

# 南京信息工程大学

## 硕士专业学位论文



论文题目： 江苏省政务新媒体建设的问题及  
对策研究

类别名称： 公共管理

领域名称：                     

培养学院： 法政学院

提交时间： 2023年3月23日

二〇二三年三月

## 独创性声明

本人声明所呈交的论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。本论文尽我所知，除了文中特别加以标注和致谢的内容外，不包含其他人或其他机构已经发表或撰写过的研究成果，也不包含为获得南京信息工程大学或其他教育机构的学位或证书而使用过的材料。与我一同工作同志对本研究所做的贡献均已在论文中作了声明并表示谢意。

本人学位论文及涉及相关资料若有不实，愿意承担一切相关的法律责任。

学位论文作者签名：\_\_\_\_\_ 签字日期：\_\_\_\_\_

## 关于论文使用授权的说明

本人授权南京信息工程大学可以保留并向国家有关部门或机构送交论文的复印件和电子文档；允许论文被查阅和借阅；可以将学位论文的全部或部分内容编入有关数据库进行检索；可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存、汇编本学位论文。本文电子文档的内容和纸质论文的内容相一致。论文的公布（包括刊登）授权南京信息工程大学研究生院办理。

非国家秘密类涉密学位论文在解密后适用本授权书。

☐公开    ☐保密（\_\_\_\_\_年 \_\_\_\_\_月）（保密的学位论文在解密后应遵守此协议）

学位论文作者签名：\_\_\_\_\_ 签字日期：\_\_\_\_\_

指导教师签名：\_\_\_\_\_ 签字日期：\_\_\_\_\_

## 摘要

十九届五中全会以后，我国政府工作的重心已经转移到了加强数字社会建设和数字政府建设、推进政务服务标准化、规范化、便利化等方面。互联网政府服务是指以建立数字化的政府为起点，推进“数字政务”，把“为人民”这一宗旨真正贯彻下去。但是，伴随着政务新媒体的建设实施，其中呈现出的问题也越来越多，比如，形式主义严重、平台定位不明确、运营水平低、内容创新不足等问题。

在此背景下，为构建并推进政务新媒体的健康、稳步发展，本论文以新媒体为切入点，以新公共管理、新公共治理、社会治理等理论为基础，采用文献研究法、问卷调查法、案例分析法等研究手段，对我国政务新媒体的发展现状进行研究。目前，江苏省在全国范围内是政务新媒体发展速度较快的省份，但仍存在着以下几个比较明显的问题，即：政务新媒体的布局缺少整体性，运作效率低下，以及双方的互动沟通不够。为使江苏省的政务新媒体能够持续地向好的方向发展，文章针对性地制定和提出了一些改革措施，这些措施借鉴了国内外的一些先进经验，例如澳大利亚，美国，国外经验总结得出政务新媒体的建设实施增强了与民众的交流，拉近了与民众的关系；再例如，宁夏银川的政务微博，以及浙江省的“数字浙江 2.0”，都将给江苏省的政务新媒体的发展带来一定的借鉴意义，并以此为依据，通过对江苏省政务新媒体发展过程中所面临的问题的剖析，为促进政务新媒体的发展和变革，提供了一些政策和措施，包括：主动进行政务新媒体的战略布局；提高政务新媒体的服务和管理能力；充分发挥政务新媒体的互动和交流功能。

**关键词：**数字政府；政务新媒体；运营管理

## Abstract

After the Fifth Plenary Session of the 19th CPC Central Committee, the focus of the Chinese government's work has shifted to strengthening the construction of digital society and digital government, and promoting the standardization, standardization and facilitation of government services. Network government refers to the establishment of a digital government as a starting point, to promote "digital government", the purpose of "for the people" truly carry out. However, along with the construction and implementation of new media by the government, there are more and more problems, such as serious formalism, unclear platform positioning, low level of operation, insufficient content innovation and so on.

In this context, in order to build and promote the healthy and steady development of the new media of government affairs, this topic takes the new media as the entry point, based on the theories of public governance, new public management and social governance, and adopts research methods such as literature research, questionnaire survey, case analysis and comparative analysis to study the current development of the new media of government affairs in China. In addition, Jiangsu Province is the fastest developing province of new government media in the whole country, but there are still several obvious problems, namely: the layout of new government media is lack of integrity, low operation efficiency, and insufficient interactive communication between the two sides. In order to enable the new government media in Jiangsu Province to develop continuously in a good direction, the paper formulated and put forward some reform measures. These measures draw on some advanced experiences at home and abroad, such as Australia and the United States. The foreign experience concluded that the construction and implementation of new government media enhanced the communication with the public and narrowed the relationship with the public. Another example is the government affairs microblog in Yinchuan, Ningxia, and the "Digital Zhejiang" 2.0 in Zhejiang Province, both of which will bring certain reference significance to the development of the new media of government affairs in Jiangsu Province. Based on this, some policies and measures are provided to promote

the development and reform of the new media of government affairs in Jiangsu Province by analyzing the problems faced in the development process of the new media of government affairs. Including: take the initiative to carry out the strategic layout of new media of government affairs; Improve the service and management ability of new media of government affairs; Give full play to the interaction and communication functions of the new media of government affairs.

**Keywords:** digital government; new media for government affairs; operation management

# 目录

摘要 .....	I
Abstract .....	II
第一章 绪论 .....	1
1.1 选题背景与研究意义 .....	1
1.1.1 选题背景 .....	1
1.1.2 研究意义 .....	2
1.2 国内外研究现状文献综述 .....	3
1.2.1 国外研究现状 .....	3
1.2.2 国内研究现状 .....	6
1.2.3 研究评述与启示 .....	10
1.3 研究内容与研究方法 .....	10
1.3.1 研究内容 .....	10
1.3.2 研究方法 .....	12
1.4 论文主要创新点 .....	13
第二章 政务新媒体相关概念与理论基础 .....	14
2.1 相关概念 .....	14
2.1.1 政务新媒体 .....	14
2.2.2 政务微博 .....	14
2.2.3 政务微信 .....	15
2.2.4 政务抖音 .....	15
2.2 理论基础 .....	16
2.2.1 新公共服务理论 .....	16
2.2.2 新公共治理理论 .....	17
2.2.3 社会治理理论 .....	17
2.3 本章小结 .....	17
第三章 江苏省政务新媒体建设发展现状与存在问题分析 .....	19
3.1 江苏省政务新媒体建设发展现状 .....	19
3.1.1 江苏省政务新媒体建设发展总体情况 .....	19
3.1.2 政务微博应用情况 .....	20

3.1.3 政务微信应用情况 .....	25
3.1.4 政务抖音应用情况 .....	27
3.2 江苏省政务新媒体建设发展存在的问题调查 .....	28
3.2.1 调查问卷的设计与发放 .....	28
3.2.2 被调查对象的描述性统计分析 .....	29
3.3 江苏省政务新媒体建设发展存在的问题 .....	31
3.3.1 政务新媒体部署缺乏全局战略 .....	31
3.3.2 政务新媒体平台运营水平偏低 .....	33
3.3.3 政务新媒体双向互动交流不足 .....	36
3.4 江苏省政务新媒体建设发展存在问题的原因 .....	39
3.4.1 政务人员对政务新媒体的重视程度不足 .....	39
3.4.2 政务新媒体建设监督审核机制不完善 .....	40
3.4.3 政务人员主动服务意识不强 .....	40
3.5 本章小结 .....	41
第四章 国内外政务新媒体发展建设经验借鉴 .....	42
4.1 国外政务新媒体经验借鉴 .....	42
4.1.1 澳大利亚统筹政务新媒体建设 .....	42
4.1.2 美国积极优化新媒体政府信息互动平台 .....	43
4.2 国内政务新媒体经验借鉴 .....	44
4.2.1 宁夏政府积极打造“问政银川”系列政务微博 .....	44
4.2.2 数字化助力浙江政务新媒体运营 .....	44
4.3 国内外政务新媒体发展建设经验启示 .....	45
4.3.1 政府做好统筹规划政务新媒体体系建设工作 .....	45
4.3.2 制度为政务新媒体的建设发展提供保障 .....	45
4.3.3 结合民众需求创新优化政务新媒体内容 .....	45
4.3 本章小结 .....	46
第五章 推进江苏省政务新媒体建设发展改革的对策 .....	47
5.1 积极做好政务新媒体战略布局 .....	47
5.1.1 优化政务新媒体的资源配置 .....	47
5.1.2 加强政务新媒体的监督管理 .....	47

5.1.3 高度重视政务新媒体管理工作 .....	48
5.2 提升政务新媒体服务管理水平和运用能力 .....	48
5.2.1 加强新媒体复合型人才培育和引进 .....	48
5.2.2 健全政务新媒体内容审核机制 .....	49
5.2.3 加强政务新媒体考核评价 .....	50
5.3 充分发挥政务新媒体的互动沟通作用 .....	50
5.3.1 提升平台的互动质量和效率 .....	50
5.3.2 建立通畅便捷的信息交流渠道 .....	51
5.3.3 强化政务人员的主动服务意识 .....	51
5.4 本章小结 .....	52
第六章 研究结论与展望 .....	53
6.1 研究结论 .....	53
6.2 研究展望 .....	54
参考文献 .....	55
附录 .....	61



## 第一章 绪论

### 1.1 选题背景与研究意义

#### 1.1.1 选题背景

国务院办公厅日前印发的《关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》<sup>①</sup>，指出到 2022 年，地方各级政府要明确政务新媒体管理的主体责任，完善政务新媒体管理政策中有关管理的基本理念和政策要求。该文件中已经明确提出各级政府部门可以通过政务新媒体来加强社会治理，提升整体社会治理水平。当前新媒体应用智能化程度大大提高，使用场景越来越多样化，对经济社会和民生的嵌入、传播作用越来越深入，新媒体的公共服务功能明显提升，新媒体成为推动我国治理结构和治理水平提高重要抓手的作用越来越明显。

江苏省根据江苏省人民的实际需要以及新媒体的建设目标，大力推进政务服务与互联网融合。江苏省各地政府的政务新媒体建设工作开展得有声有色，如陆续注册了政务微博、政务微信、政务 APP 等多种形式的官方账号。截至目前，各级政务新媒体中的政府账号数量一直在稳步增长，这种新型的政府工具是一种有效连接政府和公民的手段，将传统的政府沟通方式从单向转变为双向。就拿 2020 年和 2021 年第三季度的政务新媒体具体情况来看，江苏省政务新媒体目前面临的主要问题仍然是内容更新不及时，没有提供有效的互动功能，功能不普及等。政务新媒体的整体活跃度提高了，其在快速发展也面临着许多运营上的挑战。一些政务新媒体没有审核发布的内容，也不重视新媒体的报道。因此，为公民提供的政府信息和服务滞后且不专业，制约了地方政府行政管理工作的开展。因此，政府应高度重视建立健全的政务新媒体机制，各级政府机构应遵循政务新媒体的核心价值——“倾听一对话一服务”，只有坚守核心价值路径，新媒体才能切实起到作用。

本论文的研究主体是江苏省政务新媒体，运用问卷调查和案例分析等研究方法，找出了政务新媒体发展和建设过程中的问题和根源，并借鉴国内外优秀案例，为探索适应江苏省政务新媒体的改革对策提供依据和借鉴，实现江苏省

---

<sup>①</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,2018.

政务新媒体的快速稳步发展。

### 1.1.2 研究意义

随着过去几年的发展，政务新媒体已经逐渐融入人们的生活。从 2021 年 12 月起，江苏省共建设了 3544 个政务新媒体，按设立的主体进行分类，具体为：省级 119 个，区市及其部门 1191 个，县级及其街道 2234 个。按类别分为微信、微博、移动客户端以及其他类型，分别为 2506 个，676 个，63 个和 299 个<sup>①</sup>。政务新媒体能够促进政府与人民的交流，使两者的联系更加紧密。在群众的监督下，政府机构的工作效率也得到了很大的提升。因此，不管是从理论意义上来看还是实践意义上来看，加强对政务新媒体的研究至关重要且势在必行。

#### 1.1.2.1 理论意义

政务新媒体是当前的政府服务管理，政府转型的最主要方式，相应的基础理论与方法仍必须投入大量精力去探索与研究，特别是对某些有针对性的地区的研究，还相当稀少，针对一个具体地区的政务新媒体的建设提供实施对策的意见相对较少。本章主要以江苏省的政务新媒体建设为主要研究对象，通过探讨在其建设进程中所面临的困难和提供具体的政策举措，有相当的理论意义。

第一，在理论上，新公共服务理论、新公共治理理论和社会治理理论等是本文的理论依据。本文运用上述理论对江苏省政务新媒体的发展与建设进行了研究，并根据江苏省发展的现实情况，对江苏省政务新媒体建设中遇到的阻碍及原因进行了剖析，并在此基础上提出可行性建议，这既是对新媒体建设成果的重构，也是对相关理论范围的扩大。

第二，在研究结果方面，仔细研究各国对政务新媒体的研究，可以发现，虽然各国对政务新媒体的研究很多，但是，更多的是针对特定的研究课题进行具体的分析，因此，对于本文的研究对象的适用性不足。所以，本文选择了江苏省政务新媒体作为探究主体，将相关理论与实践相结合，对政务新媒体的研究进行了一定的补充。

#### 1.1.2.2 现实意义

虽然政务新媒体正在迅速发展，但在摸索如何为地方政府设计一个“倾听

---

<sup>①</sup> 江苏省人民政府办公厅.《省政府办公厅关于 2021 年全省政务新媒体检查抽查情况的通报》,政府办公室(厅)文件,2021.

“一对话一服务”的政务新媒体时，仍不可避免地出现一些问题。因此，在实践中，更重要的是研究政务新媒体的长期建设，以提出实施社会治理的新方法，提出优化建议，使政务新媒体在政府服务工作中起到更好的作用，其现实应用价值更高。

第一，在江苏省政务新媒体的背景下，本文分析了江苏省政务新媒体的现状，以及新媒体建立和发展的问题和原因。通过对国内外政务新媒体发展与建设的比较，借鉴国内外先进经验，在此基础上，提出了江苏省政府在数字化环境下，如何进一步完善政府新媒体的发展与建设。这对于推进江苏省政务新媒体的建设、提升江苏省政务新媒体的工作质量、工作效率、推进江苏省的服务型政府建设都有重要意义。

第二，文章对江苏省政务新媒体的建设和发展进行了分析和研究，并为优化江苏省政务新媒体的建设提供了相关建议。所提出的建设建议，包括新媒体的战略引入、运营水平的提升、互动传播的作用等，可以为中国其他省市的政务新媒体的建设和发展提供相关建议。

## 1.2 国内外研究现状文献综述

不只是中国，国际上也有很多国家建立了政务新媒体，政务新媒体作为改善政府社会治理的一种方式，可以使政府与公众进行高度的沟通和互动。国内外的政府新媒体尽管在形式上略有不同，但仍许多相似之处。国外政府更多专注于建立社交媒体，他们主要使用 Facebook 和 Twitter 等社交媒体与公众进行沟通，通过在 Facebook 和 Twitter 等社交媒体上宣传政治事件，让公众参与其中。

### 1.2.1 国外研究现状

#### 1.2.1.1 政务新媒体发展

Mergel（2019）认为，当前的政务新媒体正在从早期的实验阶段—摸索建立制度的阶段—走向法治化、制度化阶段，从目前来看，政务新媒体由混乱运作阶段向规范化阶段过渡<sup>[1]</sup>。关于政务新媒体发展关键要素的探索，Ralf（2019）认为政务新媒体的关键环节应充分开放政府与公民之间的互动交流渠道，在互动交流渠道畅通的基础上再完善相关配套政策，确保其符合当前政务新媒体的发展，并与之相适应<sup>[2]</sup>。Wu（2019）等认为沟通是政府执行工作的关键，新媒

体是实现这一目标的绝佳途径。公众在对政府政策充分了解的情况下，才会加深对政府的信心。另一方面，双向沟通也可以帮助政府掌握民众的需要，从而结合民意更好地推动政策的发展与完善<sup>[3]</sup>；Ferro（2018）等人发现，民众对于政务新媒体表现出较高的热情，他们更倾向于通过新媒体和政府官员进行沟通和互动，并参与到公共决策中去。另有学者则认为，民众对政务新媒体的信任感与其参与频次有显著的相关性<sup>[4]</sup>。

综上所述，国外学者对于政务新媒体发展持正面看法，将其视为一种良好的政府行为传播途径，通过该途径，民众能够更好地与政府官员进行交流，进而参与到政府的政策制定中去。

#### 1.2.1.2 政务新媒体政策

John C Bertot（2021）认为政务新媒体政策的发展和完善主要体现在创造政策工具和拓宽政策目标价值两个方面，但目前政务新媒体仍以前者为主要动力，并在该方面的发展上还存在着明显的缺陷。针对这个现象，该学者对政务新媒体政策的发展提出了一系列改措施<sup>[5]</sup>。M. Yietal（2018）认为，政务新媒体政策的构造主要由形成动因、主要内容维度、构成要素三个方面组成，在政务新媒体发展过程中，要想维持目前政务新媒体的开展，必须保证在开展过程中构建完善的政策体系来支持<sup>[6]</sup>。D F（2018）指出，政府机构创建了“两微端”等新的行政媒体，以便更好地向大众传达政府的信息，但在创建新的行政媒体政策时，存在链接机制不完善等问题<sup>[7]</sup>。

总之，在政务新媒体政策方面，本文首先肯定了政务新媒体发展的重要性。在政务新媒体政策的构建方面，国外大部分研究者认为，目前应从政策手段入手进行政府新媒体的构建工作。鉴于目前政府在制定新媒体政策方面所面临的挑战，许多学者对政务新媒体政策发展提出具有针对性的意见。

#### 1.2.1.3 政务新媒体存在的问题

首先，从政府层面看，Sáez Martín（2018）等学者对欧洲政府官员发表的Twitter消息进行了分析，认为随着政府财政情况的改善，Twitter账户会更加活跃，政府通过Twitter发送相关政策信息有利于对社会管理层面的改善<sup>[8]</sup>。Ma（2021）等学者以微信为基础，对新媒体环境下微信如何有效地解决公共舆论问题进行了研究，该研究对于政府如何在效率很高的情况下，做好新媒体时代

的公共舆论管控工作具有重要的现实意义<sup>[9]</sup>。Graeme burton (2018) 认为, 在媒体具有一定独立性的同时, 也要关注政府对其权力的制约。作为政府机关, 它拥有天然的权威和权力, 因此, 媒体与政府之间要保持良好的沟通。在西方国家, 媒体的报道是非常受重视的, 政府的形象要透过媒体来展现, 要想在公众面前树立一个良好的政府形象, 必须要重视与媒体的关系<sup>[10]</sup>。Golan Guy (2019) 学者对公共外交研究中, 政府通过媒体途径对国外读者的影响进行了研究。研究人员研究了全球媒体报道中, 在全球范围内的竞争过程中, 新媒体在对手竞争过程中所起到的促进及推广作用<sup>[11]</sup>。

其次, 从公众层面来看, Dong (2020) 在信息接受理论的基础上, 认为资源整合与群众化是政务新媒体发展的必然趋势, 该学者建立了定量与定性评价、内容供给与用户体验评价、传播功能与效果评估相结合的体系, 评估政务新媒体的集群传播能力, 并根据其具体的集群传播能力调整传播策略, 加快传播效果<sup>[12]</sup>。Lv (2018) 提出, 为适应新媒体时代的挑战, 法院不仅要重视工作, 更要重视舆论管理。人民法院要积极利用新媒体平台的优点和特性, 从传统工作方式向创新工作方式转变, 利用新媒体技术和平台, 确保广告宣传的成功, 提高人民法院的知名度和公信力<sup>[13]</sup>。Ying (2021) 在回顾了政府开放服务的发展状况后, 从数据开放的主要概念、战略发展、体制机制、平台架构和社会服务的改进等方面提出了政府数据开放的前沿设计的主要路径<sup>[14]</sup>。

从以上文献可以看出, 国外学者主要从政府和社会两个角度研究政务新媒体的问题。在政府层面, 政府需要关注媒体关系, 维护政府的良好形象, 以打造政府媒体。在社会层面, 国外学者将注意力集中在新媒体的传播策略上, 着重于转变传统的沟通模式, 提高新媒体的服务质量。

#### 1.2.1.4 政务新媒体发展对策研究

目前, 各国政府已经建立起了政务新媒体技术应用系统, 例如, 在美国, 有一本《政府社会化媒体手册》, 在英国, 有《政府部门推特战略指引》等等。决策者们必须根据社会需要和社会预期制定合适的准则。

Szostek (2018) 调查探讨了学生对国家和非国家来源过程中, 对于国际事务冲突问题的看法。调查发现, 对不可信的“宣传”国家电视台的低消费报道往往伴随着国家电视台传达的总体战略叙事的再现<sup>[15]</sup>。John Carlo Bertot, Paul

T（2018）等学者认为，有了社会化媒体，民众可以更多地与政府进行沟通，在此基础上，政府可以有更多的方式进行社会管理<sup>[16]</sup>。Ma（2021）提出在新媒体时代，政府如何运用微信进行公共舆论监督管理，使政府更好地实现新媒体背景下公共舆论管理工作，具有一定的现实意义<sup>[17]</sup>。

在政务新媒体影响评价的标准上，目前国外的一些学者对政务新媒体评价体系进行了探讨。目前，John Carlo Bertot，Paul T（2018）认为，用于评估各国政务新媒体影响的主要因素是每个组织的政务新媒体账户的关注者、帖子、转发和喜欢的数量。虽然可采用量化的方法对这些因素进行排名，但这些量化的数据指标并不能完全反映政务新媒体对社会治理的全部影响<sup>[18]</sup>。Rosario（2018）对使用不同形式社会媒体（如 Twitter 和 Facebook 等）的西班牙居民与地方当局的关联性进行了分析，调查发现，在参与当地的行政工作中，Facebook 的人气要超过 Twitter。并发现与公民参与有关的其他因素有：在线知名度、情感、社交媒体活动水平和市政网站提供的互动性。该调查结果可以帮助我们更好地了解不同的社会媒体对公众参与的作用<sup>[19]</sup>。

总之，在政务新媒体的发展措施上，学者主要从完善政府新媒体的政策框架、建立政务新媒体评级体系等方面着手，促进政府新媒体实现更好的发展。针对不同的政务新媒体类型，不同的学者也表达了不同的看法。

## 1.2.2 国内研究现状

### 1.2.2.1 政务新媒体发展

政务微博于 2011 首次亮相，在我国也引发了对政务新媒体的研究热潮。时至今日，学术界对政务新媒体的定义在不断地更新完善。王山（2019）认为，目前我国政府的社会化管理正在由“数字政府”向“智能政府”转型，伴随着这一转型，也将产生相应的问题，从而影响到政府的社会化管理效果<sup>[20]</sup>。左志新（2021）认为，数字经济成为我国新发展模式的关键驱动力。数字化治理正在推进社会治理的变化，新媒体提高了振兴农村的步伐，新媒体对城市形象的宣传方式和宣传方法进行了创新。新媒体的发展速度加快，主要体现在本地生活互联网中心的到来和新数字生活服务的发展<sup>[21]</sup>。王灵桂（2021）认为，坚持以遵循问题为导向，对新媒体的发展规律进行了深入的探索，统筹新媒体的发展与安全，是坚守传统、创新、以主流价值观来驾驭“算法”，与时俱进，促

进基础和应用对策研究的结合<sup>[22]</sup>。薛雨桐（2022）指出互联网创造了一个“全民议政”的时代，政府与民众之间形成了一种双向的互动关系，政府形象的好坏，不仅关系到其在民众心目中的公信力，更重要的是，民众对政府的评论与意见，将会对政府形象产生直接的影响，政务新媒体平台是政府和民众之间交流的重要途径，近几年，通过政务新媒体，政府不断加强与群众之间的交流和联系，探讨了如何以“人格化”的方式来推动政务新媒体的开展，为政务新媒体建设、使用和管理找到一条行之有效的途径<sup>[23]</sup>。

总之，国内学者对于政务新媒体发展的研究，多集中于发展规划、传播模式等方面。此外，国内学者也认为，政务新媒体发展要以问题为指引，与国家发展的方向要保持同步。

#### 1.2.2.2 政务新媒体建设

徐晓婧（2021）从智能城市的发展角度出发，寻找柳州市政务新媒体建设在自然、人力资源、动力和技术层面的分解方法，为城市的高质量发展作出贡献<sup>[24]</sup>。陈晓蓉（2018）认为，当所有的资源都集中在一个地方时，公共事务将会得到极大的改善，民众的使用将会更加方便。就比如留言板功能，线上的留言板打破了时间空间的距离，为群众反映实际问题建立了枢纽。该方式与线下交流共同构成了当今社会环境中政务新媒体的一种新模式<sup>[25]</sup>。赵璐璐（2019）指出，在紧急情况下，政务新媒体能力将受到最大的考验。面对不断变化的公众舆论，及时地报道和整合各种新媒体平台的能力在紧急情况下将尤为重要，各部门相互配合，与民意领袖共同掌控舆情趋势，引领社会传播正确价值观，已成为检验政务新媒体政策能否取得成功的关键因素<sup>[26]</sup>。王若威和陈秋霏（2020）在社会化媒体运营经验与分析中指出政务新媒体应该以服务功能、内容传播功能、举办活动与民众互动为主，充分利用新媒体平台，提高公众获取信息的便捷性，建设一个让公民满意的政府<sup>[27]</sup>。付伊（2020）在《政务新媒体语言表达模式建构研究》中认为政府对新媒体的应用实质上是一个网络时代的话语交际，这可以用语用学理论的方法来探讨，其认为大数据与多模态技术在政务新媒体中具有巨大的应用前景<sup>[28]</sup>。张玉妍（2022）在研究中表明，政务新媒体已成为政府和民众有效沟通的主要途径，同时，政务新媒体在引导主流价值观方面扮演了重要角色，有利于促进政府的公开性，建设政府能力，创新社

会治理模式<sup>[29]</sup>。

总之，我国各学者对政务新媒体的构建从不同的视角进行了阐述。在政策层面上，为政务新媒体的建设提供体制上的保证，人力资源体系的建立将确保政务新媒体的运作水平，但政务新媒体的建立是为了人民的利益，主要作为政府和人民建立良好沟通的渠道。

### 1.2.2.3 政务新媒体存在的问题

蔡德发（2018）提出，目前，黑龙江省政务新媒体建设面临着信息传播滞后、平台运营缺乏专业引领、政务新媒体整合机制混乱等现实问题<sup>[30]</sup>。贾哲敏（2022）从以下四个层面上系统地分析了政务新媒体面临的挑战内容：生产系统、绩效保障、内生性反思和创新困境<sup>[31]</sup>。左颖（2021）在研究中总结了政务新媒体存在的一些问题，如内容质量不高，缺乏标准化的绩效管理和缺乏审计控制等<sup>[32]</sup>。马得勇，孙梦欣（2019）通过运用实证研究方法，发现新媒体在提高政府的可信度、增加政府活动的公开性和透明度、提高政府的公信力与政府的沟通和交流能力等关系上还具有不确定性<sup>[33]</sup>。杨航（2020）认为，政务新媒体尤其是政府新闻客户端的发展还存在着重复建设的问题、一政多端、政府信息和共享应用的缺失等问题<sup>[34]</sup>。赵悦辰（2020）发现新媒体时代暴露了海关文化缺乏吸引力，缺乏专业性和“泛娱乐化”的倾向<sup>[35]</sup>。曲家谊（2022）在对现阶段政务新媒体事业优化运作进行探索后，认为其具有建设期限较短，运营环境有限等的困难，并由此造成了其在建设运作过程中存在着定向错误，效率不高，以及缺少人力资源等方面的缺陷，导致基层政务新媒体不能充分发挥政府自身的功能<sup>[36]</sup>。赵玲霞（2020）考察了清远市政务微博的发展现状，从新媒体角度找出了制约政务服务能力建设的限制性因素，并提出了清远政务微博平台搭建、运营和管理中的挑战<sup>[37]</sup>。唐娜等（2022）指出，随着移动媒体的迅猛发展，政务新媒体已经逐渐成为人民获得政府资讯的主要枢纽，而作为党和国家的新耳目和喉舌，其发布的政务信息在亲民方面存在一定的不足<sup>[38]</sup>。龙凯凤（2022）指出，政务新媒体的作用被认为越来越重要，但许多政务新媒体，特别是地市级的政务新媒体，仍然面临许多弊端，如定位不明确，更新很迟缓等<sup>[39]</sup>。

通过上述的分析，我们可以发现，目前国内学者们已经对政务新媒体的问



题进行了大量的研究，分析得出的主要问题主要有：管理不规范、审计机制不健全、缺乏专家和缺乏重点等。

#### 1.2.2.4 政务新媒体发展对策

赵新彬（2018）基于网络技术对警务机构和 workflows 进行了调整优化，健全了以人民为本的警务工作体系，强化了人才队伍建设，提出了加快构建“互联网+政务服务”的服务模式，该模式进一步深化和促进了公安机关的使命感和责任感<sup>[40]</sup>。基于新公共服务理念，黄宇斐（2020）分析了当前新媒体发展的特征和问题，并就如何进一步完善新媒体体系进行了探讨<sup>[41]</sup>。林闽钢（2018）提出了一个有效的社会协调机制。只有在个人、社会组织 and 政府三者的积极配合下，才能形成良性的社会生态。在当前的社会环境中，不同的主体间的等级联系逐步被协作关系所取代<sup>[42]</sup>。马雪杰（2020）建议，政务新媒体要进行内容革新，要进行精准的个体化营销和建立一个专业化的政府新闻团队，运用的政府新媒体的互动性与服务性特征，对公众的舆论进行准确的引导，增强其传播的效果<sup>[43]</sup>。张磊（2021）建议，政务新媒体在以“政府事务”为中心的基础上，同时要针对其所处的客群及其具体的状况加以精炼，并利用现代信息技术对其进行精准的定位，推动政府工作从传统的“供能”转向“群众需要”<sup>[44]</sup>。高玮（2020）通过对新媒体公安政务报道中出现的问题及其原因进行分析，从职能、话语对象、话语内涵、言语沟通、言语引导、言语技巧、言语环境等七个层面提出改善建议<sup>[45]</sup>。根据新媒体发展的大趋势，陶青（2020）分析了当前政务新媒体应用的状况、问题，并就政务新媒体运行过程的改进提出了针对性的对策，为新媒体的宣传与服务工作提供了有益的参考和借鉴<sup>[46]</sup>。巩硕（2022）认为，要提高使用者对政务新媒体的使用满意度，不能简单地照搬新的政府政策，应充分利用其传播的优点，以使用者为本的创意战略，不断完善自己，与使用者进行高效的交流，为使用者说话，才是最好的<sup>[47]</sup>。屈斯薇（2022）认为，由于政府新媒体随着网络的发展不断进行更新换代，在推进政府信息公开化、引导网民民意等领域具有举足轻重的地位，但新媒体作为一种新的探索与运用，也面临了新的问题与挑战，并从角色定位、内容完善、参与互动等维度提出了相应的解决方案<sup>[48]</sup>。罗郑雅等（2022）通过对政务新媒体矩阵的涵义与功能的梳理，从矩阵功能发挥、矩阵扩散机制、矩阵信息共享三个

角度，探讨了目前政务新媒体矩阵中应注意的问题，并从关注公众需求、拓展矩阵功能、强化联通三个角度，对如何进行新媒体矩阵的优化<sup>[49]</sup>。

我国的一些学者就政务新媒体发展面临的问题，给出了相应的对策，具体有：准确地把握新媒体平台，以大众需求为基础，制作和发布政务新媒体的内容，组建专业的经营管理团队等。

### 1.2.3 研究评述与启示

从国内外的研究情况来看，国外的学者在这方面的研究经验相对较多，而且理论相对成熟，由于国外政务新媒体研究起步较早，所以在各个时期、各经济条件下都会进行一些实际调查。我国政务新媒体的发展重点是对其发展状况进行分析与改进。我国学术界会更多地关注政务新媒体的职能作用，其中包括：进行正确的民意引导、及时的网络提问、信息公开的达标度、公共服务效果等。然而，由于资讯科技的飞速发展，政务新媒体的形态与内涵日益多样化，以往的相关理论与实践性不能适应现代时代的发展，因此，本论文具有一定的理论与实践意义。

本研究结合江苏省政府新媒体建设的实际情况，通过采用问卷调查的方式，对江苏省政府新媒体建设进行分析，通过调研发现江苏省政府新媒体建设中存在的问题，并结合中外政务新媒体的成功案例，对其提出针对性的对策建议。

## 1.3 研究内容与研究方法

### 1.3.1 研究内容

第一章，绪论。包括研究背景、意义、国内外研究现状、研究方法和技术路径等，为研究的总体支持和借鉴打下了坚实的理论依据。

第二章，政务新媒体的相关概念和理论基础。首先对政务新媒体、政务微博、政务微信以及政务抖音的具体含义进行了阐述，其次，提出了本文研究的理论基础，主要包括新公共服务理论、新公共治理理论和社会治理理论，为本文的研究奠定理论基础。

第三章，江苏省政务新媒体发展现状及存在问题研究。从总体发展状况和政府相关数据的角度，运用问卷调查的方式，对江苏省政务新媒体存在的问题和内部成因进行了研究。

第四章，国内外政务新媒体发展建设经验借鉴。本文从国内外两个不同的

角度出发，选取了两个典型的实例，对其在建设新媒体方面的成功实践进行了剖析，并对江苏省政务新媒体建设的借鉴作用进行了归纳和归纳。

第五章，推进江苏省政务新媒体建设发展改革的对策。针对前一章所述江苏省政务新媒体的发展现状，从战略布局、运营水平、互动交流三个层面，为江苏省政务新媒体的发展提供了一些有益的启示。

第六章，结语和前景分析。最后，对本文的结果进行了归纳和分析，指出了本文的不足和未来的研究方向。

本文的技术路线图如下图所示：

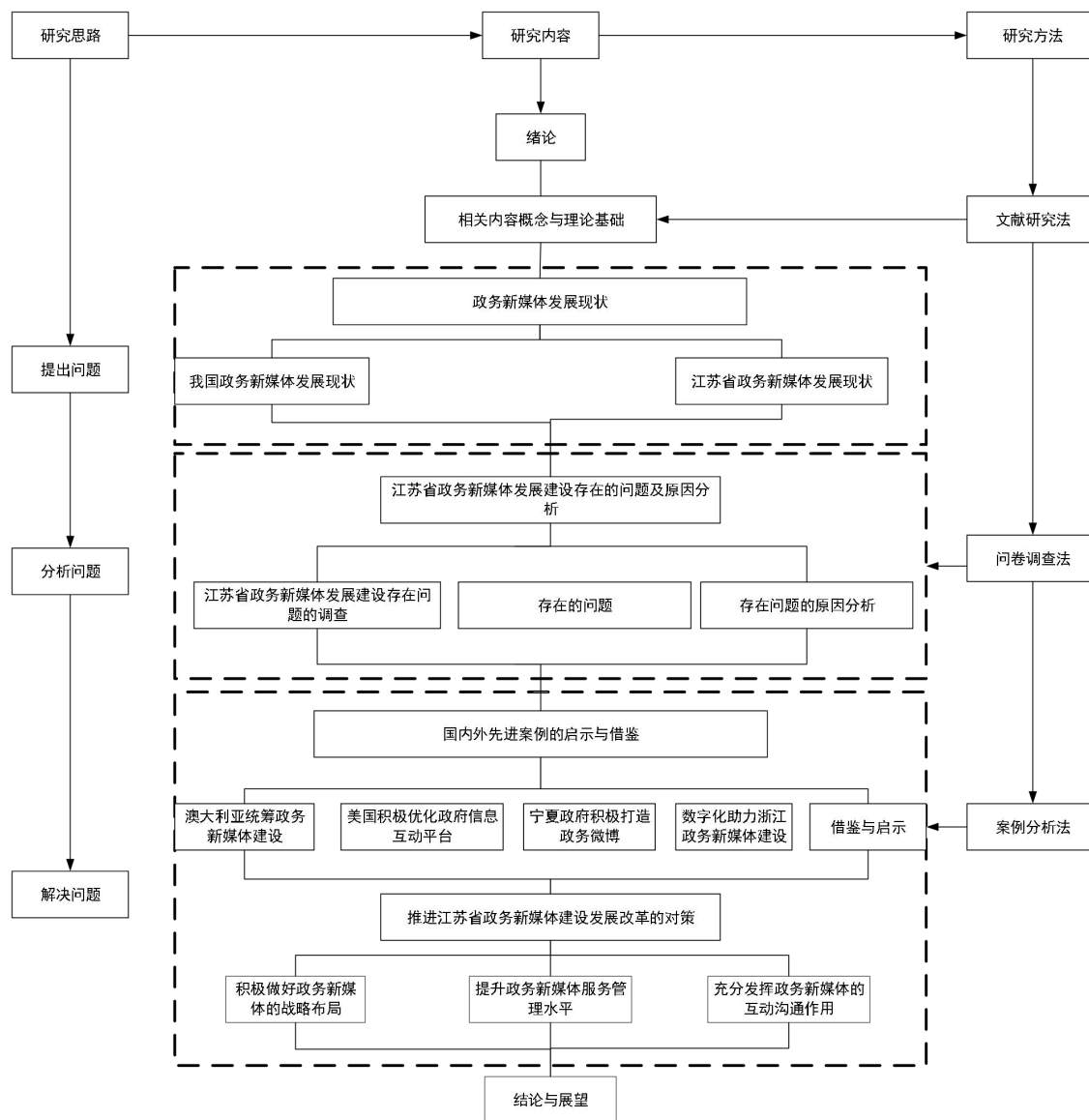


图 1-1 技术路线图

### 1.3.2 研究方法

#### (1) 文献研究法

本论文以中央、国务院、省、市有关文件和文献资料为研究对象，采用知网检索、下载和阅读相关文献，通过对基层政务新媒体在社会治理中的应用进行了全面的梳理，为进一步的深入探讨打下了坚实的基础。

#### (2) 问卷调查法

问卷调查是指研究者依据现实需求，将一组问题按特定的逻辑组合而形成的问卷调查。文章旨在通过对江苏省政务新媒体发展与建设中出现的问题进行分析，在本地区进行问卷调查，该问卷的内容包括：基本情况、江苏省政务新

媒体的评估。

### （3）案例分析法

本文以美国、澳大利亚、浙江、宁夏为代表的政府新媒体为研究对象，对江苏省政务服务建设发展作出了有益的探索。

## 1.4 论文主要创新点

本文的创新之处在于：

第一，从研究对象的视角出发，根据对现有的文献资料进行整理和总结，目前国内许多学者在政务新媒体发展水平比较高的地方进行了探讨，而像江苏省这样的政务新媒体有着持续改进，但整体发展水平相对平稳，不突出的地方则比较欠缺，因此，本文选择了江苏省作为研究对象，并给出一些合理化的意见和建议，为其他地方提供参考，并在某种程度上有普遍性，有利于提高政务新媒体的整体发展水平。

第二，从研究角度的视角出发，过去有关的文献多集中在诸如微博这样的特定政务新媒体上，而在其他方面则比较缺乏，这是由于政务新媒体在微博上的诞生。而随着微博相关的研究日益增多，政务微博的发展也得到了极大的推进。随着新媒体的发展，政务新媒体已不仅仅局限在微博上，而是在各个方面都有了新的发展。所以，必须将政务新媒体视为一个完整的体系。

## 第二章 政务新媒体相关概念与理论基础

### 2.1 相关概念

#### 2.1.1 政务新媒体

“政务”与“新媒体”是当前政务新媒体形态的重要组成部分。“政务”一词，即为“政事”，一般指政府或有关部门在行政事务中作出的行政工作。联合国教科文组织对新媒体的界定是：新媒体是以数字技术为依托，利用互联网作为媒体对相关信息进行传播与分享<sup>[50]</sup>。

与传统电视、广播、报纸相比，微信、微博等媒体是新兴媒体，也就是所谓的新媒体<sup>[51]</sup>。新媒体的诞生离不开互联网和数字化技术的支持，而非无中生有。新媒体中有一种新的媒体，即政务新媒体。从政务新媒体的特征出发，可以将政务新媒体界定为政务 APP、微博、微信等所有可以支持政务活动的电子政务新媒体。“新政府”指的是政府的官方微博、政务微信等。《关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》（以下简称《意见》）中，将政务新媒体定义为政府机关、承担行政职能的机构和机构在微博、微信等第三方平台上开通的政务微博、微信等公共服务，或者开发使用的移动客户端等。根据《意见》对政务新媒体进行了界定，提出了新政府机关、承担行政职能的机构和机构在微博、微信等第三方平台上建立的政务账号，以及开发的移动客户端等。就目前江苏省政务新媒体的发展状况来看，本文将从广义上界定为“政务新媒体”

“政府微信”“政务微博”。当今社会，科技迅猛发展，信息传播的新媒体的更新换代速度越来越快，而以新媒体为基础的政务新媒体也在发生着变化和发展，呈现出多样化趋势。因此，政务新媒体的范围将会随着技术的发展而扩大。在“互联网+”和智能化的发展下，政务微博、政务微信、政务抖音、政务 APP（web）等四大新媒体形态已经逐渐成型。

#### 2.2.2 政务微博

微博是目前最为流行的一种社交媒体，它是人们获得资讯的主要渠道，同时，也可以利用它来了解公众关心的问题，挖掘民众的某些需要。政务微博是政府部门和社会公众的一种重要的互动平台，通过对党政机关、党政领导干部

的实名验证, 可以向社会公布政务信息、理论基础信息等, 以此来不断加强与群众的沟通 and 交流, 更好地树立政府形象<sup>[52]</sup>。与其他政务新媒体相比, 政务微博已经走过了十多年的历程。政务微博作为一种大众化、及时化、便捷化的政务信息, 不仅可以及时准确地发布政务信息, 而且可以引导公众的意见, 提高政府的威信。政府在微博上开设了一个官方身份验证的账号, 宣传相关的政府通告, 推广当地的特色服务, 并邀请广大民众积极参加, 进行留言表达民意。公众也可以透过关键字查询, 更详尽地掌握有关的政务资讯, 进而提高资讯利用的效能。政府部门可以在一定的时间内, 对公众的意见进行正确的引导, 提高政府的可信性。与民众进行即时沟通, 并搜集民意回馈, 亦可打造一种亲民的政府形象。有作为的政府可以极大地推动社会的和谐、良性发展。可以说, 政务微博在政府管理中起到了非常重要的作用, 特别是舆论导向和聚合作用。

### 2.2.3 政务微信

伴随近几年智能设备的高速发展, 微信借着特有的社交媒体属性几乎成为每个人手机上必备的软件。基于如此大的用户量和丰富的社交功能, 政府机构可以通过开设微信公众号, 微视频等向公众传递信息, 这便是政务微信。政务微信是指政府机关登记注册的, 通过视频、语音、图片、文字等方式对政府事项进行公开, 也可以通过微信对社会各界关注的问题进行回复。简而言之, 政务微信作为政府公共服务的公共服务平台<sup>[53]</sup>。政务微信除了具有公开发布的功能外, 还具有向社会大众开放的功能, 使其与广大民众进行互动、沟通, 推动行政主体多元化、社会化, 建立与民众的良性互动, 塑造一个良好的政府网络形象。政府机关利用其与社会大众进行政府间的交流、发布资讯及在线民情调查等多种形式, 既可以听取群众意见, 又可以解答群众所关心的问题, 又可以在新的社会背景下建立一个开放的政府互动关系。政务微信突破了政府的藩篱, 让政府机关与网民之间的互动更加紧密, 同时也反映了阳光政府与开放政府的服务宗旨。综上, 政务微信所发布的信息经过了政府的严格审查, 具有真实和权威, 既是政府公布信息的公共服务, 又是一个展现政府良好政府形象的平台。

### 2.2.4 政务抖音

抖音是一款短视频的社交应用软件, 全称抖音短视频, 用户可以将自己的小视频上传到自己的账号上, 然后抖音会自动将这些作品推送给用户相关的联

系人，或者出现在对该作品内容有兴趣的用户首页。2016 年是短视频的发展元年，大量的短视频流涌入网络，而头条和抖音因为其独特的短视频营销手段，能够更好地传达政府的政策和方针，所以，抖音号开始受到各级政府部门的追捧，官方也顺应时代趋势，在抖音头条平台上开通了官方抖音。与微博、微信等不同的是，政务抖音平台可以与其他政务新媒体进行互补，在日常运作中积极传播正面力量，传播大众文化价值观，拓展主流文化的价值观。由于我国当前尚无明确、统一的政务抖音概念，因此，在“政务微博”概念的基础上，将其界定为：全国各级政府机关在抖音上进行身份验证，并将其作为政府公共政策、宣传政府思想、参与网络参政、议政、问政的抖音短视频。

## 2.2 理论基础

### 2.2.1 新公共服务理论

美国著名的罗伯特·B·登哈特于 20 世纪 80 年代创立了新公共服务理论，从他创立的新公共服务理论开始，其在欧美各国的快速蔓延<sup>[54]</sup>。重视公民的民主与公益是新的公共政策理念的核心，政府机关要在新的社会环境下，既要新媒体为民众提供各类政策建议，又要根据民众的需要，创造更多的便利。而在执行情况下，不建议政府介入，因为政府应该把服务放在优先地位，而不是控制；公共利益应当优先考虑，而不是目前的社会生产力。在新的社会治理中，把握市场的普遍法则是一个重要的环节。在执行行政的过程中，必须要完全地服从人民的意志，而在执行的过程中，它的作用就是“管家”。要根据不同的情况，决定要不要引入合适的市场竞争制度，让公益组织承担起提供的责任，从而提高政府的管理效能。另外，这种方法还能有效地减少国家对财政的支出和投资，减少税收。与此同时，我国的政府治理模式也在不断地转变，从过去的管理模式向现在的服务模式转变。按照新的公共服务理念，政务新媒体的引入使民众能够高效地参与到政府管理中来，从而极大地增强了民众的工作热情，使民众能够将自己的诉求直接反映到相应的部门，这样既能极大地缩短民众的诉求时间，又能提供与民众良性互动与沟通的保证。从国家的角度来看，政务新媒体可以让政府的民主得到充分的发挥，政务新媒体可以让政府的信息得到充分的传播，让民众参与进来，接受民众监督，同时可以通过对民意的调查，及时调整相关方针政策，使其满足于社会发展和人民需要。另外，借助政务新



媒体，使民众能够更好地融入公共管理之中，成为一种新型的政府管理方式。

### 2.2.2 新公共治理理论

英国爱丁堡大学的史蒂芬·奥斯本，在《公共管理评论》的编辑会议中，将第一次“新公共治理”作为一个官方概念提出<sup>[55]</sup>。他认为，新公共治理并非属于政府或政府的范畴，而是一种超越了“行政一管理”的崭新公共治理方式，有着其独有的特征。新公共治理理论是对政府公共服务供给与执行的一种全新的制度安排。新公共治理理论以“服务型”为核心，其特点是：生产和消费的产生具有同步性，服务具有无形性，服务具有用户和生产者的特性。新公共治理理论作为理解、评价和指导未来的公共事务的一个重要的理论和实践指导。然而，因为新公共治理理论还没有得到广泛的共识，不同的学者从各个层次进行了分析，得到的结果也不尽相同。

### 2.2.3 社会治理理论

二十世纪九十年代，出现了社会治理理论，其主要内容是：以人为中心的政府管理模式，并通过各方的多方协作和积极地参与来实现政府的管理。在科学、规范化的法规政策指导下，可以更好地解决各种问题，实现社会资源的优化分配，以符合人民的理性需要<sup>[56]</sup>。

基于社会治理理论，沟通与信任是社会治理主体之间进行有效的沟通与沟通的先决条件，政务新媒体具有开放性、互动性、平等性、开放性等特点，使政府管理机构能够更加自由、开放地沟通，从而可以进一步发挥公众话语权、激发公众活力，推动政府管理的良性互动。特别是在公共政策的制订中，各社会管理机构都可以利用政务新媒体来进行政策的制定，从而促进了政府的决策民主化和科学化。其中，政务微信是“一对一”的，可以让消息准确地传达和及时地发布。同时，政务微信的私密性较强，谈论的话题不被人关注，可以有效地降低交流过程中的噪声，降低了交流的成本，保证交流的有效性，并在公共管理中推动政府和人民之间的良性交流；政务微博具有权威性和公信力的优越性，它可以为广大人民群众进行有效的沟通，并在一定程度上调动了广大人民群众的力量，建立起了社会的信心，推动了社会治理。

## 2.3 本章小结

这一章是对现有的理论基础进行了理论上的归纳和总结，并对政务新媒体

的定义进行了清晰的定义，厘清政务新媒体核心构成，为进一步深入剖析江苏省政务新媒体现状、问题、原因及对策打下坚实的理论依据；本文的最后部分就是应用理论依据，包括新公共服务理论、新公共治理理论和社会治理理论所倡导的以人为本、建设服务型政府、以企业思维来治理政府。

## 第三章 江苏省政务新媒体建设发展现状与存在问题分析

### 3.1 江苏省政务新媒体建设发展现状

#### 3.1.1 江苏省政务新媒体建设发展总体情况

网络技术的飞速发展，媒体社交平台对人们的生活产生了深远的影响，人们越来越多地依靠微博，微信，抖音等媒体，进行信息传输，互动沟通，快捷办事等。在这种背景下，政府部门也十分关注把新媒体与政府服务相结合，把政务新媒体工作列入国家发展计划之中。江苏省按照中央有关部门的部署，大力推进新媒体的发展，将新媒体发展作为贯彻实施网络思想政治责任制，不断拓展政务公开和“互联网+政务服务”，持续提升政府网上履职能力的重要工作予以推动。江苏政务新媒体系统已完成了省、市、县三级联网，据数据显示，截至2021年12月，江苏省共有3544个政务新媒体，按照设立主体，全省各部门共设置119个新媒体，各市、区、市、区政府及其部门建立新媒体1191个，县（市、区）政府及其部门、所属乡镇（街道）建立政务新媒体2234个。按照政务新媒体分类，主要为：微信、微博、移动客户端、其他类型，分别为2506个，676个，63个，299个；占比分别为70.5%、19.2%、1.9%、8.4%<sup>①</sup>。江苏省政务新媒体建设情况具体如图3-1和图3-2所示：

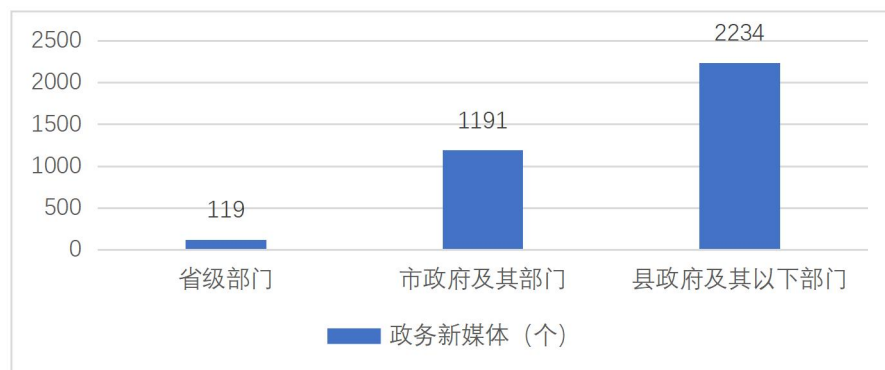


图 3-1 江苏省开设政务新媒体情况（按开设主体划分）

数据来源：江苏省人民政府官网<sup>②</sup>

<sup>①</sup> 江苏省人民政府办公厅.《省政府办公厅关于2021年全省政务新媒体检查抽查情况的通报》,政府办公室(厅)文件,2021.

<sup>②</sup> 江苏省人民政府官网: [http://www.jiangsu.gov.cn/art/2021/12/31/art\\_46144\\_10257424.html](http://www.jiangsu.gov.cn/art/2021/12/31/art_46144_10257424.html).

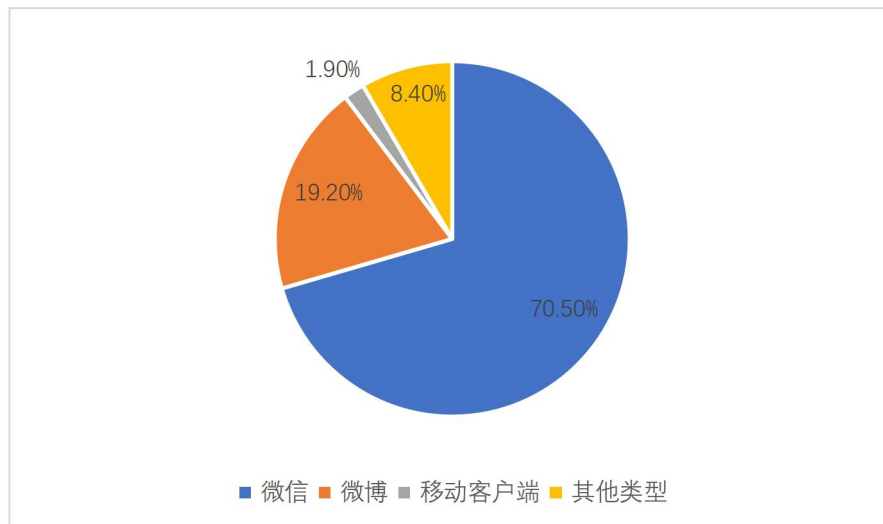


图 3-2 江苏省开设政务新媒体情况（按政务新媒体类型划分）

数据来源：江苏省人民政府官网<sup>①</sup>

江苏省政务新媒体“两微一端”格局已初步成型，全省各政务部门所形成的政务新媒体体系，率先开发了统一的“江苏省政务新媒体备案检查系统”，使建成的新媒体体系能够实现统一管理，全面实时掌握政务新媒体的开设情况，运行状态，也真切地减轻基层政务层层报审的工作，从而使各级政府部门更好地实现政务新媒体色职能。

江苏政府办公室对近年来新媒体工作进行了全面的总结，指出要加强新媒体的发展，落实好各方面的职责，细化实施办法，并制定了《江苏省政务新媒体规范发展指引》<sup>②</sup>。江苏地方各级政府部门出台了新媒体发展的相关法规，及时跟进。江苏省各级政府部门齐心协力，促进新媒体的高质量发展；主动利用新的政府信息技术，为疫情防控提供便利；大力推行网络政务服务，提升政务服务的整体效率和服务品质，让人民“少跑腿”；禁止向下级摊派工作，如推广、打卡、关注、点赞等，坚决消除“指尖上的形式主义”。

### 3.1.2 政务微博应用情况

#### （1）我国政务微博总体建设情况

截至 2021 年 12 月，通过微博认证的政务微博超 17 万个，其中政务机构官方微博超 140 万个，公务人员微博已经接近 4 万个，2018 至 2021 年微博平台认

<sup>①</sup> 江苏省人民政府官网：[http://www.jiangsu.gov.cn/art/2021/12/31/art\\_46144\\_10257424.html](http://www.jiangsu.gov.cn/art/2021/12/31/art_46144_10257424.html).

<sup>②</sup> 江苏省人民政府办公厅.《江苏省政务新媒体规范发展指引》,政府办公室(厅)文件,2021.

证的政务微博数量变化情况具体如图 3-3 所示。

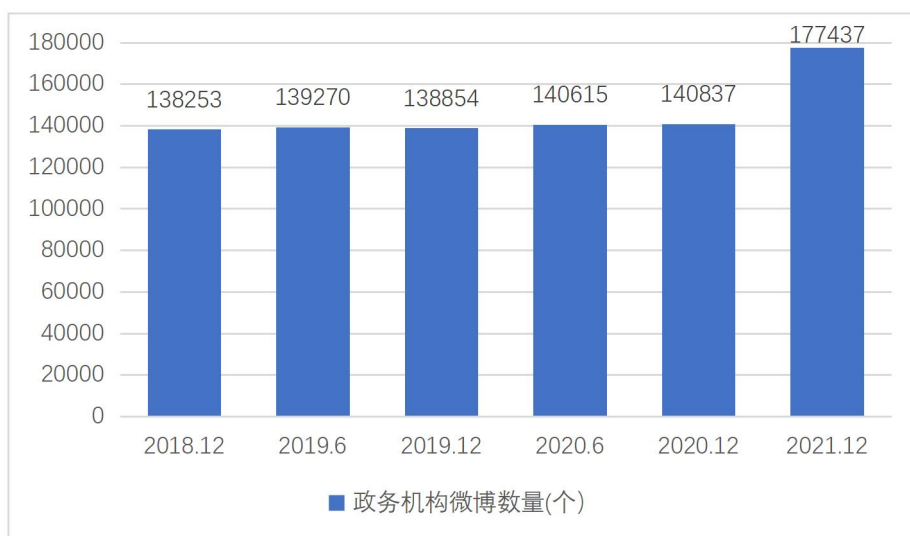


图 3-3 政务机构官方微博数量

数据来源：根据网络公开数据整理

截至 2021 年 12 月，政府机关的官方微博已经在 31 各省市全部实现。在河南省，已有 10130 个政府部门的官方网站，在全国排名第一；其次是四川省，总共有 9381 个政府机关的官方微博，见图 3-4。

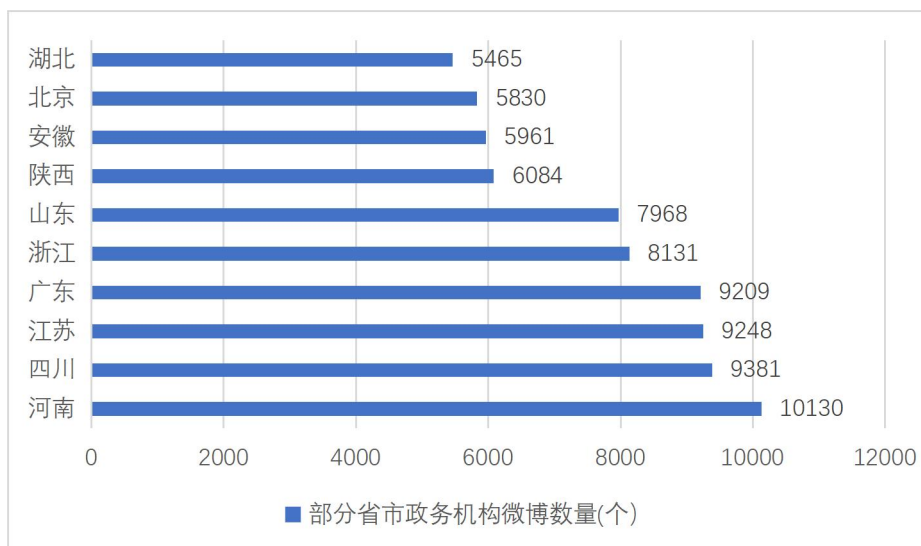


图 3-4 部分省市政务机构微博数量

数据来源：根据网络公开数据整理

## (2) 江苏省政务微博建设情况

《2021 年政务指数微博影响力报告》发布了我国政府官方微博在政务微博竞争力数据。江苏省政务微博在信息交流、服务、互动性、竞争力等方面排名前列，显示了江苏省政府在政务微博应用中所做的工作。但是，与四川省政务微博建设相比，江苏省政务微博在传播力上的建设还有待进一步提高。具体数据如表 3-1 所示：

表 3-1 2021 年各省份政务微博竞争力排行榜

排名	地区	传播力	服务力	互动力	竞争力 指数
1	四川	98.48	90.54	92.54	93.62
2	江苏	71.05	77.61	90.90	80.29
3	山东	81.73	81.71	77.31	80.17
4	浙江	75.95	81.95	79.58	79.32
5	安徽	80.77	84.37	69.35	78.03
6	广东	69.28	75.11	78.11	74.41
7	陕西	69.32	74.12	73.66	72.52
8	河南	64.19	78.41	72.91	72.22
9	上海	63.4	61.45	85.32	70.39
10	北京	61.03	65.57	82.39	70.09
11	甘肃	68.95	74.26	61.28	68.13
12	江西	62.66	63.36	72.38	66.31
13	云南	67.55	73.23	57.15	65.9
14	湖南	60.4	65.7	70.58	65.82
15	湖北	55.35	68.4	70.56	65.24
16	辽宁	59.32	70.05	63.16	64.42
17	黑龙江	58.23	66.51	67.46	64.36
18	广西	60.18	70.06	53.81	61.41
19	天津	58.23	61.54	59.99	60
20	福建	52.92	61.04	62.21	59.01
21	河北	56.81	68.94	50.96	59.01
22	山西	50.45	64.25	56.82	57.51
23	重庆	48.66	64.15	49.57	54.4
24	贵州	51.92	65.17	45.7	54.38

25	内蒙古	54.26	66.33	39.18	53.2
26	吉林	43.45	56.71	41.56	47.43
27	新疆	32.99	57.84	47.01	46.59
28	宁夏	30.94	53.13	12.98	32.4
29	海南	18.57	40.48	31.22	30.67
30	西藏	14.94	34.73	35.86	29.19
31	青海	14.2	39.2	1.92	18.65

数据来源：新浪微博<sup>①</sup>

并在此基础上，对江苏省 13 个县级城市的政府门户网站进行了综合测评，并选出了江苏省十大政务微博，排名前三的为：@南京发布、@苏州发布、@无锡发布。2021 年全国各大账号都可以和广大网民进行良好的交流，比如在国家公祭日@南京发布@侵华日军南京大屠杀遇难同胞纪念馆与@微博政务启动第八个国家公祭活动，全国的政务微博积极参与，通过媒体、明星、音乐、公益等领域的大力扶持，让广大网民一起铭记历史，共同守护着平安。@连云港发布、@镇江发布和@常州发布分别排在江苏省政务微博排行榜后三位，通过具体的统计资料，可以发现江苏省各级政府在政务微博上的传播、服务、互动性、认同等方面存在较大差异，有的地方还存在着“拖”的情况。见下图 3-2。

表 3-2 江苏省地级市政务发布微博排行榜

排名	地区	传播力	服务力	互动力	认同力
1	南京	83.71	79.78	87.36	83.61
2	苏州	65.42	66.8	66.42	66.25
3	无锡	64.61	63.35	60.65	62.78
4	徐州	56.5	60.3	51.21	55.98
5	淮安	55.51	55.27	56.85	55.89
6	盐城	58.22	58.67	49.38	55.28
7	扬州	57.46	55.42	52.33	54.95
8	泰州	54.24	54	52.22	53.45
9	南通	57.16	59.82	43.2	53.21
10	宿迁	56.07	55.44	47.38	52.81
11	连云港	53	54.82	41.82	49.72
12	镇江	49.8	53.95	42.79	48.8
13	常州	50.34	53.86	39.43	47.75

<sup>①</sup> 新浪微博：<https://weibo.com/5644433237/L3JRfDzEt>.

数据来源：新浪微博<sup>①</sup>

江苏省政府在微博社交平台上创建的政务账号，它涵盖了政府的相关信息发布，如消防、电力、气象、旅游业等多个方面。当前，江苏省政府的官方网站以政务微博为主要传播途径。每个单位的宣传都有很大的区别，宣传部负责政策的发布和宣传，而旅游局负责将江苏的美景传播出去，而消防部门也会用这种形式来宣传消防知识，气象部门可以利用网络平台及时向群众推送天气状况。表 3-3 为江苏十大政务机构微博数据。

表 3-3 江苏省各类政务发布微博排行榜 TOP10

排名	微博	认证信息	传播力	服务力	互动力	认同度	总分
1	南京发布	南京市委宣传部新闻发布官方微博	83.77	76.08	78.74	78.34	80.14
2	江苏消防	江苏省消防救援总队官方微博	78.68	84.31	71.2	75.68	77.71
3	苏州发布	苏州市人民政府新闻办公室官方微博	81.11	81.99	68.55	73.52	77.26
4	国网江苏电力	江苏电力官方微博	70.82	70.02	96.31	82.21	76.66
5	平安南京	江苏省南京市公安局官方微博	77.68	84.35	71.59	71.22	76.5
6	无锡发布	无锡市人民政府新闻办公室官方微博	81.41	78.26	62.73	71.76	75.11
7	南京消防	江苏省南京市消防救援支队官方微博	74.99	76.43	71	77.33	74.95
8	江苏气象	江苏省气象局官方微博	73.28	82.6	59.9	57.18	73.66
9	江苏微旅游	江苏省数字文化和智慧旅游发展中心官方微博	70.46	83.56	60.71	56.29	73.64
10	南京气象	南京市气象局官方微博	73.62	82.59	58.25	54.9	73.16

数据来源：新浪微博<sup>②</sup>

由上表可知，江苏省政府的官方微博，以宣传政府职能为主，并向民众提供相应的职能服务，但也可以看到，前 10 名的政府信息公开平台，民众对其的认可程度并不高，缺乏互动、缺乏服务、缺乏传播的影响，在这几个领域都存在着巨大的进步空间。

<sup>①</sup> 新浪微博：<https://cj.sina.com.cn/articles/view/3733965085/de8fc91d019013xr4>.

<sup>②</sup> 新浪微博：<https://cj.sina.com.cn/articles/view/3733965085/de8fc91d019013xr4>.



### 3.1.3 政务微信应用情况

#### (1) 我国政务微信总体建设情况

截至 2021 年 12 月，政府微信公众号注册号已有 82957 个，具体情况见表 3-5。

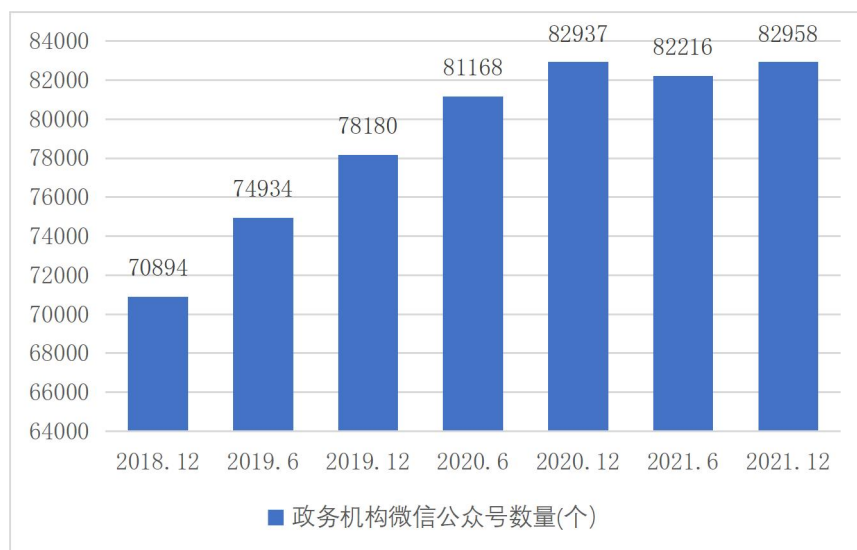


图 3-5 政务微信公众号数量

数据来源：根据网络公开数据整理

截至 2021 年 12 月，全国 31 个省份都建立了官方微信，山东省是全国开通政府微信公众号最多的省份，目前已有 7874 个；此外，10 个省份已有超过 3000 个官方微信公众号，具体见表 3-6

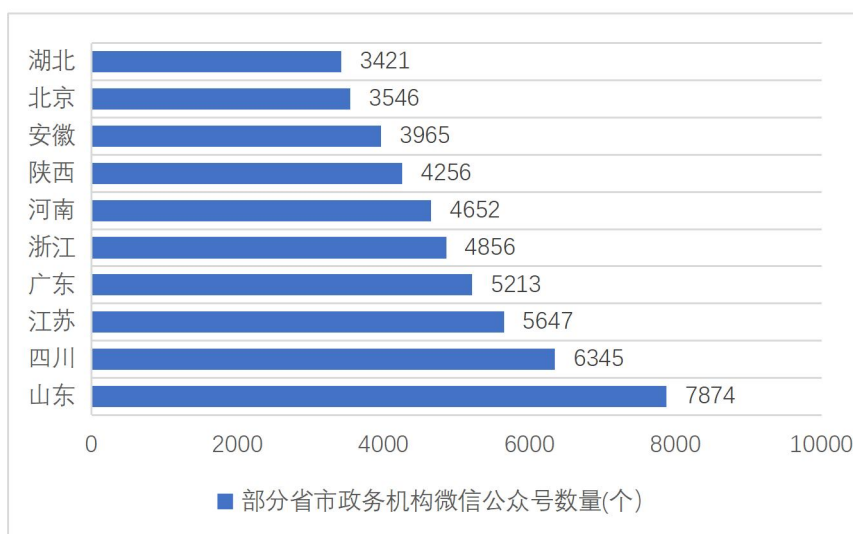


图 3-6 省份政务微信公众号数量 TOP10

数据来源：根据网络公开数据整理

## (2) 江苏省政务微信应用情况

近年来，江苏省政务微信公共服务系统建设也取得了初步的成果，形成了一大批有影响的公众账号。本文选择了江苏省政府在 2021 年的政府信息公开平台上公布的信息。在该排行榜中，对江苏省各个级别的政府微信进行了全面的评价，这样可以看出这些政务微信在实际工作过程中对公众的影响力。“苏州发布”在今年江苏省政务发布微信排行中独占鳌头，排名第 2 的是“南京发布”，其次分别位列第三到第五的是“扬州发布”“淮安发布”和“连云港发布”。自新冠肺炎爆发后，“苏州发布”在全国范围内实时更新了疫情防控工作，累计获得超过十万人次的点击率，详情见下图 3-4。由此可见，政务微信上，民众的关注程度很高。特别是热点时事和头条新闻更是格外地吸引人。

表 3-4 江苏省政务发布微信排行榜 TOP10

排名	微信	总阅读	头条总阅读	平均阅读	总在看	头条总在看	平均在看	总分
1	苏州发布	94.10	98.88	94.56	92.34	99.81	89.83	93.61
2	南京发布	91.56	98.31	91.43	85.17	99.57	83.33	91.58
3	扬州发布	86.52	95.86	87.72	71.28	97.36	68.34	86.71
4	淮安发布	87.77	96.24	81.58	75.81	96.31	61.21	86.47
5	连云港发布	84.95	94.16	83.86	72.86	96.14	67.03	85.07
6	无锡发布	86.38	93.43	77.36	79.70	99.93	61.69	85.02
7	徐州发布	85.25	93.97	79.93	71.33	95.61	57.65	84.20
8	南通发布	83.31	92.29	81.66	69.59	97.35	62.29	83.31
9	盐城发布	83.30	92.03	79.54	73.69	99.06	64.06	83.25
10	泰州发布	83.40	90.98	77.44	77.86	99.41	65.75	83.14

数据来源：微信发布<sup>①</sup>

江苏省政务微信与政府的微博类似，涵盖了多种公共事务，如江苏共青团、“江苏警方”“美苏 263”“江苏先锋”、江苏检察网分别位列第 4、第 5 名。“美苏 263”栏目以“美丽江苏建设”为主题，以“攻坚故事”为主题，受到广大网友的点赞和转载。“江苏检察在线”栏目推出了《民法》系列专题，多部作品的点击率超过 10 万。具体的资料列于表格 3 至 5。

表 3-5 江苏省各类政务发布微信排行榜 TOP20

排名	微信	总阅读	头条总阅读	平均阅读	总在看	头条总在看	平均在看	总分
----	----	-----	-------	------	-----	-------	------	----

<sup>①</sup> 微信发布：

1	江苏共青团	94.25	98.97	92.77	88.87	99.18	85.62	93.61
2	江苏警方	89.18	97.05	86.61	81.41	99.00	74.38	88.87
3	美苏 263	77.30	81.46	79.37	81.53	99.31	86.56	79.98
4	江苏先锋	80.10	86.82	75.38	67.47	93.11	55.31	79.57
5	江苏检察在线	75.93	83.20	66.81	76.36	99.51	60.81	76.27
6	江苏教育发布	73.34	79.75	75.01	67.74	99.82	68.84	75.62
7	江苏微旅游	76.47	80.18	73.50	52.26	71.66	39.83	74.07
8	江苏税务	72.27	78.12	71.72	51.28	93.94	43.88	72.53
9	江苏应急与管理	70.42	77.53	69.70	64.98	98.26	62.05	72.52
10	江苏高院	70.85	78.76	73.20	53.71	90.71	52.34	72.43
11	江苏政法	70.69	77.80	65.53	68.19	99.91	58.58	72.14
12	江苏工会	72.98	80.22	68.99	50.64	69.72	37.23	71.87
13	清廉江苏	69.47	77.83	73.33	51.21	87.34	52.07	71.42
14	健康江苏	71.60	78.44	66.40	54.12	89.07	40.05	71.33
15	江苏市场监督	68.46	76.48	66.80	66.37	85.96	62.91	70.87
16	江苏监狱	65.09	72.84	77.74	53.01	98.50	70.97	70.07
17	江苏生态环境	67.77	71.67	61.67	63.16	98.50	51.35	68.30
18	精彩江苏	65.69	73.48	72.11	56.09	83.18	64.12	68.18
19	江苏司法行政在线	66.72	72.31	59.99	49.39	85.56	33.24	66.42
20	江苏消防	65.06	71.82	66.01	43.31	80.21	38.46	65.94

数据来源：微信发布<sup>①</sup>

从表格中的资料也可以看到，公众对基于职能部门所发布的微信政务文章的阅读比例还是很高，这就意味着，政务微信在大众的信息传递中仍然具有更大的权威性和代表性，并且公众也比较有意愿阅读所发布的政务微信。

### 3.1.4 政务抖音应用情况

#### （1）我国政务抖音总体建设情况

截至 2021 年 12 月，全国 31 个省份陆续开通了政府抖音号，共计 26098 个。在这些项目中，山东的项目数目最高，达到了 1586 个，具体见表 3-7。

<sup>①</sup> 微信发布：[https://mp.weixin.qq.com/s?\\_\\_biz=MzIxODE5MDYwMQ==&mid=2651202482&idx=1&sn=50694b6ac429a5b0362914a1c581fb6a&chksm=8c1cc5d4bb6b4cc274e9c3243b6b9466d2c6d9b28163e0e38e1465c157a29265017b28bc2ade&scene=27](https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzIxODE5MDYwMQ==&mid=2651202482&idx=1&sn=50694b6ac429a5b0362914a1c581fb6a&chksm=8c1cc5d4bb6b4cc274e9c3243b6b9466d2c6d9b28163e0e38e1465c157a29265017b28bc2ade&scene=27)。

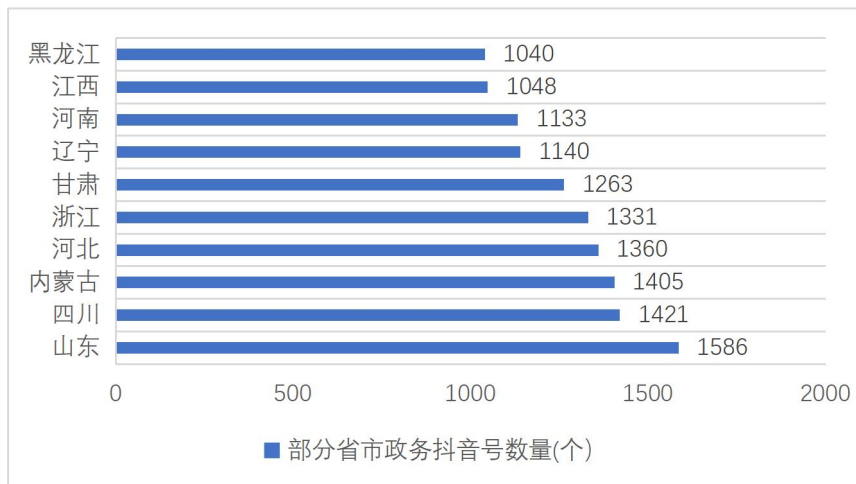


图 3-7 前十省份政务抖音号数量

数据来源：根据网络公开数据整理

## (2) 江苏省政务抖音应用情况

抖音在过去两年里迅速发展，已积累了大量的使用者。于是，大量的官方账号也开始出现。2018 年是众多官方抖音账号出现的时间点。江苏省的政务抖音号也是在此时间段内开设的。起初，抖音官方账号主要以各地消防部门账号为主，但是在抖音短视频的巨大影响下，政府各机构也纷纷注册了官方抖音账号。

通过抖音政务账号拍摄的短片，可以实现政府信息的快速传递。比如：江苏省公安局率先成为国内第一个进入抖音的公安部门——“平安江苏”。现在，抖音上已经有两百多个官方账号加入了这个平台，一些平时比较严肃的部门，也会利用抖音上的短视频，为大家普及一些相关信息，从现在的情况来看，政务抖音正在朝着一个积极的方向发展。

## 3.2 江苏省政务新媒体建设发展存在的问题调查

### 3.2.1 调查问卷的设计与发放

针对江苏省政务新媒体现状，采用问卷调查法，对公众对江苏省政务新媒体的满意度进行测评。此项问卷调查采取抽样方式，兼顾不同年龄、性别、户籍、文化程度及专业人士的参与。采用留置问卷、定点截访、在线问卷等方法，对江苏省政务新媒体的使用状况进行了问卷调研。

通过对江苏省政务新媒体的宣传属性、办事属性、互动属性等方面的研究，

本文从信息获取渠道、业务渠道、互动渠道三方面进行了分析。同时，针对各种政务新媒体的特征，从群众角度出发，针对江苏省新媒体差异发展提出了一些建设性的意见和建议。该问卷由两个方面组成，一是受访者的个人概况；第二章是江苏省政务新媒体获取、办理相关业务、交流与交流等三个层面的内容。调查者对江苏省政务新媒体的使用感受及满意度进行评分。李克特五级测验在学术界已经得到了普遍的运用，所以在调查中所采用的测验项目分为“1分”（十分不满意）、“2分”（不满意）、“3分”（一般）、“4分”（满意）、“5分”（十分满意）。问卷调查的受试者以自己对江苏省政务新媒体的满意程度为评分标准。

该调查采用网上与线下的形式进行，网上的调查以问卷星转发为主；线下活动以江苏省各地为单位，采用随机抽样的形式进行实地调研。在此基础上，我们共发出 285 份问卷，其中 280 张是最有效的，总有效率为 98.2%。

### 3.2.2 被调查对象的描述性统计分析

从性别结构来看，男 94 名，占 33.57%，女 186 名，占 66.43%。下列图表显示了被调查对象的两性组成情况：

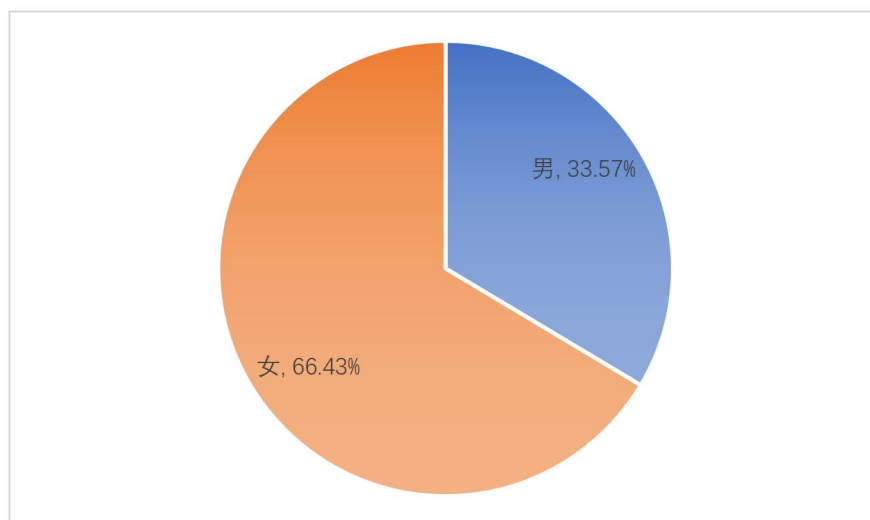


图 3-8 调查对象的性别示意图

数据来源：作者根据调查问卷结果整理

受访者中，28 至 40 之间的受访者为 96 名，占比 34.29%；其中 84 名年龄在 16-28 周岁之间，占比约为 30%；其中 59 名年龄在 40-55 之间，占 21.07%；其中 55 岁及以上 25 人，占比为 8.93%；其中，16 岁以上人群中 6 人，占

5.71%。

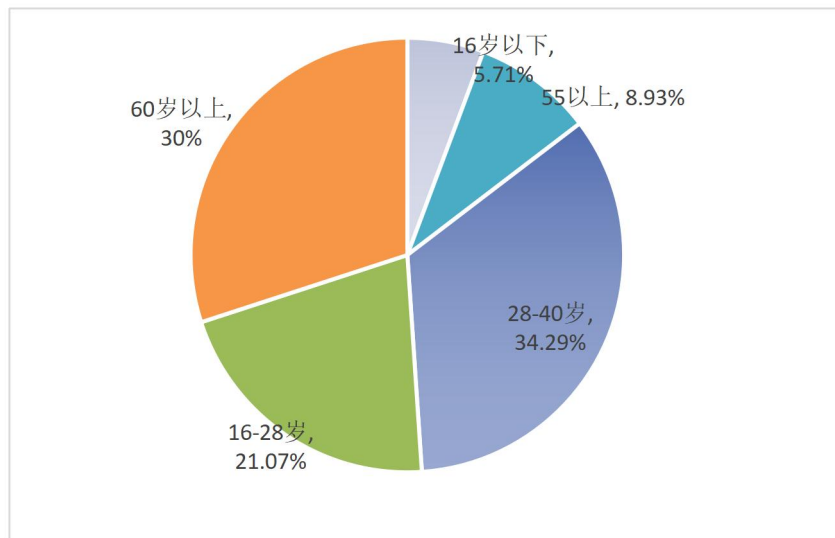


图 3-9 调查对象的年龄示意图

数据来源：作者根据调查问卷结果整理

在职业结构方面，受访者中有 78 名为事业单位人员，占 27.86%；48 名企业职工，占 17.15%；65 名党员干部，占到 23.21%；另外 35 名为其他职业员工，占 12.5%；有 20 名是自由或流动工作人员，占 7.14%；24 名在校生，占 8.57%；6 名离退休职工，占 2.14%，失业 4 名，比例为 1.43%。

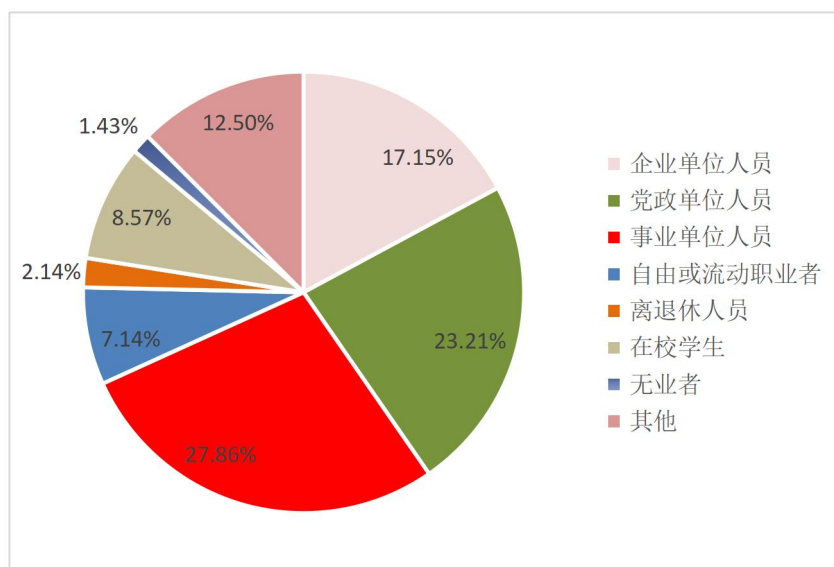


图 3-10 调查对象的职业分布示意图

数据来源：作者根据调查问卷结果整理

在受教育程度方面，初中及以下的人数为 48 人；高中、中专、高职毕业生

的为 52 人；其中大专文化的为 71 名；本科学历的为 95 名；其中，有 14 名博士及以上学历。

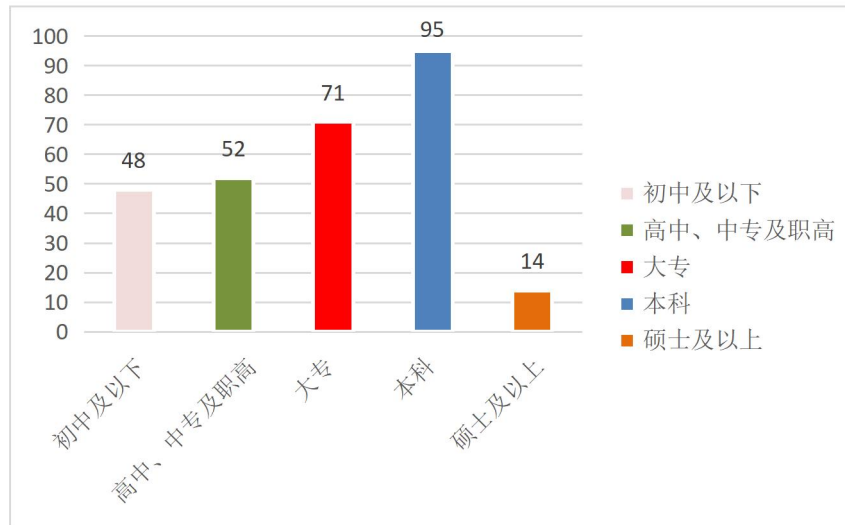


图 3-11 调查对象的文化程度示意图

数据来源：作者根据调查问卷结果整理

### 3.3 江苏省政务新媒体建设发展存在的问题

#### 3.3.1 政务新媒体部署缺乏全局战略

江苏省 13 个城市的政务新媒体发展程度存在着很大的差异，这反映出江苏省各地方的行政管理部门在政务新媒体建设方面存在着分歧，没有全面贯彻发展的需求，缺乏全面的整体规划。

第一，政府官员缺乏对政务新媒体的认知。许多政府机关的领导人并没有意识到政务新媒体，他们觉得新的媒体只能作为一种广告，所以，不应该把时间浪费在政务新媒体上。例如，一些政务新媒体虽然在省级政府网站注册，但是在相应的第三方网站上却找不到任何有关的资料；一些政务新媒体已经发布了暂停发布通知，但是在登记制度中没有及时进行更新。例如，“江苏省空气质量”移动客户端没有及时更新相关内容。

第二，监管不力。江苏省一些政务新媒体存在监管漏洞、机制不完善、舆论处理滞后、处理不力、“掉链子”等问题。江苏省新媒体的发展，由于政府部门的监管不力，要承担起很大的社会责任，没有清晰的职责分工，导致许多部门之间互相推诿，不愿意积极开展工作。从新公共服务理念来看，政务新媒体在强化民主管理、构建透明性、推进公众的利益、增强公众的政治参与、

改善政府的服务水平等方面具有不可忽视的正面影响。然而，江苏省政府对新媒体的监管不力，造成了诸多问题。

第三，不同的政府机关联系不强，各个部门的发展差异很大。当前江苏省各行业、各层级的政务新媒体大多处于独立运行的状况，缺乏统一的管理，这不但加大了新媒体的维护、管理成本，还影响了新媒体的规范化、互通化，各新媒体因各自独立，难以实现大规模的聚集。通过对常见的新闻获得途径的调研，可以看出政务新媒体是人们获得新闻的主要途径。但是，不同的政务新媒体发展并不平衡，政务微信已经逐渐成为人们获得政府信息的最重要途径，但是政府的微博却没有得到足够的重视。

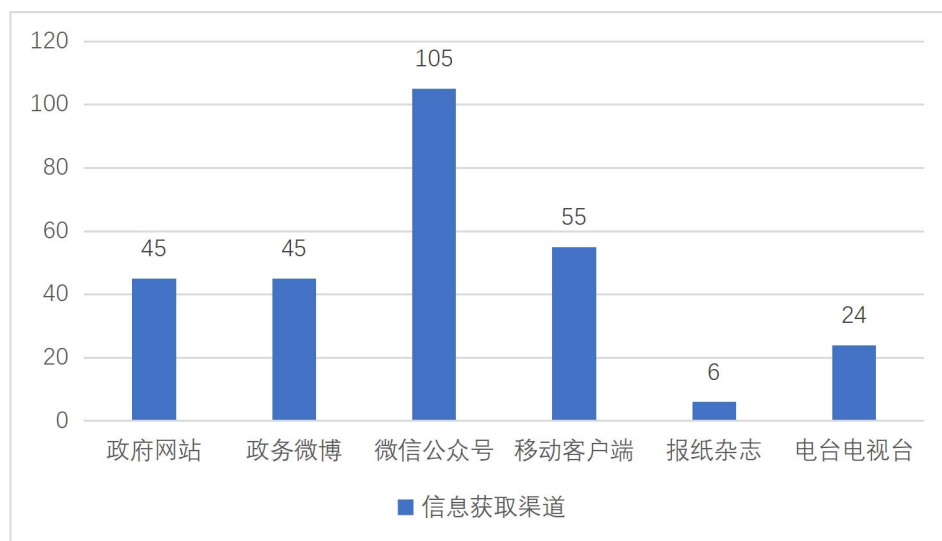


图 3-12 信息获取渠道对比图

数据来源：作者根据调查问卷结果整理

从问卷调查中可以看出，当前江苏省政务新媒体各个平台的发展存在较大差异。因为不同部门在资源共享和利益分配上存在着冲突，有些部门更倾向于私享数据信息，导致了不同部门之间缺乏合作。这就会致使各个部门之间不具备良好的联动意愿，在展开服务工作以及应对紧急状况时，彼此之间未能充分协作，更甚产生了责任推脱的状况，会削弱工作成效以及公众的认可度。同时也存在部门之间利益分配、不愿资源共享和运营人员能力不足的问题、法规制度落后、技术不达标等因素，导致各地区和职能部门之间缺乏政务联动和业务协同机制。当公众的诉求需要多个部门协同进行处理的时候，部门之间很难积极主动参与其中，甚至部分部门还可能相互推诿。这种情况即使在政务新媒体



工作开展较好的部门也存在，在跨地区、跨部门之间合作的问题上比较突出。

### 3.3.2 政务新媒体平台运营水平偏低

政务新媒体与传统的新闻媒体有很大的不同，它可以做到即时与民众沟通，并对民众的真实状况进行即时的反映。这一切都取决于社会化网络技术的发展，所以社会媒体账号运营的专业性还有待提升。但是从当前情况来看，江苏省政务新媒体管理还面临着诸多问题。

第一，政务新媒体平台的构建存在着大量的重复和形式化现象。据江苏省第一季度省级政务新媒体监督抽查结果显示，截至 2021 年 12 月，江苏各级各类部门均在微信、微博等社会公众号上设立了众多的官方账号，其中，官方账号 2239 个，微博账号 500 个，其他 403 个。这么多的官方账号，包括“僵尸号”和“睡眠号”这样的新政府新闻号。例如，“@浦口疾控”的官方微博，上面的内容是江苏省南京市浦口区的疾控机构。截至六月十二日，这个账号有 20 个人的关注。在过去的 3 年中，这个账号只发表了 29 条微博，几乎没有什么原创的文章。通过对江苏省政务新媒体的问卷调查，结果显示，大多数民众对新政府新闻有一定的认识，超过半数的民众认识和关心，占 75%；有了解但不关心的比例为 20%；5%的人对此一无所知。以下是详细的研究：

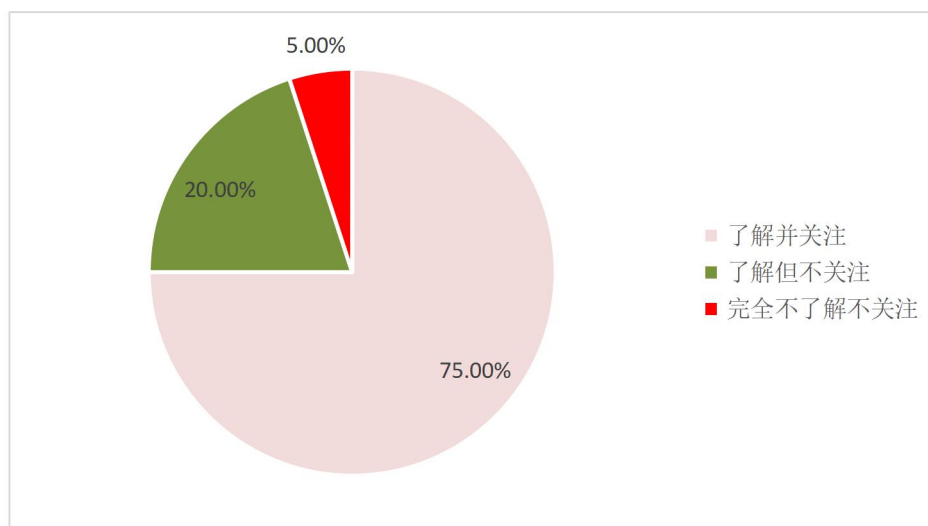


图 3-13 民众对江苏政务新媒体的了解关注情况

数据来源：作者根据调查问卷结果整理

从图 3-13 可以看出，当前江苏省政务新媒体拥有广泛的用户群体。在利用政务新媒体进行的问卷调查中，利用政务新媒体获得政府新闻资讯的比例更高。

然而，通过调研，我们还可以看到江苏政务新媒体的平台设置数量较多，且不能进行有效的整合。在“你最关心的地方政务新媒体有几个”的问卷中，超过半数的网民在 6—10 个网站中，45 个人的关注点超过 10 个。而对于那些专门做特殊照顾的人来说，只有 25%。以下是该研究的结论：

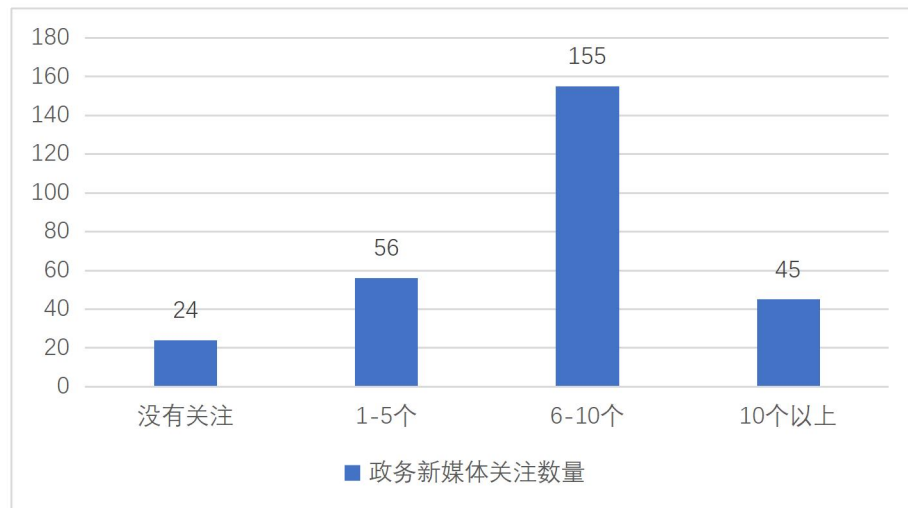


图 3-14 政务新媒体关注数量

数据来源：作者根据调查问卷结果整理

从表 3-14 可以看出，公众对江苏省政务新媒体的关注度比较高，但是大多数人仅仅是对其进行了关注，但很少甚至不会查阅其发布的内容，这也从一个角度说明了当前江苏省政务新媒体存在着严重的形式化现象。形式主义主要表现在两个方面，首先是在不同平台上建立的媒体账号，在此之间会存在功能同质化的现象；除此之外，即使是在同一平台内，也会出现多个官方账号之间的功能同质化，一味地追求政务新媒体的账号数量，并没有进行日常维护，仅仅是为了建立一个政务新媒体账号，这严重影响了服务为民的政府形象。另一个方面，政务新媒体部分功能不可用，在政务新媒体季度抽查中发现，有些媒体账号存在访问异常，互动按钮无法使用，人工客服提问毫无反应等种种现象，比如“微递鼓楼”微信公众号的“安全鼓楼”栏目里通知公告无法打开，“新沂发布”微博的“新沂市报”为无效链接，“徐州自然资源和规划”微信公众号办事服务功能“收费标准”无法使用。这种形式主义的政务新媒体不仅是影响了政府的形象，还增加了群众对政府的不信任感。

第二，不健全的内容审查制度。政府的政务新媒体，因为没有及时更新，

已经发布的信息上错在错别字或者停止更新的问题，这些政府机构不会在这个账号上运营，这就导致了政府的账号变成了一个僵尸号，民众对政府机构的期望也越来越低。例如，“江苏网警”抖音短视频，建湖县九龙口人民政府微信，镇江市润州区发布的“润州普法”微信，“润州普法”微信已经有大半年没有更新了。“1周无更新”的19个政务新媒体有：太湖景区微信、无锡市梁溪区微博、“五彩薛家”、新北区常州市等。政务新媒体一般都是在转发别人的作品，原创较少，即便有原创作品，因为自身能力原因很难获得关注。

在政务新媒体的资讯质量评估方面，江苏省政务新媒体资讯的价值评估为2—3分，4—5分的比例较低，只有23%，显示政务新媒体资讯的价值不高；江苏省政务新媒体的内容实用性得分为3—4，显示出其实际应用价值，但仍存在改进的余地。同样的，对于江苏省政务新媒体的内容评价基本集中在2—3分左右，这表明了政府信息发布平台的定位并不清晰。以下是调查结果展示：

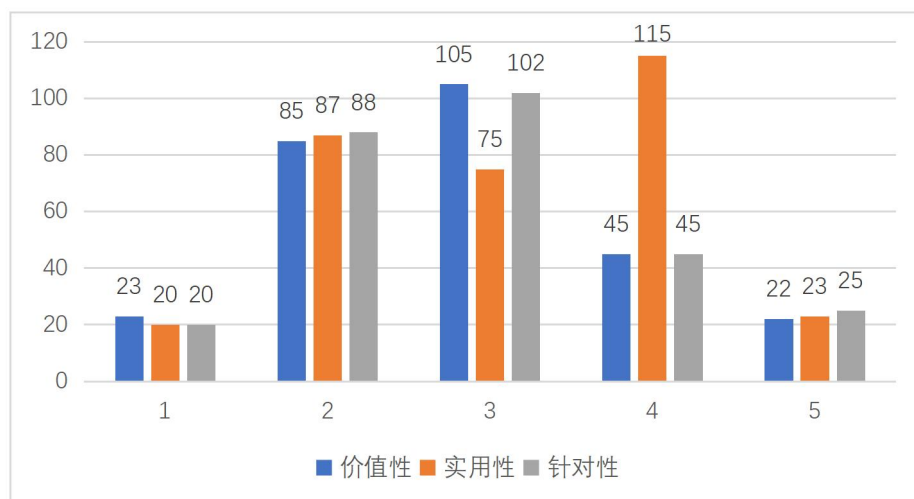


图 3-15 政务新媒体信息内容评价

数据来源：作者根据调查问卷结果整理

通过对江苏省政务新媒体的统计分析，发现公众对政务新媒体内容的满意度较低。江苏省新媒体在内容上表现出的缺乏广泛性、缺乏创造性，在某种意义上忽略了观众的需要；在政务新媒体信息的发布上，以大多以单一的书面形式传达政府工作的信息，而江苏省的新闻媒体在向大众传播新闻时，更倾向于使用官方的语言，这样就会加大与民众之间的差距。政务新媒体更加重视信息的真实数量，确保信息的频繁更新，但在确保信息的数量的前提下，不对新闻的品质进行严格的审查，所发表的新闻大多是新闻单位的最新工作，语言过于

正式，忽略了受众的需求，很难引起用户关注与共鸣。江苏省政务新媒体多以单纯的文本、图文、图像等形式进行推送，极少数人使用了视频、声音等，造成受众不喜欢、缺乏吸引力。

第三，政务新媒体经营与人员短缺。政务新媒体基于网络技术，具有网络的特点，传播速度很快，所以政府的账号必须要有专门的技术人才来处理，而政府的账号则要比普通公众的账号更加的权威，所以，政府的账号必须要有足够的政治知识和素养。江苏政府对这种类型的专业人士的培训力度明显不足，导致江苏省许多官方账号在运营中不被大众所重视，无法产生强大的影响。江苏省政府许多部门缺少一名专职的新媒体行政管理人才，而原来的行政主管并没有充分了解新媒体，无法充分运用社会化网络进行政府信息发布，导致许多政府机构在不同的网站上登记的账号无法达到有效的协同效应，造成了巨大的社会资源流失。许多政府机构对于政务新媒体缺乏热情，而政务新媒体更像是一种政治使命，因而成为一种形式主义，无法充分发挥社会媒体的作用。

政务新媒体很难产生较大的影响力，它既有主观性，也有客观性。从客观上来说，大部分的官方媒体都是由政府部门的工作人员来处理，工作人员大多都是通过公务员考试进入，因此其具备专业的政治素养，但是其往往在新闻编辑方面的能力不足，这就使得政务账号很多信息都是转发自其他网站，很少有自己的原创作品。其次，他们通常也没有积极性，大部分时间都在满足上司的需求，所以不会把很多的时间花在工作上。从客观上来说，目前的国家公务员系统中并没有政务媒体运营人员的岗位工作，所以，负责政府新闻机构的工作人员都是各司其职，不可能把所有的时间都用在行政新闻机构的经营上，这种投资与收益是无法相提并论的，所以许多政府账号的管理员并没有太大的热情去经营。

### 3.3.3 政务新媒体双向互动交流不足

政务新媒体的核心价值途径是“倾听一对话一服务”，通过“互联网+”与政务相结合，既可以整合新媒体的特点和使用者的特点，又可以构建一个很好的信息传播通道<sup>[57]</sup>。

通过对江苏省新媒体办事情况的调研发现，在对政务新媒体业务办理的评价，有效解决民生诉求评分相对较高，这表明江苏省政务新媒体在服务职能上

表现出了良好的作用，但仍存在着可以提高的空间；在平台的稳定性评估中，以 2—3 分评分人数最多，这表明江苏省政务新媒体技术尚不完善；对提供服务完善程度的评价多为 4 到 5 分，表明江苏省政务新媒体服务覆盖的领域比较广泛，可以很好地解决人民群众的各种事务。

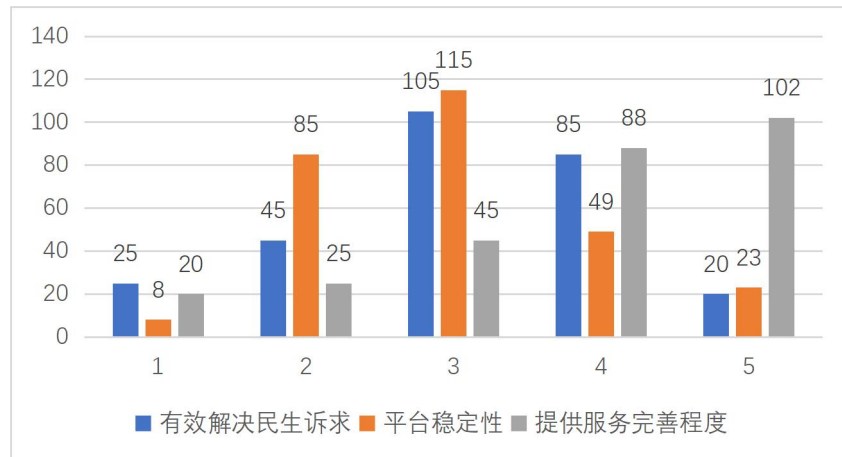


图 3-16 政务新媒体业务办理评价

数据来源：作者根据调查问卷结果整理

根据问卷收集到的资料，目前民众对江苏省政务新媒体的政务办理评价较高。在政府互动方面，大多数受访者认为自己的参与度很低，只有 58 位曾在政府新媒体参与政务互动，占比为 20.7%。对“你觉得最便捷的交流方式”进行了研究，微信和政府门户网站的排名是前两名。

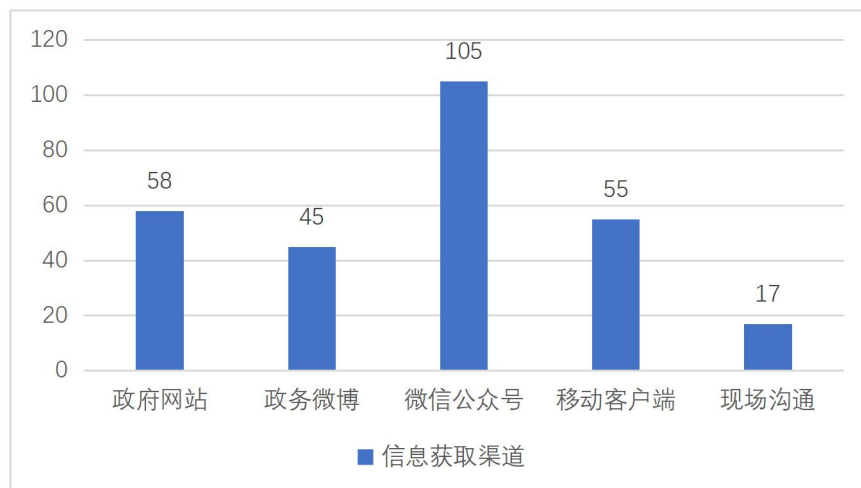


图 3-17 沟通互动渠道调查

数据来源：作者根据调查问卷结果整理

从图 3-17 可以看出，江苏省政务新媒体在互动交流方面的作用并不明显。当前，江苏政务新媒体的建设有两个重要的平台：微信平台 and 微博平台。两者的关注点不相同，微信平台主要用于对相关的政策、措施进行解释，方便向老百姓宣传国家的各种惠民措施，同时，微信平台也为广大市民开通在线咨询，解决问题。与此形成鲜明对比的是，官方微博更多的是以即时的形式为公众发布和接收公众的意见，让政府工作人员能够更好地理解民众的需要。而随着短视频的迅速发展，官方抖音对国家政策和社会主义核心价值观的宣传具有了日益突出的意义。然而，从当前的发展状况来看，更多的还是说多了，在倾听、互动等方面不能被大众所认可，也没有能够充分发挥不同平台的特色。

目前一些政务新媒体，要么停止了更新，要么机械化地更新，根本就没有理会公众的评论，他们只会用自己的社交网站来宣传自己的消息，而不会和公众进行即时的沟通。很明显，在这些政府部门中存在政府职能“缺位”的情况。监管部门对江苏省政府各部门之间的互动进行了一次全面的调查，结果显示，大部分政府的政务新媒体之间都缺少互动性，这使得政务新媒体仅有单方面的沟通和反馈。一些政务新媒体并没有实现有效的互动作用，其作用体现在表格 3-5 中。

表 3-5 江苏省问题政务新媒体名单 TOP20

序号	政务新媒体名称	新媒体类型	存在的突出问题
1	江苏发改	微博	未提供有效互动功能
2	江苏司法行政在线	微博	未提供有效互动功能
3	江苏财政	微信	未提供有效互动功能
4	江苏人社	微博	未提供有效互动功能
5	江苏省空气质量	移动客户端	移动客户端无法下载，发生“僵尸”情况
6	江苏省水利厅	其他	未提供有效互动功能
7	江苏应急与管理	微博	未提供有效互动功能
8	江苏市场监管	移动客户端	未提供有效互动功能
9	江苏医保	移动客户端	未提供有效互动功能
10	江苏药品监管	微博	未提供有效互动功能
11	江苏通信业	微信	未提供有效互动功能
12	中国无锡	微信	未提供有效互动功能
13	宜兴发布	移动客户端	未提供有效互动功能
14	淮安政府网	移动客户端	未提供有效互动功能
15	爱心淮阴	微博	未提供有效互动功能
16	涟水发布	微博	未提供有效互动功能
17	大丰发布	微信	未提供有效互动功能
18	盐都发布	微博	未提供有效互动功能
19	中国扬州门户网站	微信	未提供有效互动功能
20	仪征发改	微博	未提供有效互动功能

数据来源：江苏省人民政府官网<sup>①</sup>

### 3.4 江苏省政务新媒体建设发展存在问题的原因

#### 3.4.1 政务人员对政务新媒体的重视程度不足

政府部门对政务新媒体的重视度较低，在政务新媒体部门中投入的资金较少。目前在媒体平台注册账号无需花费大量资金，但媒体账号开通后需要专业人员对其进行维护，特别是在微信社交平台上所开设的服务账号，其需要长期、专业的维护，只有这样才能将政务新媒体所具有的引导群众舆论的作用有效发挥出来，否则政府部门开设的政务新媒体账号更像是作秀，华而不实。

##### （1）组织建设未统一筹划

目前江苏省政务新媒体建设的整体管理架构不完善。一方面存在多头管理、权责划分不明确的现象，主要表现为各部门间未形成工作合力，频繁出现“都想管、都不管”的现象，同时对政务新媒体的各项功能未统一进行筹划研究，在业务需求、宣传推广、问题答疑等方面未明确划分各自的权利职责，从而使得政务新媒体服务的作用未充分发挥出来。另一方面是各大平台的政务新媒体账号由各部门指派专人独立进行管理，部门间欠缺沟通。各部门不仅未将账号做到最好，还盲目进行服务功能的开发，不但未开发出民众想要的服务功能，还出现了资源的严重浪费。从政务新媒体账号的实际运营情况来看，其所开发的服务功能并未得到民众的完全认可。

##### （2）资源投入不足

政务新媒体的运营离不开网络技术、专业人才在背后的支撑，所以政务新媒体顺利运营的基础是政府进行大量的资源投入。由于江苏省政府对于政务新媒体的资金投入有限，使得政务新媒体的发展受到较大制约。目前，江苏省未成立专项资金来维持推动政务新媒体的建设，政务新媒体大部分都是由第三方机构进行运营，并且各级政府部门缺少专项资金支持，一旦第三方机构拒绝提供运营方面的技术指导，政府将无法独立进行新媒体平台的设计与维护工作。但是，在政务新媒体的实际运营时随时会出现问题，一味依赖第三方机构进行指导将导致问题无法及时被解决，从而会对政务新媒体作用的体现造成阻碍，

<sup>①</sup> 江苏省人民政府官网：[http://www.jiangsu.gov.cn/art/2020/4/1/art\\_46144\\_9031023.html](http://www.jiangsu.gov.cn/art/2020/4/1/art_46144_9031023.html)。

导致公众对政务新媒体的满意度出现下跌。

### 3.4.2 政务新媒体建设监督审核机制不完善

2019年4月19日，国务院办公厅颁布了《政府网站与政务新媒体检查指标》，并在同年六月根据两份新指标展开了第一轮全国政务网站、政务新媒体以及相关主管单位的检查工作，这是我国第一次将政务新媒体纳入量化考核之中。该指标中提出当出现“站点无法访问”“首页不更新”“互动回应差”等单项否决指标中的任意一项即可不合格。政策的落实到位离不开相应监督机制的建立。针对各级政府在政务新媒体建设方面的消极态度，中央颁布了《政府网站与政务新媒体检查指标》，明确规定了政务新媒体账号的更新、互动频率等运行的关键指标。

江苏省在对政务新媒体的监管中出现许多问题，影响了政务新媒体的发展。在监管中存在较强的滞后性，导致出现部分领导在落实管理时缺乏紧凑性、部分工作人员其工作态度不端正等情况，从而使得在权责执行时缺乏约束性，无法将执行效能充分发挥出来。同时由于政务新媒体未明确规定发文频次、未健全约束管控机制，同时其考核机制未能满足新媒体发展的要求，导致出现政务新媒体僵尸号。

### 3.4.3 政务人员主动服务意识不强

李克强总理在党的十八大后一直强调要将政务公开作为发展的重点，大力推行电子政务、网上办事，从思想层面实现政府由管理型向服务型的转变，但是在实际工作中，部分工作人员依旧保持官本位的思想，因此改变传统政务新媒体管理者的工作方式是政务新媒体的重点。江苏省政务新媒体只有从“管理者”转变为“服务者”，才能够从根本上推动政务新媒体发挥作用。政务新媒体能够通过新媒体技术来推动政府工作人员从思想层面进行改变、剔除“管理者”这一观念，从而达成建设成为服务型政府这一目的。政府工作人员将自身视为人民群众的“管理者”体现在其日常宣传时所发布的文章用词之中，许多用词都展现出政府工作人员高傲的态度。还有部分政务机关开设政务新媒体账号后将其置于较高的位置，不会同群众展开交流，无法了解群众的实际需求，与群众相脱离，影响了政务新媒体其作用的发挥。

政务新媒体作为信息化时代的产物，个别政府部门领导认为其只是宣传部



门用来工作的一种新方式，与自身工作毫无关系所以参加建设政务新媒体的主动性较差，此外建设政务新媒体离不开新思维、新习惯的支持，但是个别领导担心在建设政务新媒体的建设过程中出现难以解决的问题，所以秉持旁观的态度来防止问题的出现。江苏省由于历史原因较为依赖政府机关，并且习惯于用传统的行政管理方式进行管理，从而出现了工作开展缓慢、主动性低的现象。同时个别工作人员其参与政务新新媒体建设的积极性、主动性较差，对政务新媒体建设工作的开展造成阻碍。政务新媒体作为新型网络问政方式，由于江苏省政务人员主动服务意识淡薄，导致出现民众互动交流不足这一问题。

### 3.5 本章小结

本章首先对江苏省政务新媒体建设发展的总体情况展开介绍，并利用调查问卷及样本分析的方式针对江苏省政务新媒体发展建设中出现的问题展开调查研究，发现其主要体现在政务新媒体部署缺乏全局战略、政务新媒体平台运营水平偏低、政务新媒体双向互动交流不足这三个方面。同时结合江苏省政务新媒体的实际情况分析问题出现的原因主要体现在以下三个方面，分别为政务人员对政务新媒体的重视程度不足、政务新媒体建设监督审核机制不完善、政务人员主动服务意识不强。

## 第四章 国内外政务新媒体发展建设经验借鉴

### 4.1 国外政务新媒体经验借鉴

#### 4.1.1 澳大利亚统筹政务新媒体建设

由于澳大利亚不同地区的群众其所使用的社交媒体平台不同、各社交媒体的侧重方向存在差异以及群众会同时使用多个社交媒体这三方面的原因，所以澳大利亚的政府部门为能够使群众了解到相关政策信息，在多个社交媒体上均创建了政务媒体账号。因此我们能够在多个社交平台上看到澳大利亚政府部门的政务账号。澳大利亚政府部门建设政务账号的目的主要是宣传政策、宣传节日。并且很多不为澳大利亚群众所熟知的部门也能够利用社交平台同群众之间展开交流。目前澳大利亚的社交平台按受欢迎指数排名位居前两面的分别为 Facebook、Twitter。虽然 Twitter 限制了发表字数，可以在后续附加链接，因此群众能够通过链接进行访问从而得到其所需的信息。澳大利亚政府通过在多个社交平台创建账号这一形式，达成了为不同群众进行服务这一目的。

近几年来，澳大利亚政府在政务管理时通过在网站平台下设群众咨询、博客、好点子这三个模块下形成特色互动，推动了政务工作规范化程度的进一步提高。首先是群众咨询模块，由澳大利亚政府的各个部门进行监管和负责，主要目的是发布与群众有关政策，以及在项目落地后与群众进行交流。该模块的整体不但具有较为专业的应用结构，还具有较为健全的管理流程，由于群众的广泛参与，提高了政策的合理性、完善性，其应用价值和意义十分显著。其次是博客模块，总理会不定时在其官方博客上发布一些有关民生政策等方面的文章，并由此引出话题由群众进行讨论，总理进行回复。此外，总理还开通了“PMs Web Chat”栏目，与群众交流互动。最后是好点子模块，该模块是为获得群众的新想法、新观点所搭建的线上、线下相连接平台，利用论坛的形式同群众之间进行交流活动。群众可以在该模块根据主题在线发表自己的观点与看法，澳大利亚政府则结合线上参与情况举办线下交流活动。例如堪培拉于 2008 年举办了有数百名普通民众参与的时长两天“澳大利亚 2020 年高峰会议”，针对经济、文化、政治等方面展开了交流探讨<sup>[58]</sup>。

#### 4.1.2 美国积极优化新媒体政府信息互动平台

美国政府搭建了以白宫网站为中心的新媒体政务信息体系，以此来促进“E外交”项目的建设，实现信息在社交媒体上的传播、互动，从而推动建成完善的咨询传播流。

首先是白宫网站，该网站的主要目的是公布总统的日程安排以及近期通过并签署的法案，同时还会回应一些热点问题。美国政府利用这一方式来与群众进行具有即时有效的互动。

其次是 Twitter，Twitter 在美国新媒体政务信息监督体系中拥有十分关键的作用。白宫入驻 Twitter 后获得了大量的关注，利用 Twitter 进行相关信息的通知更新，信息主要通过文字、图片以及视频这三种形式进行发布，以此来吸引群众点击与阅读，从而与美国民众间形成较好的互动氛围。例如，白宫在 Twitter 上进行总统行程的发布，并针对民众的问题进行统一解答。肯尼迪去世后白宫第一时间在 Twitter 上发表了有关悼念的信息、文章，获得了美国民众的关注<sup>[59]</sup>。此外，美国前总统奥巴马还曾在 Twitter 上发布了有关美国政府调整阿富汗、巴基斯坦战略的演讲视频，同时附上演讲的文字版内容来供网友查看，与网友之间形成良好的互动氛围<sup>[60]</sup>。

再次是 Facebook，Facebook 在美国民众中的应用范围较广。美国政府利用 Facebook 进行相关信息的传递，主要方式有文字、视频、图片等。美国民众在 Facebook 上可以通过关键词搜索这一方式查找其所需的民生、政务等信息，同时还能找到与其共同关注这些信息的人群。美国政府部门在实际应用 Facebook 的过程中，主要针对美国民众参与讨论度较高的话题等进行关注，在这一过程中民众的讨论、意见等也为政府进行决策带来参考。美国白宫在 Facebook 上截至 2017 年其粉丝数量就已在 70 万人以上<sup>[61]</sup>。此外，在选举美国总统时，候选人常利用 Facebook 与民众进行交流互动，以此来塑造亲民的形象，推动支持率的提高。

最后是 Youtube，Youtube 在美国民众中的应用范围十分广泛，也是美国政府的主流宣传网站。美国前总统奥巴马在参与竞选时在 Youtube 上发布有关竞选的视频，除了能够实现宣传外，还能够同用户之间形成良好的交流互动氛围。

## 4.2 国内政务新媒体经验借鉴

### 4.2.1 宁夏政府积极打造“问政银川”系列政务微博

为适应信息时代的需要，宁夏银川政府从 2011 年便开始了新媒体方向的政务探索工作，开通了“问政银川”等一系列拥有代表性的政务微博，除了取得优异的成绩外，还在开通当年便获得了“中国优秀政务微博”的称号<sup>[62]</sup>。随着互联网不断发展，媒体平台不断涌现，但以“问政银川”为首的互动微博窗口始终与人民群众站在一起，坚持将自身作用充分发挥出来，多年来优秀的工作成绩始终在优秀政务微博评选中占据前列，同时其出色的表现也成为党政机关的学习、参考对象，除此之外还吸引了学者们的持续关注、研究<sup>[63]</sup>。截至目前，“问政银川”的粉丝数量已超过 50 万人，目前的微博运营管理已实现规范化、流程化，以统一受理作为起点，利用分级负责、归口办理这两种形式来进行后续的回复与反馈，并对意见反馈机制进行精简与优化，推动“问政银川”政务微博实现高质量高效率这一目标，进而促进事项办结率的提高。相关数据显示，在 2011-2018 年间通过“问政银川”这一政务微博政府共处理有效事项 15 万件，其中 90% 的事项均得到了积极的反馈与回复，办结率达到 90%<sup>①</sup>，这一数据还在持续的增长中，例如仅在 2021 年间，网民通过“问政银川”的事项，超过 11204 件都得到了转办，同时在机制的进一步优化以及工作人员的努力之下，办结率达到了 96.83%<sup>[64]</sup>。

### 4.2.2 数字化助力浙江政务新媒体运营

目前国内在信息产业领域具有瞩目成绩的城市中，最具代表性的当数浙江杭州，杭州的互联网建设、互联网产业十分发达先进，因此其又被称为“互联网之城”，由于其配套设施完善同时拥有由领头效应较强的企业所形成的具有活力、良性特征的信息产业链，使得杭州市在信息化水平方面取得较高的成就，快速推动了“两化融合”的进程，同时由于信息技术的支持创新、基础设施的进一步完善、信息及资源的深入拓展与应用、信息安全的加强等多个方面持续发展，地区与各个行业的融合程度进一步深入，从而推动城市的经济、社会的管理方式、组织结构等方面发生具有前瞻性、革新性的重大转变。为进行进一步的发展，浙江省在其所制定的“十三五”规划也积极开展“数字浙江”工程，

<sup>①</sup> 数据来源：<https://new.qq.com/rain/a/20191128A0KN3R00>。

该工程已有 1.0 版本发展至目前的 2.0 版本，也就是“数字浙江 2.0”建设，以创建“宽带中国”示范城市、提供全面的立体式信息基础建设服务作为基础，建设健全政务新媒体服务机制，达成智慧治理这一目标，从而提高管理机能的普惠性、精准性<sup>[65]</sup>。

### 4.3 国内外政务新媒体发展建设经验启示

#### 4.3.1 政府做好统筹规划政务新媒体体系建设工作

由于各个平台所具有的特点、优势均有所差异，加之微博、微信等新媒体的受众也有所区别，因此各级政府应将微博、微信等新媒体的优势进行互补，进而推动政务新媒体服务质量、效率的提高。互联网的发展与进步使得政务新媒体的类型逐渐丰富，除了先前的微博外，还出现了抖音等平台，但是政府在这些平台所开设的政务账号彼此间未互通，从而导致政务新媒体作用的发挥受到阻碍，此外由于政务新媒体账号数量较多，从而使得政府精力被分散，导致政务服务效率下滑，个别地方还出现了“僵尸”号的现象。因此江苏省政府部门除了在各个新媒体平台开设政务账号外，还要确保各个平台在技术、内容上联通，以此来建成具有系统性的新媒体矩阵，并将政务新媒体的作用充分发挥出来，这需要从信息源、形式这两个角度来实现政务新媒体跨越类型、层级、机构以及地区的互相联通。

#### 4.3.2 制度为政务新媒体的建设发展提供保障

为确保江苏省各级政府政务新媒体的运行，需加大对政务新媒体的监管力度，建立并健全监管机制。通过量化相关的考核指标来提高所制定的监管制度的科学性、有效性。将发文频次、评论回复数量等作为政务微博的考核重点，将政府服务、板块功能管理作为政务微信的考核重点。目前政务新媒体的监督机制已经进一步细化，但由于这些媒体平台也在不断的发展变化，特别是微博这一平台，在过去其重视信息发布、互动，目前则出现了话题热度排名、超话等大众所喜欢的功能<sup>[66]</sup>。为了扩大信息传递的覆盖面，达成政务新媒体功能最大化这一目标，需进一步加大监管力度，确保监管落实到位。

#### 4.3.3 结合民众需求创新优化政务新媒体内容

在政务新媒体的内容方面，需重视原创性。政府要想打造一个较好的服务型政府形象，在政务新媒体平台上所发布的内容就需尽可能地维持原创，应站

在群众的立场上，为群众带来能够满足其需要的优质政务服务，通过具有原创性的内容来得到群众认可<sup>[67]</sup>。在利用政务新媒体进行内容输出时应同当地的语言、文化等情况相结合。将群众的需求作为导向，结合当地的实际工作情况，为群众带来其所关心的信息与服务。应选择当地语言进行内容的编辑，从而形成独具地方特色的风格。内容的呈现方式也不应只局限于一种，可以通过新媒体图文并茂这一显著特征，使用文字、图片、视频等相结合的形式来进行信息的发布，从而提高群众对政务新媒体的关注度。在发布信息时语言风格应多样化，不但要确保措辞的严谨性还应适当的使用一些流行用语，来使所发布的信息能够解接“地气”，有助于群众的阅读与理解，进而缩小群众与政府间的距离。除此之外，还应进一步利用线上民意调查等形式来进行互动交流方式的改进与完善，加强政府与群众间的交流沟通。

### 4.3 本章小结

本章首先从国内、国外两个角度出发选择政务新媒体建设发展的典型案例，在国外选择了澳大利亚、美国这两个国家，在国内选择了宁夏、浙江这两个地区，通过对其政务新媒体建设工作的梳理，结合江苏省政务新媒体建设的现状，得到一些可以借鉴的经验与启示，为下文进行江苏省政务新媒体建设发展对策的研究带来参考。

## 第五章 推进江苏省政务新媒体建设发展改革的对策

### 5.1 积极做好政务新媒体战略布局

#### 5.1.1 优化政务新媒体的资源配置

在信息化这一时代，我国高度重视新媒体相关方面的工作，并为其制定了相应规范。为了与时代接轨、推动政府融入群众之中，要求县级以上政府根据对应的流程与规定进行政务新媒体账号的开通，并要求县级以上政府要对账号进行实名认证，确保同一平台只有一个账号，且各个平台的账号名称需保持一致。为了维持政务新媒体的权威性和效率性，对于功能重复、利用率未达标的地方政务新媒体，需及时撤销。同时，需要精简的也需按照规定展开调整；对于运营较差、群众不满意或者存在问题的地方政务新媒体，也要及时整改。一方面通过所属政府单位更改其运营方式、理念，以促进运营水平的提升；另一方面进行运作内容、形式的调整以达到促进运作质量提高的目的。对于无法继续进行整改的地方政务新媒体，要及时按照相关规定进行撤销关闭，以此促进政务新媒体资源配置效率的提高。

#### 5.1.2 加强政务新媒体的监督管理

江苏省需探索一条与江苏省实际情况相符的政务新媒体发展路径，按照各政府部门的工作职能范围、业务管辖领域等进行规章性、制度性的建设工作。根据江苏省地方各民生事项来建立并完善有关新媒体管理的规章制度，最终形成一条能够与地方情况相匹配、与当下实际情况相适应的政务新媒体行业规范与原则。除此之外还应重视构建政务新媒体监督机制，做好各级部门政务媒体平台建设的顶层设计工作。针对政务新媒体成立专门的监管机构，同时进行监管机制的建设，确保各个类型、各个层级的政务新媒体都能清楚地了解其特性、定位，同时根据其功能展开规范设计，确保监管体系的作用能够充分有效地发挥出来。此外，监管机构需以数字化时代为基础、利用互联网技术来达成信息、数据的追踪与监控，保证政务新媒体能够始终在监管之下进行工作，实现对其进行实时、定期监察。在这一过程中需注意新媒体各项数据信息，掌握并了解政务新媒体发展的实际特点、规律，对其展开持续的跟踪、分析，确保在出现

问题时能够第一时间进行整改<sup>[68]</sup>。对于未按照准则、规章开展政务新媒体工作的违规行为要按照相关制度规定及时进行处理，对于网络上的假冒、假借等账号也要对其进行处理。要形成全网络的常态化监管体系，推动政务新媒体的高质量运作与发展。

### 5.1.3 高度重视政务新媒体管理工作

加大对政务新媒体管理的重视力度，将有关新媒体建设管理方面的工作加入政府重要议事日程之中，进一步健全相关机制，积极开展有关新媒体建设工作的专题会议。从资金、技术等方面出发对新媒体建设管理工作展开更深入的全方位的保障，要求从打造便民利民、人民满意的网上政府以及推动自然资源、规划事业的进一步发展出发，加大对政务新媒体的建设与管理力度<sup>[69]</sup>。在移动互联网快速发展这一背景下，各级政府部门要掌握做好政务新媒体工作所具有的重要价值，要提高思想认识，进行观念的改变，促进政务公开协调机制的进一步健全，将政务新媒体工作加入政府重要议事日程当中。要进一步明确各级政务新媒体的负责人，积极促进政务新媒体与政府网站的协助、配合与发展。加大对政务新媒体的管理力度，加大对其的资金支持力度，通过配齐相应的工作人员、实现专人专岗来推动政务新媒体管理工作的进一步落实。建立并完善与宣传部、公安等多个部门的沟通协调机制，协同做好政务新媒体方面的工作。

## 5.2 提升政务新媒体服务管理水平和运用能力

### 5.2.1 加强新媒体复合型人才培养和引进

从长远的角度来看，由于政务新媒体自身特性导致其发展需依赖稳健且具有活力的运营管理关系，而运营管理失灵或无法良性循环将会出现用户流失，从而导致政务新媒体出现效力失范的现象，在这一过程中新媒体运营人员的专业素养十分关键，如果其专业素养较低，将会导致政务新媒体账号其实际作用无法充分发挥出来，更有甚者会导致政务新媒体产生负面效应。对于江苏省来讲，应从人才队伍建设、管理模式这方面来加大政务新媒体的运营管理力度。

目前，作为政府部门的常规性工作，政务新媒体运营使得公职人员的工作量增加。由于其具有十分重要作用，因此对江苏省的政务新媒体的运营以及稳定性作出新要求<sup>[70]</sup>。江苏省政府部门应招聘并培养一批在新媒体、互联网、信息技术等方面具有专业知识能力的人员。从实际情况来看，政务新媒体出现运



营事故或问题都与工作人员的专业性、自律性较差具有较大关系。例如在政务新媒体账号经营的过程中,对于发表的内容敷衍了事、跟风发布、空洞转发、不主动积极地进行内容的原创发掘等;在政民互动方面存在主动性欠缺、形式缺乏新意的问題;既不具备解决群众需求的能力,也缺乏动力与主动性;在进行事项或公共事件的回应时存在准确性不高、及时性较低等现象。政务新媒体运营还需招聘并培养一些既了解政府部门工作及职能又具备传播学背景,同时还在媒体及新闻等领域具有经验与专业知识的复合型人才。江苏省政府在培养新媒体人才时,可以从知名度较高的自媒体企业其较为成熟健全的新媒体体系及资源中汲取有用的经验并将其运用到江苏省的新媒体建设工作之中。从而推动江苏省政务新媒体工作人员新媒体技能的提升,进一步推动其思想观念的转变。

### 5.2.2 健全政务新媒体内容审核机制

在内容发布前严格按照内容发布审核机制,秉持分级分类审核、先审核后发布的工作原则,对于审核主体、流程等展开进一步的明确,从政治、法律、政策、保密、文字等五个方面做好审核把关工作<sup>[7]</sup>。在转载、发布等方面需加大规范,原则上要求只进行党政机关以及主管部门等确定来源的稿件,进行信息发布与转载,且不得使用政务新媒体账号进行具有个人色彩、意见、情绪等信息的发布,也不得利用账号发布商业广告或相关链接。江苏省政府要制定原创激励机制,根据有关规定强化信息采编,提高内容的原创比例。需在沟通协调好后,进行发布与其他部门工作内容有关的信息。同时还要制定值班守班制度,加大日常监测力度,确保在第一时间进行信息更新,保证所发布内容的准确性与权威性。当出现违法有害信息时要及时进行处理,在出现重大舆情时要根据有关程序要求报送至舆情处置部门进行处理。如是有关互联网新闻服务或传播网络视听节目之类的政务新媒体,还需根据规定进行运营资质的办理。

江苏省各级政府在开展政务新媒体工作时,不仅要与当地实际情况相结合形成本土化,还要适应互联网的发展,将用户需求作为内容创作与发布的开展导向,确保信息与服务始终围绕群众所关心、关注的热点问题展开。此外,在语言及形式上还可以结合地方特质、互联网特性形成出独具特色的政务新媒体风格。除了要想江苏地区群众之所想之外,还要同国家政策、社会热点等进行

结合，为群众带来满足需求的内容。要利用指向性、功能性更强的高质量内容来优化政务新媒体外部形象，增加用户间的黏性，从而确保政务新媒体能够在舆论中发挥积极的导向作用。此外，要积极使用具有代表性的事例、案件来进一步加强舆论宣传、进行问题解答。

### 5.2.3 加强政务新媒体考核评价

需搭建一套既完整又合理的社会评估机制，进行评估的主体除了有媒体、公众这两方面人员外，在评估时还应参考专业机构的评估意见，最后达成动态、多元相结合的评估结构。在评估的过程中要注重科学考核，将质化考核作为其评估的核心内容，同时需注重平衡兼容量化考核指标，从而防止“一刀切”现象的出现。江苏省在促进政务新媒体始终以多维视角、考量为基础进行发展，而在这一过程中其关注的重点不是固定化的粉丝量，而是内容质量以及存在问题的解决，以实现推动政务新媒体实现良性发展这一目标。此外，除了针对政务新媒体整体进行考核评估外，还需搭建一套面向运营人员的考核机制。一般来讲，在新媒体工作人员上岗前会对其展开相关的技能培训，同时提供实践机会对培训内容进行考核。除此之外，还应该按照岗位进行相关绩效指标的制定，并将指标同政府部门的管理机制进行结合，以达到对运营人员进行日常工作的有效管理。

## 5.3 充分发挥政务新媒体的互动沟通作用

### 5.3.1 提升平台的互动质量和效率

在开展政务新媒体工作时，首先应明确建速升的出发点以及立足点——满足群众需求，所以在思考问题时不但需从政府的角度展开，还需从群众需求的角度展开。政务新媒体应摆正自身的姿态，否则其作为政务宣传工作所具有的作用及意义将会大幅缩减。

江苏省政府部门需秉持对群众需求的关注与重视的原则，在同群众进行交流互动的过程中进行群众实际需求的提炼与挖掘；要将问题作为江苏省政府开展工作的导向，永葆初心。将群众放在工作的首位，将群众利益作为工作最终所要实现的目标，要让群众能够毫无隐藏地展开需求的交流与表达，以此来达成准确把握民生、社会需求这一目标。针对群众言论及需求应建立相应的回应机制，让政务新媒体所具有的信息化渠道作用充分发挥，从而促进回应效率及

质量的提高，这同样是政民互动关注的重点。政务新媒体的日常工作及发布内容包括政府新闻动态、地区或部门的政务内容、经济生活方面的咨询等等，力图为群众带来具有高价值与导向性的信息，在提高群众评价的同时促进用户黏性的大幅提高。政务新媒体不但需具备新媒体自身的原始特性还应避免庸俗化，以此最大程度发挥其功能。

### 5.3.2 建立通畅便捷的信息交流渠道

从群众互动这一角度出发，江苏省要发现政务新媒体是一种新型且具有突破性的政民互动形式。其使得政民互动的途径更广、范围更大、形式更多样，同时采用线上线下相结合的方式使得政民互动渠道的宽度、广度都得到较大的突破与转变<sup>[72]</sup>，使得政府部门与群众之间的距离得到大幅缩短。因此，建设政务新媒体拥有十分重要的现实意义，而政民交流互动的情况也对政务新媒体建设水平的衡量产生较大影响。

江苏省各级政务新媒体要想取得更好的成绩与发展，离不开互动平台的建设，同时也离不开内容上的优化与调整。江苏省各级政务新媒体应将重心放在群众所关注的地方，以此来激发群众参与的热情。通过群众参与点赞、评论等形式来推动政民互动交流水平的提高。对于群众的反应要持续对其进行追踪与关注，不仅要对其进行积极的答复，还要注意答复的方式方法。尤其是，答复的语言既要得体又不能过于呆板、说教。因此，江苏省各级政府部门应加强有关新媒体方面知识的学习，除了不断调整优化政务媒体平台的功能外，还要积极主动与群众展开交流互动，同时还应同其他部门间搭建互联互通的交流渠道，快速建成相关的数据资料库并对其展开广泛的共享与应用。在确保基础功能的基础上持续对其进行优化、调整、健全以及相关内容和功能的创新，达到多渠道、多模式的政民互动这一目标，进一步实现江苏省政府在网络上进行民意民情的实践探索活动。

### 5.3.3 强化政务人员的主动服务意识

在移动互联网时代，政务新媒体不但是中国共产党及政府联系和服务群众的关键渠道，还是加快促进政府职能转变、建设服务型政府的重要方式。除此之外政务新媒体也是进行网络舆论引导、创建清朗网络空间的主要阵地，同时其还是进行社会治理模式探索、增强社会治理能力的主要途径。年是党的二十

大召开之年，强化并规范政务新媒体运营管理有助于进一步通畅联系、服务群众的渠道，能够进一步推动社会的稳定与和谐。在这一背景下，江苏省各级政府部门要掌握做好政务新媒体工作所具有的重要价值，要提高对政务新媒体运营、监管工作的重视力度，明确相关责任领导以及专职工作人员，推动政务服务的进一步完善，促进互动交流渠道的进一步畅通，以持续增强政务新媒体在传播、影响、公信力方面所具有的作用，统筹促进政务新媒体与政府网站的协助、配合与发展。推动政务新媒体互动渠道的进一步通畅，实现听取民意、聚结民智、解决民忧、凝聚民心这一目标，同时走好互联网群众路线。对于群众的留言要主动积极查看并进行反馈与处理，并按照相关规定、态度诚恳且认真仔细地进行留言的回复，杜绝答非所问、生硬冷漠等现象的出现。还要加大与其他部门的沟通、交流、合作力度，及时进行群众诉求的反馈与办理，保证群众的合理诉求能够及时且有效地得到解决。此外还需利用大数据、云计算等方式来进行社情民意的分析研究与判断，以此来为政府决策提供依据。

## 5.4 本章小结

本章主要针对上文所提到的江苏省政务新媒体发展过程中存在的问题，从新媒体战略布局、提高政务新媒体运营管理水平、发挥政务新媒体的互动沟通作用等方面提出针对性的对策，为江苏省政务新媒体建设发展提供参考。

## 第六章 研究结论与展望

### 6.1 研究结论

无论是立足于当前的角度，还是从未来的角度来看，我们都能发现时代脉动始终向着信息技术的方向迈进。随着数字时代的不断发展，政务新媒体的发展也应同未来发展潮流进行融合。从现阶段的发展趋向来看，政务新媒体仍需要进一步完善与发展。首先在定位调整、创新示范这一方面，从整体来看政务新媒体仍未完全脱离传统的媒体形式，其在思想观念层面依旧秉持传统媒体思路。不但不重视网络用户，而且忽略了使用体验感的提高，在传播中心这一层面其依旧以自身为核心，未遵循新媒体以用户为核心的特点；其次政务新媒体存在内容滞后、功能欠缺的现象，各个政务新媒体账号之间的内容相似度较高，且其线上线下的功能也基本相同。此外，由于大部分政务新媒体账号都不了解网络生态，因此无法精准地把握风格定位，形成了不是被动发布模板新闻的“僵尸”号，就是过度娱乐化、庸俗化且过于迎合社交风气、用户思维的两极化趋势，对于政务新媒体的权威性产生不利影响。通过深入剖析近两年来的网络重大事件舆情后发现，大部门政务新媒体均较为被动，不具备引导能力或引导能力不足的现象较为明显，有时还会导致二次危机的出现。而且，政务新媒体在运营方面还存在队伍建设欠缺这一显著不足。一方面是因为相关工作人员缺少专业背景以及相关新媒体知识等，另一方面是因为政务新媒体的运营规划方面欠缺系统性的规范制度及指导理念。基于此，本文将研究方向落在江苏省政务发展改革方向这一方面，同时对新媒体所具有的积极作用、对政务服务变革的有效推动等进行深入的探讨。

首先，本文针对政务新媒体从多个角度展开阐述与分析，对其在理论上所具有重要意义进行论证，对其可行性进行深入剖析，并对其定义、特性、功能等方面展开系统综合的概述。以新公共服务以及公共治理等理论为基础，结合新时期所出现的智慧政府理论，试图展开多角度多理论结合性地研究探索。

其次，本文使用文献研究法、问卷调查法、案例法进行研究分析，并通过对政务新媒体领域的先进性经验以及目前发现并解决的状况来进行经验提炼

和获取启示：一方面政务新媒体需借助健全的政策与法规来确保相关工作的稳定开展；另一方面由于政务新媒体是以新时代信息化浪潮为基础所构建的，所以其在运行模式方面呈现出新场景、新形态的特点。对于传统的由公共部门运作的模式继续进行保留性的转变，以提升市场参与力度，推动政务新媒体借助市场带动资源和技术这一方式来加快建设的步伐。此外，通过对比，从侧面体现出江苏省政务新媒体目前发展中所存在数据标准不统一、创新支持力度低等不足，为其进行政务服务变革带来参考。

最后，结合前文的研究与分析，从江苏省的实际情况出发为其带来建议规划与对策，一是完善强化政务新媒体的战略布局，将政策作为基础与导向来进行布局和建议的强化，将各级政府其零散不成体系的政务新媒体整合至统一的服务框架与体系之中，从而达成跨平台资源共享、信息互通等目标；二是从加大新媒体复合型人才的培养力度、内容创作突出地方特色及原创新、加大政务新媒体的考核评估三个角度出发进行政务新媒体运营水平的提升；三是将政务新媒体所具有的互动沟通作用充分发挥出来。政务新媒体的思想观念要永葆“以人民为中心”的初心，要始终以让群众办事更便利、意见表达更边界、办事环节更有效率等作为出发点。同时，还需坚持创新，以此来支持创建数字政府。

## 6.2 研究展望

由于学识、阅历有限，本文还有以下三点需要进一步改进与完善：首先是政务新媒体未来的走向及改革路径，在这一方面由于参考资料缺乏、本人经验有限等诸多限制导致本文针对江苏省政务新媒体发展改革所提到的参考仅为理论探讨，其操作性、实践性较弱，因此需在今后继续对其进行研究；其次是在政府服务改革的论述以及由此所展开的认知思考还较为浅显，不够深入，需进一步加深；最后是经验借鉴方面，在后期需参考借鉴更多国家、城市在政务新媒体方面的成功经验，以此来制定出准确度、有效性更高的发展策略。

## 参考文献

- [1] Mergel I. Greeves B. Social media in the public sector: A guide to participation collaboration and transparency in the networked world[M]. John Wiley & Sons, 2019: 114.
- [2] Ralf Klischewski. When virtual reality meets real politic : social media shaping the ArabGovernment citizen relationship, Government information Quarterly, 2019 (31) : 358-364.
- [3] Wu, Understanding risks, benefits, and strategic alternatives of social media applications in the public sector[J]. Government Information Quarterly, 2019, 29 (4) .
- [4] Ferro. A Three-Stage Adoption Process for Social Media Use in Government[J]. Public Administration Review, 2018, 73 (3) .
- [5] John C Bertot.OlfFrom citizens to government policy-makers: Social media data analysis: ANew Look at an Old Essay[J]. American Political Science Review, 2021, 67 (2) .
- [6] M. Yietal. Dennis de Kool.Social media monitoring : Responsive governance in the shadow of sueveillance ?Government information Quarterly, 2018 (30) : 355-342.
- [7] Cai D F , Guo D M . Study on the construction of new government affairs media in Heilongjiang province[J]. Heilongjiang Science, 2018.
- [8] Sáez Martín. Social media in Chinese government : Drivers challenges and capabilities[J].Government Information Quarterly, 2018, 30 (4) .
- [9] Ma R. Thinking and exploration based on wechat for government affairs in governance of public opinions in the new media era[C]//Journal of Physics: Conference Series. IOP Publishing, 2021, 1744(4): 042190.
- [10] Graeme burton — Vela S , Gutiérrez — Martínez I , Luna — Reyes L F. Understanding risks, benefits, and strategic alternatives of social media applications

- in the public sector[J]. Government Information Quarterly, 2018, 29 (4) : 504—511.
- [11] Golan Guy. Social media in Chinese government : Drivers , challenges and capabilities[J].Government Information Quarterly, 2019, 30 (4) : 369—376.
- [12] Dong Y. On the evaluation of propagation force of new media for government affairs based on the theory of information acceptance technology[C]//Advanced Multimedia and Ubiquitous Engineering: MUE/FutureTech 2019 13. Springer Singapore, 2020: 140-146.
- [13] Lv Y P. Internet Era of New Media for Government Affairs-Based on the Information Construction in Courts[C]//2018 10th International Conference on Measuring Technology and Mechatronics Automation (ICMTMA). IEEE, 2018: 429-433.
- [14] Ying S. Research on government affairs publicity of provincial government websites in big data environment[C]//2021 International Conference on Public Management and Intelligent Society (PMIS). IEEE, 2021: 6-11.
- [15] Szostek J. News media repertoires and strategic narrative reception: A paradox of dis/belief in authoritarian Russia[J]. New media & society, 2018, 20(1): 68-87.
- [16] John Carlo Bertot , Paul T. Jager , Derek Hansen . The impact of policies on government social media usage : Issues , challenges , and recommendations[J]. Government Information Quarterly, 2018, 29(1).
- [17] Ma R. Thinking and exploration based on wechat for government affairs in governance of public opinions in the new media era[C]//Journal of Physics: Conference Series. IOP Publishing, 2021, 1744(4): 042190.
- [18] Ferro E, Loukis E, Charalabidis Y, et al. Analyzing the Centralised Use of Multiple Social Media by Government from Innovations Diffusion Theory Perspective[J]. 2018.
- [19] Haro-de-Rosario A, Sáez-Martín A, del Carmen Caba-Pérez M. Using social media to enhance citizen engagement with local government: Twitter or



- Facebook?[J]. New media & society, 2018, 20(1): 29-49.
- [20] 王山. 新中国 70 年信息技术变革与政府管理创新的回顾与展望[J]. 西南民族大学学报, 2019 (8) : 9-10.
- [21] 左志新.媒体深度融合: 中国新媒体发展的新格局[J].传媒, 2021(14):8.
- [22] 王灵桂.遵循新媒体传播规律提高舆论引导能力[J].传媒, 2021, 355(14):9-11.
- [23] 薛雨桐.政务新媒体的“人格化”创新与发展[J].传媒论坛, 2022, 5(18):17-19.
- [24] 徐晓婧.智慧城市发展视角下柳州市政务新媒体建设的困境与破解之道[J].柳州师专学报, 2021, 036(003):74-82.
- [25] 陈晓蓉. 资源整合功能聚合媒体融合[J]. 特别策划, 2018 (8) : 20-23.
- [26] 赵璐璐. 对政务新媒体在突发事件中的舆论引导分析机[J]. 传播力研究, 2019 (1) : 245.
- [27] 王若威, 陈秋霏.社会化媒体运营经验与分析——以政务官方媒体账号运营为例[J].声屏世界, 2020(24):102-103.
- [28] 付伊.《政务新媒体语言表达模式建构研究》出版[J].当代修辞学, 2020(06):5.
- [29] 张玉妍.政务新媒体创新传播路径探析[J].中国地市报人, 2022, 428(09):22-24.
- [30] 蔡德发, 郭冬梅.黑龙江省政务新媒体建设问题研究[J].黑龙江科学, 2018, 9(6):2.
- [31] 贾哲敏.政务新媒体发展中存在的问题与对策——基于对 16 个运营机构的深度访谈[J].北京航空航天大学学报(社会科学版), 2022, 35(01):84-91.
- [32] 左颖.政务新媒体的自主可控平台建设路径探析——以北京日报客户端北京号为例[J].新闻研究导刊, 2021(5):2.
- [33] 马得勇, 孙梦欣. 政务微信助力社会治理创新——以“上海发布”为例[J]. 电子政务, 2019 (4) : 76-83.
- [34] 杨航.政务客户端的现状、问题和发展策略探讨[J].重庆行政, 2020, 21(01):44-46.
- [35] 赵悦辰.新媒体时代海关文化传播的特征, 问题及引导[J].金华职业技术学院

- 学报, 2020, 20(5):73-77.
- [36] 曲家谊, 冯新惠, 杨丽娟.基层政务新媒体的优化运营探究[J].新闻研究导刊, 2022, 13(5):112-114.
- [37] 赵玲霞.清远市政务微信发展现状及问题探究[J].城市党报研究, 2020(10):5.
- [38] 唐娜, 朱芳.“新闻+”视域下主流媒体与政务新媒体的融合传播建构[J].新闻世界, 2022, 380(12):20-23.
- [39] 龙凯凤.浅析地市级政务新媒体的困境与出路——以丽江市政务新媒体为例[J].新闻前哨, 2022, 353(22):34-35.
- [40] 赵新彬.新媒体时代公安机关“互联网+政务服务”能力提升研究[J].山东警察学院学报, 2018, 30(5):7.
- [41] 黄宇斐.基于新公共服务理论浅析政务新媒体建设[J].新闻研究导刊, 2020, 11(3):3.
- [42] 林闽钢.新时期政务新媒体发展思考[J].新媒体研究, 2018, 4(2): 67-69.
- [43] 马雪杰.基层政务新媒体的发展现状及对策研究——以陕西省, 市及以下政务新媒体为例[J].山西青年, 2020, 000(009):92-93.
- [44] 张磊.新传播格局下政务新媒体受众参与及提升途径[J].政务新媒体, 2021(11):2.
- [45] 高玮.公安政务新媒体话语传播探微[J].声屏世界, 2020(12):3.
- [46] 陶青.政务新媒体发展现状, 存在问题及能力提升研究[J].新闻研究导刊, 2020, 11(17):2.
- [47] 巩硕.用户体验视角下政务新媒体发展路径探究[J].政务新媒体, 2022, 440(23):6-8.
- [48] 屈斯薇.政务新媒体传播存在的问题及对策[J].中国报业, 2022, 551(22):42-43.
- [49] 罗郑雅, 唐有志.我国政务新媒体矩阵存在的问题及对策研究[J].齐齐哈尔大学学报(哲学社会科学版), 2022, 306(08):72-75.
- [50] 王金雪, 姚鹏.智能时代政务媒体的角色定位与传播价值重构[J].新闻世界, 2021(10):15-18.
- [51] 靳瑜.基于微信、微博探析新媒体用户行为差异[J].传媒论坛, 2019, 2(13):43.

- [52] 政务微博微信运维服务中心[J].决策,2023(01):77.
- [53] 陈霄,路雄英.关于政务微信公众号的运营实践——以“浙江自然资源”微信公众号为例[J].浙江国土资源,2022(11):33-34.
- [54] Denhardt R B. Toward a critical theory of public organization[J]. Public Administration Review, 1981, 41(6): 628-635.
- [55] Osborne S P. Public management research over the decades: what are we writing about?[J]. Public Management Review, 2017, 19(2): 109-113.
- [56] Kooiman J. Social-political governance: overview, reflections and design[J]. Public Management an international journal of research and theory, 1999, 1(1): 67-92.
- [57] 高福安. 话语, 国家形象与对外宣传: 以“中国崛起”话语为例[J]. 国际论坛, 2018 (1) : 79.
- [58] Moodie A R. Australia: the healthiest country by 2020[J]. Medical journal of Australia, 2008, 189(10): 588-590.
- [59] Watanabe H. The Kennedy Administration and Project Apollo[J]. Osaka University law review, 2009 (56): 31-48.
- [60] Hallams E. Digital diplomacy: the internet, the battle for ideas & US foreign policy[J]. CEU Political Science Journal, 2010 (04): 538-574.
- [61] Lin H C. How political candidates' use of Facebook relates to the election outcomes[J]. International Journal of Market Research, 2017, 59(1): 77-96.
- [62] 付马.浅析政务微博与政府形象建设[J].鸡西大学学报, 2013, 13(12):38-40.
- [63] 冯夏楠.民族地区政务新媒体公共传播的特点分析——以“问政银川”政务微博平台为例[J].政务新媒体, 2021, 416(23):4-5+8.
- [64] 沈国麟, 戴雯斌.中国政府网络回应机制创新研究——基于问政银川微博矩阵的考察[J].新闻大学, 2021, 188(12):64-76+123.
- [65] 蒋晓雁.“十三五”时期浙江数字经济发展情况[J].统计科学与实践, 2021, 436(02):31-32+40.[1].
- [66] 政务微博微信运维服务中心[J].决策,2023(01):77.
- [67] 陈霄,路雄英.关于政务微信公众号的运营实践——以“浙江自然资源”微信公

- 众号为例[J].浙江国土资源,2022(11):33-34.
- [68] 邓雯,徐晓林,陈涛,杨奕.智慧城市信息共享与使用中的政务新媒体研究——基于开放政府的视角[J].电子政务,2018(10):87-98.
- [69] 珞佳.管好用好“指尖上的网上政府”——专访南京师范大学靖鸣教授[J].群众,2019(06):57-59.
- [70] 付伊.<政务新媒体语言表达模式建构研究>出版[J].当代修辞学,2020,(06):5.
- [71] 国务院办公厅关于推进政务新媒体健康有序发展的意见[J].中华人民共和国国务院公报,2019,(01):46-49.
- [72] 黄健.从“苏州发布”看政务微信号运营之道[J].新闻战线,2019(23):84-85.

## 附录

### 民众对江苏省政务新媒体评价的调查问卷

您好！本问卷是为研究江苏省政务新媒体的发展建设现状所进行的，其调研结果仅作为本人学术研究使用，不会用于其他方面，此次问卷也仅供本次调查使用，不会作为对任何单位、个人评价的依据，因此麻烦您实事求是地填写您的真实想法，不要受到其他干扰。谢谢！

#### 一、基本情况调查

1.您的性别是？

A.男              B.女

2.您的年龄是？

A.16 周岁以下    B.16-28 周岁    C.28-40 周岁

D.40-55 周岁    E.55 周岁以上

3.您的职业是？

A.企业单位人员    B.党政单位人员    C.事业单位人员

D.自由或流动职业者    E.离退休人员    F 在校学生

G.无业者    H.其他

4.您的最高学历是？

A.小学及以下              B.初中              C.高中/中专/职高

D.本科/专科              E.硕士及以上

5.您对于政务新媒体的了解、关注程度如何是？

A.了解并关注 B.了解但不太关注 C.完全不了解不关注（问卷结束）

#### 二、江苏省政务新媒体使用及评价调查

本部分是为了了解您对目前江苏省政务新媒体的使用情况与评价，请您按照实际情况如实填写，评价共分为五个级别，“1 分”指“非常不好”“2 分”指“较不好”“3 分”指“一般”“4 分”指“较好”“5 分”指非常好。

6.您是否通过政务新媒体获取过您想要的信息？

A.是 B.否（请跳至第三部分）

- 7.您所关注的本地政务新媒体有多少个?
- A.没有关注 B.1-5个 C.6-10个 D.10个以上
- 8.您是否有将某个或多个政务新媒体设置为特别关注?
- A.是 B.否
- 9.您目前经常通过哪些渠道获取信息? (可多选)
- A.政府网站 B.政务微博 C.微信公众号(企业号) D.移动客户端
- E.报纸杂志 F.电台电视台
- 10.您对江苏省政务新媒体发布内容的价值性如何评价?
- ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5
- 11.您对江苏省政务新媒体推送内容的实用性如何评价?
- ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5
- 12.您对江苏省政务新媒体更新内容的针对性如何评价?
- ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5
- 13.您是否使用过江苏省政务新媒体的政务服务功能?
- A.是 B.否(请跳至第四部分)
- 14.您认为目前最便利快捷的业务办理渠道是什么? (单选)
- A.现场办理 B.政务网站办理 C.微信公众号(含小程序)办理
- D.移动客户端办理
- 15.您对江苏省政务新媒体解决民生诉求的有效性如何评价?
- ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5
16. 您对江苏省政务新媒体平台的稳定性如何评价?
- ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5
17. 您对江苏省政务新媒体所提供的服务其完善程度如何评价?
- ☐1 ☐2 ☐3 ☐4 ☐5
- 18.您是否使用过江苏省政务新媒体平台的政务互动功能?
- A.是 B.否(结束)
- 19.您认为目前的互动沟通渠道中最便利的是? (单选)
- A.现场沟通 B.政务网站 C.微信公众号(含小程序) D.移动客户端
- 20.您希望本市的政务新媒体可以进行哪些功能的升级?