

政务微博在创新社会 管理中的运用

ZHENGWUWEIBO ZAI CHUANGXIN SHEHUI
GUANLI ZHONGDE YUNYONG

张 玲◇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

政务微博在创新社会 管理中的运用

ZHENGWUWEIBO ZAI CHUANGXIN SHEHUI
GUANLI ZHONGDE YUNYONG

张 玲◇著

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

政务微博在创新社会管理中的运用/张玲著. —北京: 中国社会科学出版社, 2014. 12

ISBN 978 - 7 - 5161 - 5271 - 3

I. ①政… II. ①张… III. ①电子政务—应用—社会管理—创新管理—研究—中国 IV. ①D63 - 39

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 292711 号

出版人 赵剑英
责任编辑 王 颖
责任校对 孙洪波
责任印制 戴 宽



出版社 北京鼓楼西大街甲 158 号 (邮编 100720)
网 址 <http://www.csspw.cn>
中文域名: 中国社科网 010 - 64070619
发 行 部 010 - 84083635
门 市 部 010 - 84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 刷 北京君升印刷有限公司
装 订 廊坊市广阳区广增装订厂
版 次 2014 年 12 月第 1 版
印 次 2014 年 12 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 12
插 页 2
字 数 203 千字
定 价 38.00 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发行部联系调换
电话: 010 - 84083683
版权所有 侵权必究

序 言

信息技术的飞速发展,不仅通过 Web1.0 技术使互联网成为全球范围内的信息共享平台,而且还通过 Web2.0 技术使自媒体在全球流行起来。自媒体的出现,使得人人能够在全球的信息共享平台上发布各种多媒体信息,这对传统媒体业带来了前所未有的冲击,也对由各国政府或利益集团主导的信息传播环境遭受巨大挑战。

2010 年是我国的微博元年,这标志着微博已经作为自媒体的领军人物正式登场。由于微博 140 个字符的便捷信息发布方式,在普及了百姓向全球共享平台发布信息的同时,在我国还逐渐发展成为民间舆论场,打破了长期以来政府主导的信息传播、议程设置等局面,并直接导致政府社会管理模式的转变。

古罗马历史学家塔西佗的著名理论“塔西佗陷阱”指出:当政府部门失去公信力时,无论说真话还是假话,做好事还是坏事,都会被认为是说假话、做坏事。

当前我国正处于社会转型期,是社会矛盾、社会问题凸显或多发时期。在各种利益诉求不能得到圆满解决、一些上访渠道受阻的情况下,这种诉求的声音就要寻找一个发声途径。受控于各级政府管理的媒体平台,使这种诉求声音进入公共视野并形成舆论的要求受到一定限制。而微博平台自由发言的特性,尤其是其中评论产生的围观现象能够快速引起社会舆论的关注,使得这种声音找到新的诉求渠道。

过去长期处于信息掌控主导地位的政府,在当今新媒体的冲击下,在微博民间舆论场中不仅难以进行信息掌控,而且正处于越来越不利的地位。一些政府和官员在微博平台上不断受到网民的各种质疑甚至人肉围攻,如果政府不给予及时的应对,长此以往将对政府的公信力构成极大的威胁,政府将面临“塔西佗陷阱”的危机。

为应对微博对政府社会管理带来的挑战,回应此平台上对政府和官员

的各种质疑，尤其是突发事件时的舆论引导，确保社会稳定，也为进一步利用微博新兴媒体工具服务百姓，各地各级政府纷纷开通政务微博实施网络问政。2011年进入中国政务微博元年后，政务微博作为政府与民众之间的新型交流平台，使有关国家的政务信息在政府与民众之间的流动更加迅速，在有效地帮助政府进行民意沟通、处理公共关系、推行网络办公、处置突发事件等方面的作用更为突出。

政务微博的迅猛发展，是党和政府主动利用新媒体迎接新的社会环境变化以及多元化媒体形势下所带来挑战的体现。政务微博新的传播方式为公众提供了更多了解政府、与政府沟通的方式，政务微博是传统政务流程的重大革新。政务微博作为微博平台上舆论引导的最佳工具，为政府传播、政府问政提供了一个全新的平台。然而这个平台是把“双刃剑”，它在对政府网络问政带来机遇的同时，也将国家政务推向了舆论与民意的最前沿。政务微博作为一个新兴事物，正处于探索阶段。各级政府职能部门如何有效吸引网民对政务微博的关注，以真正发挥舆论引导作用；如何预防和控制微博问政可能带来的各种风险；如何更有效地处理网络舆论与一些网络突发事件；如何利用好政务微博提升服务型政府的形象，推动政府决策的科学化、民主化和法制化，是政务微博在创新社会管理方面新的研究课题，也是本书的研究重点。本书旨在归纳北京市政务微博发展现状的基础上，探究其在发展过程中存在的问题，以及运营管理过程中面临的困难、发展的“瓶颈”，探索其有效的运用模式，从而帮助政府利用政务微博这一平台，借助大众对社会公共事务的参与关注，将其强大的影响力与聚合力发挥到极致，形成政务工作的新方向，为政府更好地贴近民生、服务社会、创新社会管理等提供有益的参考。

目 录

第一章 微博的发展及其对国内外社会带来的影响	1
第一节 Twitter 的出现及其对国际社会带来的影响	1
一 美国 Twitter 的出现	1
二 Twitter 对国际社会带来的影响	2
第二节 我国微博的发展、功能、特征与应用	7
一 我国微博的发展	7
二 微博的功能与特征	8
三 微博的应用	11
第三节 微博对我国社会的影响	14
一 带来信息传播格局的改变	14
二 推动形成两个舆论场	16
三 促进社会治理模式变革	17
四 微博成为公众政治参与的重要平台	20
第二章 政务微博的兴起及社会管理面临的机遇与挑战	28
第一节 我国政务微博的兴起	28
一 政务微博的内涵	28
二 政务微博兴起的原因	28
三 政务微博的传播特性	30
四 政务微博的必要性	31
第二节 我国社会管理面临微博带来的挑战	35
一 信息先发后审,冲击政府的突发事件控制信息力	35
二 意见领袖引导舆论,挑战主流媒体	36
三 多元化的声音,消解政府的主流价值观传播	38
四 负面信息常态化,损坏政府形象	39

五	舆论动员能量大,影响现实的行政、司法活动	40
六	流言和谣言泛滥,降低政府的公信力	41
第三节	政务微博在创新社会管理中的积极作用	43
一	突发事件的舆论引导	43
二	破除网络谣言	45
三	及时发现社会管理隐患	46
四	便于政府信息公开	47
五	畅通官民沟通渠道	48
六	提高政府民生服务水平	50
七	引导公众的政治参与	51
八	官员微博发挥意见领袖作用	53
第三章	政务微博前台应用现状及问题分析	54
第一节	政务微博的信息发布情况	54
一	综合发布状况	54
二	评论信息分析	57
三	信息发布特点	59
第二节	政务微博的回应状况	65
一	“@”信息接收状况	66
二	回应“@”信息情况	69
三	回复特点	70
第三节	政务微博创新社会管理典型案例分析	73
一	突发灾情下政务微博群联手发力	73
二	在突发事件中的舆情引导	76
三	悉心与网民沟通及时化解舆情	77
四	微博问政解决百姓问题	79
五	信息服务最受欢迎	80
六	接地气的宣传方式提高存在感	81
第四节	政务微博存在的问题	81
一	管理方面的问题	82
二	舆情和突发事件应对问题	84
三	信息发布问题	87

四	互动问题	90
五	网民对政务微博的认可度不高	92
六	实名官员微博影响力有限	93
第四章	政务微博后台管理状况与发展“瓶颈”	96
第一节	政务微博的后台管理状况	96
一	“北京发布”与“北京微博发布厅”	96
二	区县政府政务微博	97
三	委办局政务微博	99
四	区县政法系统政务微博	102
五	卫生系统政务微博	104
六	基层机构政务微博	107
第二节	政务微博后台运营面临的困难	110
一	领导认识不足	110
二	政务微博定位不清	111
三	网民的认同感不够	112
四	突发事件应对速度受限	112
五	信息发布的压力	113
六	负面信息应对乏力	114
七	管理和配置不到位	114
八	解决网友问题难	116
九	网络舆情监控手段较单一	117
十	制度和机制不完善	117
第五章	加强政务微博创新社会管理作用的探讨	120
第一节	政务微博运营模式结构	120
第二节	开通政务微博的预备机制	120
一	提高领导认识	121
二	明确定位	122
三	规范认证名称	123
四	建章立制	124
第三节	舆情监测与突发事件应对	127

一	建立舆情监控机制·····	128
二	舆情监控手段·····	128
三	舆情的甄别·····	129
四	舆情应对策略·····	130
五	谣言应对·····	131
六	突发事件应对·····	132
第四节	信息发布模式·····	134
一	发布原则·····	134
二	语言运用·····	136
三	发布模式·····	137
四	关于政府议程设置的建议·····	140
第五节	与公众的互动模式·····	141
一	政务微博互动的原则·····	141
二	建立咨询数据库·····	143
三	建立投诉处理机制·····	146
第六节	政务微博群的合作·····	147
一	加强政务微博横向和纵向互动合作·····	147
二	实现政务微博群的联动管理·····	148
三	加强政务微博与政府网站协同配合·····	149
四	加强政务微博与微博平台运营机构合作·····	150
第七节	政务微博的培育·····	151
一	开展活动吸引粉丝·····	151
二	培养意见领袖·····	151
三	推广微访谈·····	152
四	加强经验交流·····	153
五	加强传统媒体与网络媒体相结合·····	154
第八节	建立考核评估机制·····	155
第九节	扩大官员微博的影响力·····	156
结束语	·····	159
参考文献	·····	162
附录	·····	169

第一章 微博的发展及其对国内外社会带来的影响

微博，作为由美国的 Twitter 衍生出来的新兴网络媒体工具，在为我国广大网民提供娱乐、社交服务的同时，也逐渐为民众提供了一个民间舆论场，给社会管理创新工作带来机遇的同时也带来了挑战。

第一节 Twitter 的出现及其对国际社会带来的影响

由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 美国 Twitter 的出现

2006 年 3 月，美国博客技术先驱、Blogger 的创始人威廉姆斯（Evan Williams）推出了一项社交网络及微博客服务，名为 Twitter。目的是希望朋友们通过这个社交工具即时知道他人都在做什么，并能随时随地快速地获得一个问题的答案。

Twitter 的应用方式是：任何用户向 Twitter 上传每条不超过 140 个字符的消息，该用户相应的“粉丝”（followers）就能及时查看该信息并发表自己的观点。所谓“粉丝”，就是指关注某一账号所发布内容的其他 Twitter 用户。当然用户也可以主动“追随”（following）别人。它通过限制信息字数、即时抵达、用户自主收发和鉴别真伪的方式，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，问世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5月12日14时28分04秒,中国四川汶川发生大地震, Twitter 在约14时35分33秒即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。作为信息分享平台,从个人的生活琐事到体育运动盛事,再到全球性的灾难事件, Twitter 已经成为全世界网民们表达意愿、分享心情的重要渠道。

就其本质来讲, Twitter 是基于 Web 2.0 模式的一种服务。它提供一个互联网平台,由参与者自行组织其中的内容。目前, Twitter 已经成为与 Facebook、YouTube 和 MySpace 等比肩的热门网站。^①

二 Twitter 对国际社会带来的影响

从社会管理的角度分析, Twitter 在国外不同地区所造成的影响完全不同。在欧美国家, Twitter 不仅成为政治家的宣传、动员平台,而且也成为政府与公众互动以及紧急状态的信息发布平台。而在中东等地, Twitter 以其强大的信息传播能力,意外引发了一系列的革命运动。

1. 政治宣传工具

Twitter 作为年轻人追捧的新媒体平台,很快吸引了政治家们的关注。在2008年的美国总统大选中,奥巴马和希拉里都在 Twitter 上建立了个人主页。由于奥巴马的 Twitter 关注的对象很多,更加注重与网民的互动,而希拉里关注的对象为0,只是发布生硬的类似自己的行程一类的信息。最终奥巴马获得了15万粉丝的支持,而希拉里的粉丝不到6000人。很多网民都把 Twitter 视作奥巴马竞选成功的重要因素之一。在竞选中尝到甜头后的奥巴马紧接着又宣布白宫在 Twitter 上开设主页,以示亲民。美国很多国会议员都注册了 Twitter 账号。

在英国的政要中,英国学校和家庭事务大臣埃德·鲍尔斯、伦敦市长鲍里斯·约翰逊都是 Twitter 的忠实用户,连历来恪守传统、拒绝时代潮流的英国王室都开通了 Twitter 网页。

目前,全球已有接近2/3的领导人有微博账号,其中粉丝数最多的是美国总统奥巴马。而最勤于与粉丝互动的领导人当属乌干达总理阿马马·姆巴巴齐和卢旺达总统保罗·卡加梅,他们超过90%的微博留言是对别人的回复。

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

2011年2月14日,隶属于美国国务院的外宣喉舌“美国之音”(VOA)宣布将全面中止中文广播节目,只继续保留中文网站。^①有外媒评价此举意味着“美国对中国广播时代终结”,^②同时表明美国政府对外宣传策略的全面转型:以推特(Twitter)、脸书(Facebook)等社交媒体平台作为美国对外宣传的主渠道。

2. 政府的政务工具

(1) 美国政府鼓励开设政府 Twitter

美国政府于2009年5月发布的《开放政府令》(*Open Government Directive*)中,鼓励各政府部门采用 Twitter 和其他社交媒体,以提高政府部门间的协调性,增强政策的透明度,并鼓励市民参与部门决策过程^③。

2010年美国在 Twitter 平台上,仅以联邦政府机构名义开设的 Twitter 账号已经超过500个。一些核心政府机构甚至同时开设多个账号。其中较为典型的是美国国务院,除英文账号之外,还开通西班牙语、阿拉伯语、波斯语等账号,一些中文微博背后也都有美国政府的影子。在地方政府层面,以各种公共部门和附属机构开设的账号,准确数量已无法统计。同时,各级政府机关还会针对某些突发事件、灾情设立临时账号^④。例如“卡特里娜飓风”、“墨西哥湾石油生态危机”等突发事件,民众往往被要求在 Twitter 上关注相关政府机构[比如“联邦紧急事务管理局”(@FEMA)]。政府在使用 Twitter 等微博账户中,围绕具体事务而非具体部门来灵活展开。

以美国国务院为例,该机构以多种语言开设了众多账户,并以专人轮流值班制度来维护政府 Twitter,在其基本账户@StateDept 的签名档位置,固定显示当日的值班人员。此举不仅可以落实账户维护人员的发言责任,其更大的好处在于它通过“人格化”的手段,改善了政府机构账户冷冰冰的属性,拉近其与大众之间的心理距离,从而有效提升社会大众与之进行对话的欲望,而对话与瞬时反馈,恰恰构成了 Twitter 区别于其他媒体

① 乐蕴:《美国之音拟停中文广播背后》,新浪财经,2011-2-23, <http://finance.sina.com.cn/world/mzjj/20110223/11569419606.shtml>。

② 《美国之音停止中文广播对中国广播时代终结》,《重庆晚报》2011年2月18日。

③ Open Government Directive, <http://www.whitehouse.gov/open/documents/open-government-directive>。

④ 瞿旭晟:《政务微博的管理风险及运营策略》,《新闻大学》2011年第2期。

的显著特质。

此外,美国政府还积极利用国内 Twitter 及国外的微博平台“为我服务”。美国政府对于微博的参与主要落实在 Twitter 平台上,而在不同地区的美国政府及其派出机构一直积极利用当地最有影响的微博平台,特别是一些 Twitter 服务不畅或者当地拥有更具影响力微博平台的地区。以中国内地为例,目前,在新浪微博平台上,美国使领馆、美中交流机构、文化教育基金会以及部分外交官等都已经开通官方账户,在发布本职工作相关信息的同时,也积极和民众沟通互动。^①

(2) 英国推动政府 Twitter 的规范化运用

英国是推动政府微博规范化发展最有代表性的国家。英国政府早在 2009 年就发布了《政府部门 Twitter 使用指南》(以下简称《指南》),供各级政府部门参考。虽然这份《指南》不具有强制性,但仍然具有很强的借鉴意义。该《指南》共有 20 页,提供了一套比较完整的政府微博管理及使用方法,正文包括四个部分:使用 Twitter 的目的及评价方法;Twitter 使用过程中的风险管理;有效管理和使用 Twitter;推广 Twitter。其中有几方面内容值得特别关注。

第一,注重“意见领袖”的力量。《指南》建议一方面要高度重视关注“意见领袖”的留言内容,另一方面要和他们保持良好的关系,借助他们来宣扬政府的施政理念。

第二,注重微博使用效果评价。既然政府机构开通微博是一个普遍趋势,那就应当把政府微博纳入政府日常工作,像其他工作一样需要绩效考核,来评估其使用效果。

第三,注重发布内容要求。根据政府微博特点,《指南》从多样化、人性化、发布频率、时效性、可信度等多个方面对政府微博信息发布的机制提出建议。

第四,注重微博推广。《指南》建议通过门户网站、页面索引、社交媒体、关注“意见领袖”、电子邮件等多种渠道宣传推广政府微博。^②

3. 骚乱与革命的推手

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

^① 瞿旭晨:《政务微博的管理风险及运营策略》,《新闻大学》2011 年第 2 期。

^② 唐亮:《政府微博发展的理性思考》,新华网传媒频道,2011-6-9, http://news.xinhuanet.com/newmedia/2011-06/09/c_121513993_4.htm。

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,为了控制局势,摩尔多瓦政府关闭电视台,但人们通过 Twitter 对示威活动进行图文报道。抗议组织者通过 Twitter 策划活动;一些不能参加抗议活动的公司职员通过 Twitter 发信息表达要求自由、呼吁政府更迭的意愿;政府官员通过 Twitter 掌握事态最新发展。当网络被切断后,组织者用群发短信的方式散布信息。摩尔多瓦的这场骚乱被媒体冠以“Twitter 革命”,不仅反映出因国家经济衰退而产生的内部分裂,更直接体现了新媒体在政治活动中不可小觑的影响力。^①

2009年6月的伊朗总统大选,内贾德阵营和穆萨维两大派都把 YouTube、Facebook 和 Twitter 当作竞选阵地,发布竞选宣传片和各自的竞选消息。6月13日,伊朗内政部宣布内贾德赢得大选,但这一结果随即受到反对派及其支持者们质疑,进而演变为大规模的骚乱。由于伊朗当局对信息管制,很多反对派无法发短信,更多的伊朗人则通过 Twitter 发布实时信息。伊朗官方线上线下一齐行动,进行舆论控制,但 Twitter 网站上信息满天飞。当伊朗各大报刊网站主页一片空白时, Twitter 用户却从现场传来了实时消息。反对派通过 Twitter 对示威进行实时报道,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。尽管伊朗当局也有先进的过滤技术,但他们无法跟上“互联网一代”的伊朗年轻人,并且事先毫无准备。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^④。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

① 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,2009-9-14, <http://theory.people.com.cn/GB/10046652.html>。

② 同上。

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

④ 胡若愚:《美国疑借 Twitter 插手伊朗选举争端》, 新华网, 2009-6-18, http://news.xinhuanet.com/world/2009-06/18/content_11558295.htm。

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”。^① 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。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。青年人通过社交网络彼此 24 小时不间断联系，他们上传了大量用手机、相机及 DV 拍摄的游行现场画面。相比之下，突尼斯政府显然没有成熟的网络控制手段。在抗议爆发之后，政府匆匆屏蔽了大量批评政府的网站和博客，又试图窃取异议者的 Gmail 和 Facebook 账号，随后还逮捕了多名博客博主和突尼斯海盗党成员。而匿名组织发起了攻击政府网站的“突尼斯行动”。一浪高过一浪的抗议浪潮，时长一个月的突尼斯“街头革命”导致执政 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来组织发动街头抗议。受突尼斯变局的导火索——自杀事件的影响，2011 年 1 月 17 日、18 日，开罗相继有人在自焚。为促成大规模示威，一些反对派人士充分利用 Twitter 和 Facebook 这些网络社交工具召集示威活动。网络聚集越来越多的民众，这也使得抗议规模不断扩大，暴力随之升级。为了阻止民众示威，埃及政府采用极端的封锁消息的手段，一度全面中断国内所有移动电话网络和互联网连接。但街头抗议依然愈演愈烈，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新媒体时代信息传播的发酵、加速等技术因素，是影响政局变化的重要工具变量。^② Twitter 作为新型社交网站已经不只是单纯的社交工具，而具有政治传播和政治动员的功能。

（2）发达国家骚乱中新媒体同样发挥信息传递作用

发端于突尼斯、埃及的新媒体革命，在经历了第一阶段急风暴雨的快速胜利后，在利比亚、叙利亚等地进入了暴露其内在缺陷的第二阶段，又在伦敦进入了第三阶段。

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”，并扩散到伦敦周边的三个地区。骚乱

^① 《“Twitter 革命”推翻摩尔多瓦共产党人》，人民网—读书频道，2010-11-5，<http://book.people.com.cn/GB/69399/107423/207171/13142279.html>。

^② 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。

的组织者和参与者大量地使用黑莓手机、Twitter 等移动互联网终端以及社交新媒体,组织实施行动,同时还把现场拍摄的照片实时通过手机传送到社交网站上炫耀成果,吸引更多的参与者,一如在突尼斯、埃及等地的“革命者”所做的那样。作为其主要对手的伦敦警方并没有意识到自己也会面临新媒体的挑战,继续在使用传统的警用无线电系统进行内部指挥。但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比较充分的展示,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。^①

第二节 我国微博的发展、功能、特征与应用

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管理环境有关。

一 我国微博的发展

鉴于 Twitter 在信息传播方面的巨大能力,与 Facebook 一样,我国尚未允许其进入境内。不过这并不影响建立其模仿产品。2007 年 5 月,山寨版的 Twitter,即微博出现了。

迄今为止,我国的微博经历了引入期、沉寂期和成长期三个发展

^① 《从突尼斯到伦敦:骚乱中 Twitter 的无差别挑战》,新浪科技,2011-8-10, <http://tech.sina.com.cn/i/2011-08-10/07445907663.shtml>。

阶段。

第一阶段：引入期（2007年5月至2008年初）

2007年5月到2008年初是微博的引入期。这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。不久后，拥有数亿用户的腾讯也于2007年8月推出了腾讯滔滔微博。

第二阶段：沉寂期（2008年初至2009年2月）

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。

第三阶段：成长期（2009年2月至今）

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，这一时期，微博的发展分为独立微博二次崛起和全面成长期两个阶段。

独立微博二次崛起（2009年2—8月）。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。

全面成长期（2009年8月至今）。2009年8月，新浪推出“新浪微博”内测版，这是门户网站中第一家提供微博服务的网站，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”等事件，使微博受到主流媒体的关注，并进入中文主流人群的视野。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状态，此时，中国全面进入微博时代。

二 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