



# 公安类政务短视频 内容影响因素的实证分析 ——以“警界君”抖音号为例

宁波大学人文与传媒学院  
新闻与传播硕士研究生  
顾天钦  
2020年11月

# 公安类政务短视频内容影响因素的实证分析

## ——以“警界君”抖音号为例

### 研究起因

- 互联网发展使得政府开始利用互联网新媒体进行电子政务建设<sup>[1]</sup>
- 有研究表明，公众使用政务社交媒体比使用政务网站更能够产生满意感和信任感<sup>[2]</sup>
- 截至2020年6月，我国网络视频（含短视频）用户规模达8.50亿，占网民整体的85.6%<sup>[3]</sup>



[1]刘柳,马亮.政务短视频的扩散及其影响因素:基于政务抖音号的实证研究[J].电子政务,2019(07):11-21.

[2]Porumbescu G A. Linking public sector social media and e-government website use to trust in government[J]. Government Information Quarterly, 2016, 33(02): 291-304.

[3]中国互联网络信息中心.第45次中国互联网络发展统计报告[R].北京：中国互联网络信息中心,2020:53.

# 公安类政务短视频内容影响因素的实证分析

## ——以“警界君”抖音号为例



### 研究起因

- 有调查表明，2019年中国短视频用户时长首次超过长视频<sup>[4]</sup>
- 短视频快速发展，吸引诸多政府和事业部门在短视频平台上建立自己的账号
- 2018年12月国务院办公厅指出要大力推进政府系统政务新媒体健康有序发展<sup>[5]</sup>

国务院办公厅关于推进  
政务新媒体健康有序发展的意见  
国办发〔2018〕123号

各省、自治区、直辖市人民政府，国务院各部委、各直属机构：

政务新媒体是移动互联网时代党和政府联系群众、服务群众、凝聚群众的重要渠道，是加快转变政府职能、建设服务型政府的重要手段，是引导网上舆论、构建清朗网络空间的重要阵地，是探索社会治理新模式、提高社会治理能力的重要途径。近年来，各地区、各部门认真践行网上群众路线，积极运用政务新媒体推进政务公开、优化政务服务、凝聚社会共识、创新社会治理，取得了较好成效。但同时一些政务新媒体还存在功能定位不清晰、信息发布不严谨、建设运维不规范、监督管理不到位等突出问题，“僵尸”、“睡眠”、“雷人雷语”、“不互动无服务”等现象时有发生，对政府形象和公信力造成不良影响。为推动政务新媒体健康有序发展，经国务院同意，现提出如下意见。

[4]中国电视剧制作产业协会.中国电视剧（网络剧）产业调查报告[R].北京：中国广播影视出版社,2020.

[5]国务院办公厅.国务院办公厅关于推进政务新媒体健康有序发展的意见[S/OL].(2018-12-27).[http://www.gov.cn/zhengce/content/2018-12/27/content\\_5352666.htm](http://www.gov.cn/zhengce/content/2018-12/27/content_5352666.htm).

### 问题的提出

- 政务短视频在学界也获得关注，从视频影响力的角度出发，主要聚焦于以下四类研究：

- 一是关注政务短视频中的传播策略对于视频影响力的作用

成杰<sup>[6]</sup>通过对公共卫生事件中的政务短视频进行传播策略分析后认为短视频的制作团队专业性、可视化程度、多渠道发布、内容趣味性和人文关怀意识会作用于短视频的影响力。



[6]成杰.论公共卫生事件中科学传播类短视频的新进路[J].传媒论坛,2020,3(14):137-138.

# 公安类政务短视频内容影响因素的实证分析

## ——以“警界君”抖音号为例

### 问题的提出

- 政务短视频在学界也获得关注，从视频影响力的角度出发，主要聚焦于以下四类研究：
  - 二是站在短视频的主体单位角度从宏观层面提出提升政务短视频影响力的发展建议

张荀昕等<sup>[7]</sup>通过文献和案例研究发现，5G时代的政务短视频应当从技术上建立智能化平台、内容上提高社会话题敏感度、表达形式上平衡严肃性与生动性以及主题设置上要扭转文化逆差，以最终实现政务短视频的影响力。



[7] 张荀昕,徐建华.5G时代政务短视频的传播与发展[J].青年记者,2020(08):103-104.

# 公安类政务短视频内容影响因素的实证分析

## ——以“警界君”抖音号为例

### 问题的提出

- 政务短视频在学界也获得关注，从视频影响力的角度出发，主要聚焦于以下四类研究：
  - 三是从视频生产角度探讨提升短视频影响力的相关因素

彭兰<sup>[8]</sup>通过文献和理论研究认为，在视频生产时要进行专业化锤炼，并可以通过优化要素配置以寻求最大传播力。这些要素配置包括主题、亮点、形式、互动模式以及分发模式与界面。



[8]彭兰.短视频:视频生产力的“转基因”与再培育[J].新闻界,2019(01):34-43.

### 问题的提出

- 政务短视频在学界也获得关注，从视频影响力的角度出发，主要聚焦于以下四类研究：
  - 四是聚焦政务短视频中的内容因素对于视频影响力的作用

章震等<sup>[9]</sup>通过对13家中央政务短视频内容的编码和分析，发现中央级单位抖音号主要宣传部门工作和建构国家认同，其中爱国主义情感在短视频中运用较为普遍。并且这些抖音号运用短视频调动公众的状态情感和结构性情感，这些情感传播的举措帮助了政务抖音号迅速获得影响力。



[9]章震,尹子伊.政务抖音号的情感传播研究——以13家中央级单位政务抖音号为例[J].新闻界,2019(09):61-69.

# 公安类政务短视频内容影响因素的实证分析

## ——以“警界君”抖音号为例

### 问题的提出

- 大部分学者的关注点主要聚焦于传播内容
- 传播内容能够作用于政务短视频的影响力，得到研究者们的广泛认可
- 从政务短视频的主体类型上看，对于公安类政务短视频内容影响因素的分析，目前还没有学者开展深入的研究



[9]章震,尹子伊.政务抖音号的情感传播研究——以13家中央级单位政务抖音号为例[J].新闻界,2019(09):61-69.

## 研究设计与实施

### ● 研究思路

- 本研究目的是通过分析抖音号的整体特征和短视频内容，探究不同类型的短视频内容对传播力的影响差异
- 本研究使用内容分析法的研究范式进行研究设计
- 本研究确立了公安类政务抖音短视频内容的编码类目表，这是本研究的难点也是主要创新点
- 本研究对所研究的短视频进行系统抽样、编码和统计，并对统计结果做理论的分析和应用策略的讨论

# 公安类政务短视频内容影响因素的实证分析

## ——以“警界君”抖音号为例



### 研究设计与实施

#### ● 样本的构成

- 本研究参考具有业界权威性的抖大大平台的相关排行，依据抖大大发布的“中国政务抖音排行榜TOP100”，从中将公安类政务抖音号进行筛选和排序，最终选择视频总数排名第一抖音号——“警界君”——作为本次内容分析的研究对象。

## 研究设计与实施

### ● 样本的构成

■ 本研究对“警界君”抖音号进行内容抽样，选取2018年12月1日至2019年11月30日为时间范围，在抖大大平台中共爬取到视频911条，清洗后得到有效视频共875条，每条样本包含六类参数，分别是标题、点赞数、评论数、转发数、视频时长和发布时间。对875条视频的内容按照点赞量从高到低排序，将序号尾数为“1”、“50”和“00”的视频进行系统抽样，一共抽选出105个视频样本。

# 公安类政务短视频内容影响因素的实证分析

## ——以“警界君”抖音号为例

## 研究设计与实施

### ● 编码类目表的建立

- 采用专家意见法，汇集不同专家意见，最终整理出4个一级类目和17个二级类目的编码类目表，并给出各二级类目的操作定义。
- 本研究邀请熟练掌握内容分析法的传播学专业学生担任编码员。
- 两位编码员根据编码类目表进行逐条编码，编码前用30条数据测算Holsti相互一致度，其中大部分分类自信度检验高于0.83。经对有疑问的编码进行单独讨论和专家参与，确定疑问编码的具体条目归属。两位编码员对105条样本编码完毕后，测得Holsti相互一致度高于0.90。

表1：公安类政务抖音短视频编码类目表

一级类目	二级类目	操作定义	代码	备注
普法知识	扫黑除恶	恶势力、贩卖枪支、邪教	1	
	预防诈骗	诈骗方式科普	2	
	两抢一盗	财产安全知识科普、防抢劫、抢夺、盗窃	3	
	反毒品	吸毒贩毒	4	
	平安出行	交通法规解读、交通安全知识科普	5	
	法律法规	其他类法律法规宣传、政策解读	6	
	权益保障	财产安全、隐私保护、权益保障、人身安全	7	
	灾害救护	意外自救/他救、灾害救护	8	
形象宣传	形象展示	公安形象、部门形象展示、宣传片、账号求关注	9	
	英模人物	英模人物事迹宣传、警官评选、警察表彰	10	
	警务风采	日常训练、救死扶伤、获奖成果、保驾护航、警察故事、警员比赛、内部活动、专项行动、专题报道	11	
	节日祝福	以节假日、纪念日为主题	12	
警务信息	新闻资讯	城市及社会热点新闻	13	
	政策解读	公安业务或其他公共政策解读	14	
	招聘信息	人才招聘	15	
娱乐分享	生活娱乐	日常生活娱乐、热门翻拍	16	
	信息分享	社会资讯分享、福利互动	17	

注：同一条视频如果包含两个或两个以上内容类，可以赋予多个编码，尽可能唯一编码

# 公安类政务短视频内容影响因素的实证分析

## ——以“警界君”抖音号为例



### 研究设计与实施

#### ● 数据的统计

- 视频基础参数的描述性统计
- 各个一级类目、二级类目的内容分布分析
- 视频基础参数和各内容类目的交叉分析

# 公安类政务短视频内容影响因素的实证分析

## ——以“警界君”抖音号为例

## 结果与讨论

### ● 描述性统计分析

- 对于时长的分析结果显示，最长时长为58秒，最低时长为6秒，平均时长约19秒，样本中大部分短视频的时长集中在15秒至30秒之间。对样本进行单样本检验后发现，样本短视频时长的95%置信区间为17.19-21.25。
- 通过对时长与点赞数的皮尔逊相关性分析后发现，相关系数为-0.81，时长与点赞数呈负相关关系。该相关性表明，在0-60秒的范围内，短视频的时长越长，其获得高点赞量的可能性越低。

表 2：基础参数的描述性统计分析

	点 赞 数	评 论 数	分 享 数	时 长
个案数	105	105	105	105
有效缺失	0	0	0	0
平均值	447447	4129.94	2290.54	19.22
方差	6989666387	290088798	115685982	110
	522			
最小值	327	2	1	6
最大值	26841538	100470	104744	58

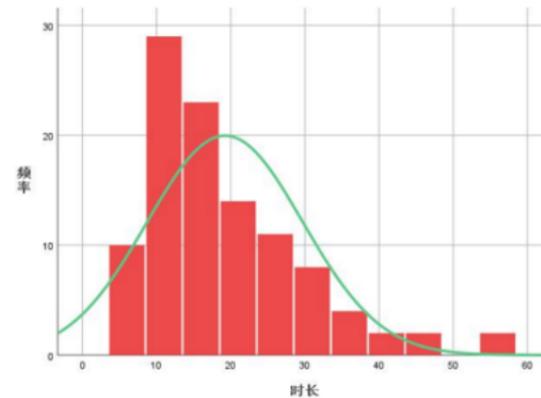


图 1：时长频率分布情况

# 公安类政务短视频内容影响因素的实证分析

## ——以“警界君”抖音号为例

## 结果与讨论

### ● 类目分布情况分析

■ 通过对105个短视频样本进行大类和二类编码，发现形象宣传大类和普法知识大类中的短视频数量均高于平均值。形象宣传类内容达到了39条，其中警务风采26条，形象展示8条，节日祝福5条。普法知识大类紧随其后，共有33条，其中平安出行17条，权益保障7条，两抢一盗和扫黑除恶各3条，预防诈骗、灾害救护和法律法规各1条。



图 2：短视频类目分布情况

# 公安类政务短视频内容影响因素的实证分析

## ——以“警界君”抖音号为例

## 结果与讨论

### ● 类目与基础参数的交叉分析

- 图3中圆形大小表示为所在类目的视频数量多寡，圆形的高低表示其获得点赞、评论和分享总数的多寡
- 警务风采的视频数量最多，但其点赞、评论和分享总数明显低于新闻资讯类目的基础参数。值得注意的是，新闻资讯的视频数量仅16条共获得3400万的点赞总数，平均点赞数约为212万，而警务风采的视频数量有26条共获得278万的点赞总数，平均点赞数约为10.7万

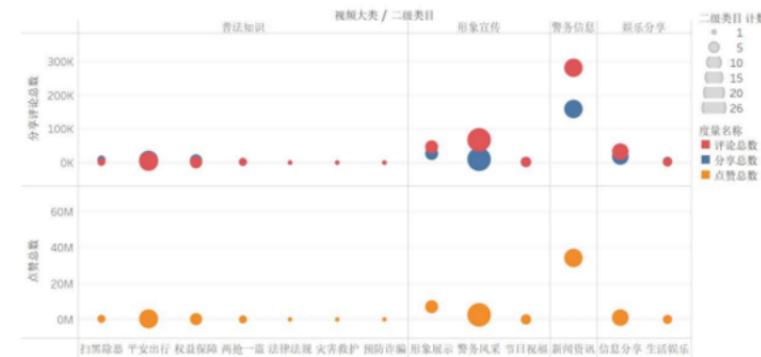


图3：短视频类目与基础参数交叉分析图

# 公安类政务短视频内容影响因素的实证分析

## ——以“警界君”抖音号为例

## 结果与讨论

### ● 类目与基础参数的交叉分析

- 图4中，方块的面积指的是视频的数量，颜色深浅指的是点赞总数的多寡。
- 通过图4发现，15秒视频的视频数量为52条，30秒视频的视频数量为40条，60秒视频的视频数量为14条。15秒视频的点赞总数超过30秒视频和60秒视频。其中，15秒视频的新闻资讯和形象展示短视频收获的点赞总数最多。
- 值得注意的是，60秒视频的警务风采短视频收获的点赞总数较高。

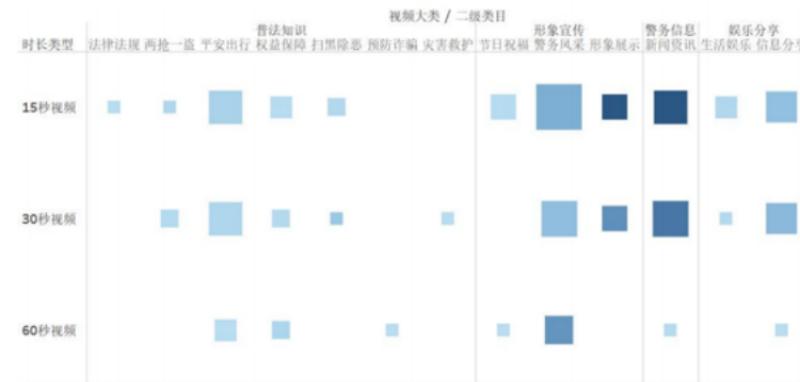


图 4：短视频类目与时长参数交叉分析图

# 公安类政务短视频内容影响因素的实证分析

## ——以“警界君”抖音号为例



### 结论与启示

- 对于公安类短视频，应当精简视频时长
  - 研究结论显示，时长控制在17-21秒的短视频更有可能激发公众的点赞行为、评论行为和转发行。这或许是因为用户在使用短视频软件时往往用的是其碎片化时间，过长的视频时长可能不会受到用户的青睐和关注。

# 公安类政务短视频内容影响因素的实证分析

## ——以“警界君”抖音号为例



### 结论与启示

- 对于公安类短视频，应当重视视频内容选择
  - 研究结论显示，“新闻资讯”、“形象展示”和“警务风采”内容能够获取更好的视频影响力。公安类短视频的运营主体应当选择具有公安类短视频特点的新闻资讯和警察形象等类型作为主要的视频内容。

## 结论与启示

- 未来研究的启示主要有两点：
  - 一是从研究的深度上可以通过细化公安类政务短视频分析的维度，从视觉图像、时间参数等其他维度探讨影响公安类政务短视频热度的因素，并可以通过假设检验的方法进一步探讨各维度的因素同影响力的相关性
  - 二是从研究的宽度出发，以宏观的角度将政务短视频作为一个整体进行研究，探讨政务短视频在传播时同视频热度相关的因素



# 公安类政务短视频 内容影响因素的实证分析 ——以“警界君”抖音号为例

宁波大学人文与传媒学院  
新闻与传播硕士研究生  
顾天钦  
2020年11月