, 它不是某一种特定的传播方式, 而是一种趋向 (Orientation), 一个连续体 (Continuum) (Taylor & Kent, 2014)。连续体的一端是独白, 另一端是对话。各类政府传播渠道按照其对话趋向的不同, 对关系质量的贡献也不同。独白的传播主要推进公众的认知, 对话的传播则对关系质量有更直接的影响。在对话理论的基础上, 结合目前关于政府传播和政府 - 公众关系的文献, 提出了研究问题和假设, 建构了本书的理论模型。

本书将中部省会城市长沙作为观察点, 采用滚雪球的方法进行抽样。从2014年12月开始, 研究使用问卷网所提供的调查服务, 辅以面访的方式收集问卷。本次调查共发放问卷628份, 最终回收有效问卷583份。研究采用结构方程模型

对数据进行分析,对各个量表和理论模型进行了修正和检验。具体研究结果如下:

第一,通过探索性因子分析和验证性因子分析,得到两个核心概念的构成维度和量表。政府传播的概念由以下维度构成:基于传统媒体的下行间接传播,基于本地新闻网站的下行间接传播,基于政府自控媒体的下行直接传播,基于传统联系方式的下行直接传播,上行直接传播、上行间接传播。政府 - 公众关系包含两个构面,关系的交互性和对关系的期待。

第二,公众对于本地政府信息的关注度不高,对本地事务的参与度也偏低。在下行传播中,传统媒体发挥的告知功能要强于政府自控媒体;上行传播中,直接传播和间接传播的差别不大。公众对政府 - 公众关系的评价中等,其中对交互性的评价强于对关系期待的评价。从样本数据来看,不同性别、学历、收入、党派、职业的公众在接收和参与来自各类传播渠道的政府传播信息方面并没有形成非常明显的差别。本书的发现与我国学者过去所做的实证研究的结论基本吻合。

第三,运用结构方程模型对理论模型进行检验,修正后的模型各项指标均达到适配。模型表明(1)更多地接触报纸、广播、电视等传统媒体所传播的政府信息将推动人们使用政府的社交媒体、电话、邮件或面对面的方式来获取政府信息;(2)更多地通过报纸、广播、电视等传统媒体获取本地政府信息的行为将抑制公众通过间接传播的方式向政府表达诉求;(3)公众通过本地新闻网站获得本地政府信息的行为将推动公众使用微博、微信等政府自控媒体向政府表达诉求;(4)公众通过使用政府网站、政务微博等政府自控媒体获得本地政府信息的行为对他们直接向政府表达诉求存在正向影响;(5)公众通过间接的方式向政府表达诉求将推动他们直接向政府表达诉求的行为;(6)公众通过间接方式向政府表达诉求的行为对关系质量的提升没有直接影响,但直接向政府表达诉求的行为提升了政府 - 公众关系质量的感知。

基于对以上实证研究的结果讨论,辅以对长沙市政府传播状况的质化观察,文章阐释了当前政府传播和政府 - 公众关系之间的作用机制。本书的理论贡献可归纳为四个方面:

第一,第一次将对话理论引入到对政府传播的分析中,也认为这应该是将来

我国政府传播理论和实践的发展方向。基于理论和实证证据，本书相信对话理论在政府和公众沟通过程中的价值和潜力。从对话的视角，找到一条合适的路径对我国的政府传播，尤其是地方政府传播进行调整，或许能成为突破“塔西陀陷阱”，建设民主社会的契机。

第二，对“政府传播”和“政府-公众关系”的概念建构。本书对政府传播和政府-公众关系两个核心概念进行概念化和操作化，阐明了这两个概念的构成维度，并通过探索性因素分析和验证性因素分析建构了科学的测量工具。概念可以给将来的政府研究提供参照，也给政府传播的效果评价提供了新的标准。

第三，对地方政府的公众类型的研究。按照公众使用和参与政府传播的状况，使用二步聚类发现当前我国政府传播的公众可被分为四类：怠惰型公众，占比29.7%；知晓型公众，占比26.4%；议论型公众，占比28.5%；积极型公众，占比15.4%。知晓型公众和议论型公众在总体中的较高占比与学者对欧美国家的研究结果存在差异。这个结果侧面反映了当前我国公众在进行上行传播过程中的非理性、功利化和臣民化的趋向，也为我国制定相应的政府战略传播计划提供参考。

第四，提出并检验了政府传播对政府-公众关系的影响模型，阐明了各个变量之间的互动机理。本书共提出16个研究假设，建构了变量之间初始的理论模型。经过对变量之间的方程模型的两轮修正，拒绝了5个假设，接受了11个假设，最终所确立的政府传播对政府-公众关系的影响模型。对后续的理论研究而言，本书所建立的变量间的关系可以给学者探讨政府和公众的对话过程提供概念上的参照；在实践方面有利于地方政府提升政府传播的对话潜力和实效性。

依据对话理论和本研究的发现提出了当前我国地方政府发展对话传播策略的切入点和路径。一、应将政府传播视为对话的过程，承认意义来自于声明和辩驳。二、承认政府传播中公众的异质性，全面研究公众的特征和结构，制定恰当的对话策略。三、挖掘信息传播技术的潜力，从对话理论的视角管理各类政府自控媒体。四、改变政府传播的修辞方式。发展对话的语义修辞方式。五、以政府的公关运动为推进对话的切入点，推动人们参与上行传播。文章还分析了研究的局限，提出了后续研究的一些方向。

# 目 录

<b>第1章 绪论</b> .....	(1)
1.1 选题的背景和意义 .....	(1)
1.2 研究内容和思路 .....	(7)
1.3 研究创新点 .....	(9)
<b>第2章 政府传播的概念、研究和发展阶段</b> .....	(11)
2.1 政府和政府传播 .....	(11)
2.2 政府传播概念的界定 .....	(16)
2.3 国外政府传播研究的发展阶段 .....	(24)
2.4 我国政府传播研究现状 .....	(30)
<b>第3章 政府 - 公众关系的概念和相关理论</b> .....	(36)
3.1 关系与关系管理理论 .....	(36)
3.2 组织 - 公众关系的研究脉络 .....	(44)
3.3 政府 - 公众关系概念的界定 .....	(47)
3.4 政府 - 公众关系的相关研究 .....	(51)

<b>第4章 研究的理论视角：对话理论</b> .....	(59)
4.1 对话的理论渊源 .....	(59)
4.2 公共关系的对话思想 .....	(65)
4.3 对话视角下的政府传播 .....	(73)
<b>第5章 研究设计</b> .....	(78)
5.1 研究问题和基本假设 .....	(78)
5.2 调查方式和样本的构成 .....	(89)
5.3 研究变量及其测量 .....	(92)
5.4 问卷数据分析的主要统计方法 .....	(102)
<b>第6章 数据分析及结果</b> .....	(105)
6.1 概念的结构和量表 .....	(105)
6.2 政府传播和政府 - 公众关系的现状 .....	(121)
6.3 模型验证 .....	(143)
6.4 研究结果和讨论 .....	(153)
<b>第7章 总结与展望</b> .....	(162)
7.1 研究的发现和理论价值 .....	(162)
7.2 对地方政府传播的建议 .....	(170)
7.3 研究与展望 .....	(175)
<b>参考文献</b> .....	(177)
<b>附    录</b> .....	(200)
附表1：正态性检验 Assessment of normality .....	(200)
附表2：调查问卷 .....	(202)

# 第 1 章 绪 论

## 1.1 选题的背景和意义

### 1.1.1 选题的背景

一直以来，构建与人民的“鱼水关系”被视为党和政府工作的目标。曾经，党群关系、干群关系被描述为母子关系，之后，在实践中这种关系逐渐面临各种问题。毋庸置疑，党群关系、干群关系的创建和维持是一个复杂的过程，其中必然涉及来自制度因素、社会因素、经济因素的多元影响，本书主要从政府传播入手，探讨政府传播对政府 - 公众关系的影响。在实践中，改进政府传播一直是各级政府提升与民众关系质量的重要切入点。近年来各级政府在传播工作方面均投入大量资源，传统的以宣传为主导的政府传播正在逐渐发生改变。

首先，政府传播的渠道发生了变化，从间接传播方式为主导转变为间接传播和直接传播并行。政府传播过程中，主体和客体之间的沟通存在着“中介”，大众媒介是核心的中介<sup>①</sup>，主要包括报纸、广播、电视以及网络媒体。过去，政府信息常常通过大众媒介以新闻的形式进行传播，这些新闻常常以宣传的话语形式

---

<sup>①</sup> 荆学民. 政府传播活动论 [M]. 北京: 中国社会科学文献出版社, 2014.

出现,这种经由中介进行的传播即为间接传播。信息传播技术的发展改变了这一状况,政府和公众之间开始实现直接的沟通,沟通的渠道包括传统的面对面方式、电话和邮件、更多的是通过那些由政府自己运营、自己控制的互联网媒体,包括政府网站、官方微博、微信公众号等。1999年中国开始启动“政府上网”,到2009年底,中国已建立政府门户网站4.5万多个,截至2011年4月,中国各级政府及组织机构网站数量已达到81725个<sup>①</sup>。从2011年开始,中国政务部门的政务微博开始迅速增长。2011年被称为中国政务微博元年,这一年经新浪认证的政府机构微博和公务人员微博总数从年初的5000个增长至约2.04万个,覆盖内地所有的省级行政区域<sup>②</sup>。

其次,政府传播的受众特征发生改变,从过去的完全被动接受,逐渐开始主动地生产信息。受众变化的动因主要来自于两个方面:利益群体的多元化和媒介权力的下移和反转。社会转型过程中,原来单一的经济结构变为多元化的经济结构,在此基础上形成了众多利益不同的社会阶层。不同的“利益集团”“利益群体”成了重要的政治参与力量。近十年来,利益集团开始对中国的政治过程产生较明显的影响<sup>③</sup>。不论是政治团体、经济团体还是非组织化的社会团体,不同的团体往往代表着不同的利益。不同利益群体和政府利益之间常常不可避免地发生冲突。以“征地拆迁”为例,这是目前引发冲突和群体性事件的最主要因素<sup>④</sup>,其中往往涉及政府、房地产商、公众等多元利益主体。公众行动力的提升,加剧了政府和社会之间的利益冲突。即使政府的话语宣称决策代表了人民的利益,不同的利益群体仍然将坚持自己的诉求。社交媒体给表达提供了平台,通过微博、微信、QQ等,公众不断表达诉求,冲突因而被放大。此外社交媒体还将地域分隔的民众联系起来,成了公众抗争的新的动员结构。公众通过互联网和社交媒体相互联系,结成压力团体,给政府施加压力。网络反腐、维权抗争中很多诉求借助新媒体成功地影响了政府的决策,充分反映了公众力量的增长和媒介权力的

① 蔡晶波. 政府网站的服务性评估指标体系研究 [D]. 吉林大学博士论文, 2013.

② 佟力强. 微博研究发展报告 2011 [M]. 北京: 人民出版社, 2012.

③ 杨光斌. 中国政治发展的战略选择 [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2011.

④ 鲍海君. 拆迁危机的制度根源及其对策 [J]. 武汉大学学报 (哲学社会科学版), 2009 (06):

下移。

再次，政府传播的舆论环境的变化，从“一个声音，完全掌控”到“两个舆论场”的竞争。过去政府传播的主要媒介是各类大众传播媒介，政府与媒体的关系是管理与被管理的关系<sup>①</sup>。政府完全掌控着媒介，公众没有便利的表达渠道。在没有话语竞争的情况下，通过宣传的话语，政府即可实现舆论引导。而现在，传统新闻媒介虽然仍由政府主管，但由于媒介同时要实现市场化生存，政府机构对媒介的影响力已经大不如从前。此外，一方面，并不是所有的政府机构和部门都能够直接影响传统媒体，基层政府部门对行政级别较高的，或不属于同一行政区域的媒体单位都影响甚微。新闻媒介甚至常常扮演着监督者的角色，去揭示甚至谴责行政过程中的不合理行为。另一方面，虽然目前社会组织、行动者在进行利益表达时，所围绕的“事件”和“个体利益”仍然是孤立的，不相结合的行动，并不能危害社会政治稳定，但学者的观察也发现其中的“行动策略”和“抗争戏码”正逐渐得到自我完善，他们的行动力有所提升。在这个过程中，争取传统媒体的关注和支持是他们常用的“抗争戏码”之一。所以在诸如PX事件的公共事件的观点博弈中，我们常常能够观察到政府所主导的舆论场和充斥着公众声音的民间舆论场之间产生了激烈的话语竞争，民间话语空间不时地影响了官方话语空间<sup>②</sup>。在这种情况下，传统的政府传播思维逐渐无法掌控舆论发展的方向。

最后，政府缺乏有效机制来应对话语竞争。研究发现2001-2012年间发生的182个网络事件中监督政府公权力是网络事件的主要利益诉求，2002年这类网络事件在全年网络事件中占比为33%，而2012年这个比例是75.9%<sup>③</sup>。在十年来的网络事件中，有近36%的网络事件反映的是政府与民众的矛盾。频发的舆论事件侧面反映了各级政府在处理 and 应对过程中的缺陷。缺乏制度化的应对机制是造成这个现象的重要原因。党的十六届四中全会提出“构建社会主义和谐社

① 程曼丽. 政府传播机理初探 [J]. 北京大学学报社会科学版, 2004, (02): 133-139.

② 何舟, 陈先红. 双重话语空间: 公共危机传播中的中国官方与非官方话语互动模式研究 [J]. 国际新闻界, 2010, (8): 007.

③ 钟智锦, 曾繁旭. 十年来网络事件的趋势研究: 诱因、表现与结局 [J]. 新闻与传播研究, 2014 (02): 53-65.

会”，越来越强调地方政府的社会管理职能。在此背景下，各级政府都必须负责地方的社会稳定，这样可以避免危机扩大成为区域乃至全国性的事件<sup>①</sup>。当前，从地方政府的角度而言，那些影响到社会稳定的矛盾和冲突都可被定位为“事件”<sup>②</sup>。从2009年开始，《关于实现党政领导干部问责的暂行规定》中就强调了对“群体性，突发性事件”的问责。上级政府对下级政府的考核主要针对结果，即没有发生危害社会稳定的“事件”。所以“维持稳定”和“不出事”成了地方政府部门的主导型思维逻辑。这一逻辑将公众的利益表达与社会稳定对立起来，将正当的利益诉求视为不稳定因素<sup>③</sup>。在这一逻辑下，公众缺乏充分的公共表达机制<sup>④</sup>。与之相对的，民间“草根力量”正活跃于公共领域，加剧了与政府权威主体间的话语权竞争，使政府陷入了社会公信力的“塔西佗陷阱”<sup>⑤</sup>，为了维持稳定，地方政府往往采取高压手段，激化了社会冲突，形成了“拖延、激化，高压”的扭曲模式<sup>⑥</sup>。

以上内容是本书思考政府传播和政府 - 公众关系问题的一个直接的背景。毫无疑问，当前我国各级政府的传播工作均面临着严峻的挑战。传统的传播思路已经无法使政府在激烈的话语竞争中占据主导，政治的和管理的复杂因素又使得各级政府在传播过程中表现得格外的谨慎。新形势下，政府传播的制度化需要建立新的理论基础之上，而对政府传播过程的深入洞察，对卷入其中的各个变量之间互动机制的阐明，则是理论建构过程中最为基础的一环。基于此，提出了本书的研究问题：在政府传播过程中，各类传播渠道之间如何相互影响，这一过程对政府 - 公众关系的质量有何影响。

本书将以公共关系对话理论作为研究视角，从三个方面展开对研究问题的分析。第一，政府传播过程如何发生？具体包含哪些构成维度？当前的政府传播是

① 郑永年. 保卫社会 [M]. 杭州: 浙江出版联合集团、浙江人民出版社, 2011: 114.

② 钟伟军. 地方政府在社会管理中的“不出事”逻辑: 一个分析框架 [J]. 浙江社会科学, 2011 (09): 006.

③ 孙立平、晋军、应星. 以利益表达制度化实现社会长治久安 [J]. 领导者, 2010 (33).

④ 李艳红. 大众传媒、社会表达与商议民主 [J]. 开放时代, 2006 (6): 5-21.

⑤ 王君君. 当政府公信力遭遇塔西佗陷阱: 当下中国网络社会的公信力反思 [J]. 广州大学学报 (社会科学版), 2014, 13 (3): 5-9.

⑥ 应星. “缩长”现象的治理基础及其危机 [J]. 领导者, 2009, 6 (28).

多元主体不断互动、博弈的复杂过程。不论对于单个的政府机构，还是处于某个行政级别的一批政府机构，政府传播的具体实践，往往牵涉各类信息通道的管理。从政府的角度来看，日常的传播工作至少包含了对各类传播渠道的管理：每个公务员与公众的接触；网络媒体的信息处理；传统媒体的信息发布；回应质询，等等。政府传播是一个持续的动态交互过程，仅考察政府向公众发起的传播、政府对公众的回应或公众向政府的意见表达，都不能全面地反映这个过程。第二，政府 - 公众关系的现状如何？由哪些维度构成？政府 - 公众关系不是单维度概念，它源于人际传播研究，与传播的状况紧密相连。从目前的研究文献来看，对政府 - 公众关系的构成和测量并无直接的成果可供使用。本书从关系管理、关系传播的理论出发，借鉴既有的测量量表，建构政府 - 公众关系的概念，探讨当前我国地方政府的政府 - 公众关系现状。第三，政府传播的各个构成要素之间如何互动？它们如何影响政府 - 公众关系的质量？这是本研究至关重要的一环，我们希望建立政府传播不同的概念维度对关系质量的影响模型，从而给将来政府传播工作制度的设计提供理论参照。结构方程模型的方法将被用来构建这个模型。

### 1.1.2 研究意义

本书的研究意义可以从理论和实践两方面来阐述。预期的理论贡献在于：第一，引入对话理论作为政府传播研究的新视角。改善组织传播是公共关系学重要的研究范畴。其中，如何通过传播为组织减少与外部环境的冲突是公共关系研究试图解决的主要问题。随着公共关系学的关系管理方式在学术界逐渐获得领导地位，更多的人开始接受组织传播不应仅仅着眼于眼前利益，而应更加注重长远利益。对话理论就是目前被认为是创建和维系关系的理想路径之一。本书认为政府传播的对话趋向将对政府 - 公众关系的创建和维持产生正向影响。如果这一假设得到验证，或将推动对话的政府传播研究的发展。第二，概念上的贡献。尽管西方政府传播和公共关系学研究中，有一些文献对政府传播和政府 - 公众关系进行了探讨，但均未系统地对概念化、操作化的过程进行论述。将这两个概念用于中国语境下的实证研究目前仍是空白。本书构建的概念

构成维度和测量量表将给后续政府传播研究提供参照和工具。第三，对政府传播过程中的公众进行分类。公众是政府传播和政府公共关系战略制定的起点。本书将立足于公众使用和参与政府传播行为，通过聚类分析的方法，对当前我国政府传播的公众进行科学的、量化的描绘。研究结果可以作为将来我国政府传播战略研究的基础性资料。同时启发更多的研究，沿着类似的研究路径对政府传播中的公众进行更系统、清晰地描绘。第四，提出政府传播对政府 - 公众关系的影响模型。基于对话理论和既有的文献，本书提出政府传播和政府 - 公众关系的各个变量之间的关系假设，建构了概念之间的模型。模型的建构可以为后续学者深入探讨我国政府传播过程的特征和影响，建构变量间的关系时提供参照。

研究的现实意义主要有三点：第一，增加人们对当前地方政府传播实效性的理解。如前文所述，地方政府所面临的信任危机和传播能力之间存在较大张力，这或许是 20 世纪 90 年代以来各地政府积极采用信息传播技术的重要动因。在我国对政府宣传工作的研究文献中，不乏很有洞见的观点性思考，但对于目前多元的传播体系的实效性的研究却相对缺乏。本书引入“关系”概念作为政府传播的评价标准，通过实地调查和统计分析更科学地评价当前地方政府传播，增加人们对各级政府投入大量资源搭建的传播体系效果的理解。第二，为提升地方政府传播能力，制定长期的政府传播战略提供参考。当前我国的地方政府面临着来自新媒体的话语竞争和严峻的公信力危机。把握当前公众与政府的沟通现状，关注政府传播对关系质量发生作用的内部机理，对地方政府制定传播战略有着较大参考价值。第三，为提升政府 - 公众关系提供可操作的建议。当前各级政府面临激烈的话语竞争，政府传播的渠道多元，各类传播渠道对政府 - 公众关系的影响并不是同样的。通过本书的研究，厘清政府传播对政府 - 公众关系的影响路径，可以为政府 - 公众关系的提升提供更多可操作的建议。

## 1.2 研究内容和思路

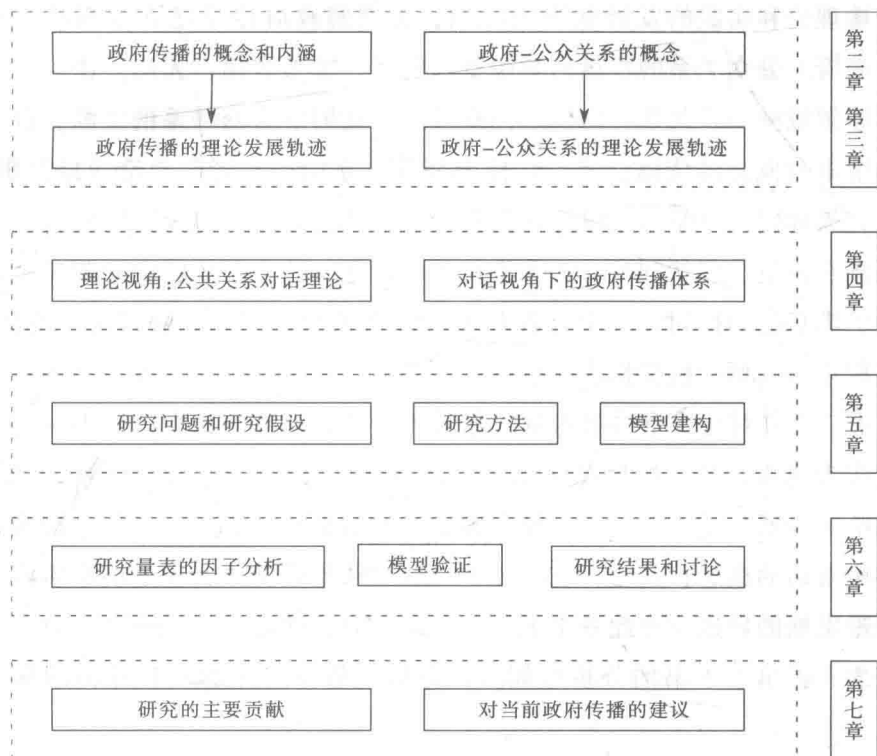


图 1-1 研究架构

图 1-1 是本书的研究架构图,其中包含了文章的研究内容、研究方法和步骤。本书的研究可以分为五个部分。

第一部分包括第二章和第三章,首先梳理政府传播研究文献,从上个世纪初到今天,近一百多年的历史中,政府传播的理论和实践都发生了巨大转变。尤其 2000 年以后,我国的政府传播发生剧变,新的传播渠道层出不穷。为了描述我国政府传播的现状和政府传播不同渠道之间的互动机理,需要对研究的核心概念“政府传播”进行界定。概念的界定建立在以下文献的爬梳基础之上:(1)政府传播的概念的理论渊源和发展过程,文献不仅局限于公

共关系学领域和传播学领域，也涉及了政治学、管理学、社会学的相关研究，在此基础上进行概念界定；（2）国内外政府传播研究的历程和进路，回顾国内外政府传播实践的发展、当前我国政府传播的现状和理论。通过对政府传播理论和实践的发展脉络的把握，为理解政府传播建立恰当的分析框架。政府 - 公众关系的文献回顾包括：其一，关系传播、人际传播、公共关系学等领域中涉及关系、组织 - 公众关系、政府 - 公众关系的文献，以此作为界定本书概念的依据；其二，梳理公共关系的关系管理理论的相关研究。其三，梳理国内外学者对政府 - 公众关系的相关研究，包括政府 - 公众关系的概念和测量、现状问题；相关学科如政治学、社会学领域中对相关概念如信任、满意度的探讨，从而把握政府 - 公众关系可能的影响因素、现状等，为建构本书的理论模型提供参照。

第二部分对应文章的第四章，主要阐述研究的理论视角。本书运用对话理论作为视角，对它的梳理从以下方面展开：其一，对话理论的哲学根源，爬梳哈贝马斯、马丁布伯、巴赫金等学者的对话哲学思想；其二，梳理相关学科中对话的概念；其三，总结 20 个世纪 80 年代至今，公共关系学科中对话理论发展的轨迹。在此基础上，本书运用对话理论分析当前我国政府传播的概念，提出了本书的分析框架，这是后文假设提出和模型建构的基础性参照。

第三部分是第五章，结合既有的关于政府传播行为之间的相互关系和结果的研究文献，提出本书的研究假设，并构建待验证的模型。这一章还将交代本书的研究方法和具体的实施过程。为了从理论层面解析政府传播和政府 - 公众关系的概念结构，现状及影响机制，本书主要通过问卷调查进行实证分析，辅以质化观察以加强研究的效度。通过问卷调查掌握公众对政府传播各个渠道的使用状况、政府传播的参与状况和政府 - 公众关系的感知。因子分析被用来分析主要概念的构成。结构方程模型被用来验证两个概念的结构模型，以及概念和概念之间的方程模型。质化的观察主要从两个方面展开，其一观察地方政府实际展开的传播活动的状况，包括开辟的主要传播渠道，负责部门，传播话语，传播运动等。其二观察公众对政府传播的评价和

参与状况。这部分的经验证据主要来自于传统媒体的报道和对各个网络平台、社交媒体中实际发生的公众意见交流的观察。结合两方面的证据，试图对本书的研究问题给出可靠的，科学的回答。本书主要使用 SPSS 和 AMOS 进行分析。

第四部分，进行数据分析，并报告分析结果。结果主要由四个方面构成：第一，政府传播和政府 - 公众关系的探索性因子分析和验证性因子分析的结果；第二，政府传播和政府 - 公众关系的描述性结果，人口变量与政府传播的关系；第三，政府传播中的公众类型；第四，模型的修正和确立。

最后一个部分，基于实证研究的结果，总结全书的主要研究发现，结合质性观察对地方政府传播和政府 - 公众关系的创建和维持提出一些建议。

### 1.3 研究创新点

本书的创新主要体现在以下方面。第一，在中西组织 - 公众关系和政府 - 公众关系的研究文献中，还没有一个研究将该理论系统地运用到中国的文化语境之中进行检验和发展。关系带来的结果 (Consequence) 的测量是一个嵌入到文化语境之中的研究命题，现有的国外的测量量表并不宜直接用于测量中国的状况。本书在中国内地的这一次尝试为关系管理的知识库中增加了中国经验。第二，为理解和研究政府传播提出了新的概念结构。本书重点关注政府和公众之间对话的过程。按照政府传播过程中信息的流向和渠道的特性，提出政府传播至少包括下行直接传播，下行间接传播，上行直接传播，上行间接传播四个构面，并通过因子分析进一步完善了概念的构面，提出了政府传播和政府 - 公众关系的调查问卷，通过探索性因子分析和验证性因子分析分别得到了两个概念的测量量表，为后续研究提供了可参照的经验。第三，研究理论视角的创新，本书第一次将对话理论引入到政府传播过程的分析中，并构建了对话视角下的政府传播体系。第四，研究方法的创新，本书通过聚类分析对中国政府传播的公众类型的分析，量化地描述了公众的特