**目 录**

[摘要 I](#_Toc86964944)

[Abstract II](#_Toc86964945)

[第一章 绪论 1](#_Toc86964946)

[1.1 选题背景与研究意义 1](#_Toc86964947)

[1.1.1 选题背景 1](#_Toc86964948)

[1.1.2 研究意义 1](#_Toc86964949)

[1.2 国内外研究现状文献综述 2](#_Toc86964950)

[1.2.1 国外研究现状 3](#_Toc86964951)

[1.2.2 国内研究现状 5](#_Toc86964952)

[1.3 研究内容与研究方法 7](#_Toc86964953)

[1.3.1 研究内容 7](#_Toc86964954)

[1.3.2 研究方法 8](#_Toc86964955)

[1.4 论文主要创新点 8](#_Toc86964956)

[1.5 技术路线 8](#_Toc86964957)

[第二章 政务新媒体相关概念与理论基础 10](#_Toc86964958)

[2.1 政务新媒体 10](#_Toc86964959)

[2.1.1 政务新媒体含义 10](#_Toc86964960)

[2.2.2 政务新媒体的类型 10](#_Toc86964961)

[2.1.3 政务新媒体的特点 13](#_Toc86964962)

[2.1.4 政务新媒体功能定位 13](#_Toc86964963)

[2.2 理论基础 14](#_Toc86964964)

[2.2.1 智慧政府理论 14](#_Toc86964965)

[2.2.2 新公共服务理论 14](#_Toc86964966)

[2.2.3 公共治理理论 14](#_Toc86964967)

[2.3 本章小结 15](#_Toc86964968)

[第三章 江苏省政务新媒体服务发展现状与问题 16](#_Toc86964969)

[3.1 江苏省政务新媒体发展现状 16](#_Toc86964970)

[3.1.1 政务新媒体建设情况 16](#_Toc86964971)

[3.1.2 政务微博应用情况 16](#_Toc86964972)

[3.1.3 政务微信应用情况 18](#_Toc86964973)

[3.1.4 政务抖音应用情况 19](#_Toc86964974)

[3.2 江苏省政务新媒体服务发展存在的问题 20](#_Toc86964975)

[3.2.1 新媒体发展的全局观念不强 20](#_Toc86964976)

[3.2.2 内容功能同质化严重，原创能力欠佳 20](#_Toc86964977)

[3.2.3 新媒体平台运营水平偏低，内容更新不及时 21](#_Toc86964978)

[3.2.4 双向互动交流不足 22](#_Toc86964979)

[3.3 江苏省政务新媒体服务发展存在的问题的原因 23](#_Toc86964980)

[3.3.1 平台建设不精简 23](#_Toc86964981)

[3.3.2 主动服务意识不强 23](#_Toc86964982)

[3.3.3 缺乏系统性监管 24](#_Toc86964983)

[3.3.4 新媒体运营和管理人才缺乏 24](#_Toc86964984)

[3.4 本章小结 25](#_Toc86964985)

[第四章 国内外政务新媒体服务发展经验借鉴与启示 26](#_Toc86964986)

[4.1 国外政务新媒体服务发展的主要做法与经验借鉴 26](#_Toc86964987)

[4.1.1 美国——着力实现政府与群众之间的互动 26](#_Toc86964988)

[4.1.2 英国——注重政务新媒体规范化建设 26](#_Toc86964989)

[4.1.3 澳大利亚——多元化政务新媒体平台的搭建 27](#_Toc86964990)

[4.1.4 国外经验对我国地方政务新媒体运作的启示 27](#_Toc86964991)

[4.2 国内政务新媒体服务发展的主要做法与经验借鉴 28](#_Toc86964992)

[4.2.1 杭州——数字浙江2.0建设 28](#_Toc86964993)

[4.2.2 宁夏——银川开展双向互动 29](#_Toc86964994)

[4.2.3 湖南——湖南云共建共享机制 29](#_Toc86964995)

[4.2.4 国内经验对我国地方政务新媒体运作的启示 30](#_Toc86964996)

[4.3 国内外政务新媒体服务的应用经验借鉴与启示 31](#_Toc86964997)

[4.3.1 改变传统观念 31](#_Toc86964998)

[4.3.2 强化平台管理，重视用户感受 31](#_Toc86964999)

[4.3.3 加强互动交流，优化服务内容 31](#_Toc86965000)

[4.3.4 完善相关法律法规 32](#_Toc86965001)

[4.4 本章小结 32](#_Toc86965002)

[第五章 推进江苏省政务新媒体发展改革的对策 33](#_Toc86965003)

[5.1 积极做好全媒体战略布局 33](#_Toc86965004)

[5.1.1 传播形态与内容的新媒体化 33](#_Toc86965005)

[5.1.2 资源分配与组织结构的新媒体化 33](#_Toc86965006)

[5.2 提升政务新媒体服务管理水平和运用能力 33](#_Toc86965007)

[5.2.1 出台相关管理条例，引导政务平台健康发展 33](#_Toc86965008)

[5.2.2 建立通畅便捷的信息交流渠道，丰富和完善服务功能 34](#_Toc86965009)

[5.2.3 提升平台的互动质量和效率 34](#_Toc86965010)

[5.3 重视运营管理，加强政务新媒体人才建设 35](#_Toc86965011)

[5.3.1 加强监督管理 35](#_Toc86965012)

[5.3.2 加强新媒体复合型人才培养和引进 36](#_Toc86965013)

[5.3.3 做好宣传推广，突出内容的地方特色和原创性 36](#_Toc86965014)

[5.3.4 加强政务新媒体考核评价 37](#_Toc86965015)

[5.4 本章小结 37](#_Toc86965016)

[第六章 研究结论与展望 38](#_Toc86965017)

[6.1 研究结论 38](#_Toc86965018)

[6.2 研究展望 39](#_Toc86965019)

[参考文献 40](#_Toc86965020)

**摘要**

自党的十九届五中全会以来，“加强数字社会、数字政府建设”“推动政务服务标准化、规范化、便利化”已成为政务服务的重点。互联网政府服务是指通过以数字政府建设为出发点，推动数字政府的建设，切实的落实为民服务的目标。但随着政务新媒体建设的不断落地，其所暴露出来的问题也愈发普遍。

基于上述背景，为了能够建立和推动政务新媒体健康稳定的发展，本文从新媒体的视角出发，依托公共治理理论、新公共管理理论和社会治理理论等相关理论的研究，通过文献研究法、案例分析和比较分析法等多种研究方法对当前政务新媒体的发展现状进行研究，发现当前江苏省是各省市中政务新媒体发展相对较快的省市，但是依然存在一些较为突出的问题，比如：关于新媒体战略布局观念和意识不强、相关的监督和考核的制度和政策还相对不健全、相关专业的人才队伍不足，政务新媒体的平台定位还存在一定偏差等等问题。为了能够更好的针对江苏省政务新媒体发展建设问题提出针对性改革对策，通过汲取国内外先进的经验，比如国外英国、美国等发达国家的经验中去加强与群众之间的沟通，缩短与群众之间的距离；国内如宁夏银川政务微博不断开拓自己新的领域，湖南省湖南云共享共建机制等，从中得出有益的启示，应该大力去宣传和建立政务新媒体的共治共享机制，提高政务新媒体的运营水平，提高人民群众对政务新媒体的认识和认可程度，要全面推进政务新媒体健康有序发展，高度重视专业高端人才的培养与引进等。在此基础上，结合江苏省政务新媒体发展存在的问题的分析情况，制定有针对性和可实施的对策，主要包括做好新媒体整体上的战略布局，强化新媒体的监督和考核机制，提升政务新媒体服务管理水平与政务新媒体运营管理水平等，为江苏省建设服务型政府提供有力支撑。

**关键词：数字政府；政务新媒体；运营管理；管理问题**

**Abstract**

Since the Fifth Plenary Session of the 19th Central Committee of the Communist Party of China, "strengthening the construction of a digital society and digital government" and "promoting the standardization, standardization and facilitation of government services" have become the focus of government services. Networked government service refers to promoting the construction of digital government by taking the construction of digital government as the starting point, and practically implementing the goal of serving the people. However, with the continuous implementation of the construction of new government media, the problems exposed by it have become more and more common.

Based on the above background, in order to establish and promote the healthy and stable development of new government media, this paper starts from the perspective of new media, relies on the research of related theories such as public governance theory, new public management theory and social governance theory, through literature research method, case analysis And comparative analysis method and other research methods to study the current development status of government new media, it is found that Jiangsu Province is currently the province and city with relatively fast development of government new media among the provinces and cities, but there are still some prominent problems, such as: The concept and awareness of the strategic layout of new media are not strong, the relevant supervision and assessment systems and policies are still relatively unsound, the talent team of relevant majors is insufficient, and there are still certain deviations in the platform positioning of new government media. In order to better put forward targeted reform measures for the development and construction of new media in government affairs in Jiangsu Province, we should strengthen communication with the public by drawing on advanced experience at home and abroad, such as the experience of developed countries such as the United Kingdom and the United States, and shorten and The distance between people; domestic such as Ningxia, Yinchuan, government affairs microblog, constantly open up new fields, Hunan province, Hunan cloud sharing and co-construction mechanism, etc., from which useful inspirations can be drawn, we should vigorously promote and establish the co-governance and sharing of new government affairs media mechanism, improve the operation level of new government media, improve the people's understanding and recognition of new government media, comprehensively promote the healthy and orderly development of new government media, and attach great importance to the training and introduction of professional high-end talents. On this basis, combined with the analysis of the problems existing in the development of new media in government affairs in Jiangsu Province, we will formulate targeted and implementable countermeasures, mainly including doing a good job in the overall strategic layout of new media, and strengthening the supervision and assessment mechanism of new media. Improve the service management level of government new media and the operation and management level of government new media, etc., to provide strong support for Jiangsu Province to build a service-oriented government.

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

**第一章 绪论**

**1.1 选题背景与研究意义**

**1.1.1 选题背景**

国务院发布《关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》中已明确，到2022年，各级政府需要明确建设政务新媒体相关职责，强化政务新媒体发展措施的关于政务新媒体的发展基本原则和发展目标。在意见中已经明确要求政务新媒体作为各级政府去强化社会治理，提高当前社会治理的综合水平。

我国新媒体应用智能化水平显著提升，应用场景更加丰富，对社会生产生活的嵌入、渗透与影响更加深刻，新媒体社会服务能力显著增强，新媒体作为推进国家治理体系和治理能力现代化重要抓手的角色更加突出。[[1]](#footnote-0)

江苏省响应国家政务新媒体改革的目标，从江苏省群众实际需求出发，大力促进政务服务与互联网相结合。江苏各地区政府的政务新媒体建设工作进行都很顺利，比如：政务微博、政务微信、政务 APP 和政务抖音等官方账号的相继注册，形式多样。到目前为止，各级政府政务新媒体的账号的数量呈现持续增长的态势。政务新媒体作为一种新型的政务工具，是有效连接着政府和人民群众的工具，改变了传统的政府传播方式，由单向的传播变成了双向的沟通。

但是，从 2020 和 2021 年三季度政务新媒体检查的情况来看，目前江苏省政务新媒体存在的主要问题仍表现内容更新不及时，未提供有效互动功能，功能无法使用等。政务新媒体整体活跃度有所提升，政务新媒体迅速发展的同时，在运营方面也面临许多问题。个别政务新媒体对发布内容未做审核，不重视新媒体的备案工作。本该传递的政务信息和为大众提供的政务服务因此滞后，不专业，阻碍了地方政府政务服务建设的发展。

因此，政府应该重视建设完善的政务新媒体机制，各级政府机构更应坚守住政务新媒体的核心价值路径——“倾听-对话-服务”，让新媒体真正发挥效用。

**1.1.2 研究意义**

经过近些年的发展，政务新媒体已经成为公众日常生活中不可或缺的一部 分。截至 2021 年 12 月，江苏省共开设了政务新媒体3544个，按开设主题划分：省级119个，区市政府以及其部门1191个，县以及所属街道2234个。按类型划分：微信2506个，微博676个，移动客户端63个，其他类型299个。[[2]](#footnote-1)政务新媒体促进了政府与人民之间的交流，也拉近了彼此之间的距离。有了人民的监督，政府部门的工作效率也得到了很大的提升。因此，加大对政务新媒体建设研究势在必行，其不仅具有理论意义还具有实践意义。

**（1）理论意义**

政务新媒体是当下政府服务治理，政府转型的重要手段，相关的理论和应用仍需要投入大精力去研究和分析，尤其是对特定地区的研究，还比较稀少。能够针对性对某个具体城市政务新媒体发展建设提出发展策略和建议相对较少。本文通过梳理现有的政务新媒体理论，根据智慧政府理论、新公共管理理论和公共治理理论对从概念上定义了政务新媒体，选取了具有标杆性的典型案例进行分析与总结，对地方政府在新媒体平台的政务服务建设工作进行描述，并在新媒体平台下政务服务建设体系方面提出建议优化措施，并通过对比外国国家的优秀案例，借鉴国内优秀政务新媒体经验，提出一些政务新媒体建设发展对策。本文的研究成果将为促进江苏省建设服务型政府，数字政府，透过新媒体提高人民对政府的满意度提供一定程度的理论依据和实践应用。

**（2）现实意义**

政府新媒体虽然发展迅速，但地方政府在如何建设一个”倾听-对话-服务”政务新媒体还存在一些在摸索建设过程中会不可避免地出现各种问题。因此，政务新媒体研究长期建设，以便能够为社会治理提供全新的实施路径，为政务新媒体能够更好地在政务服务中发挥作用提出优化建议，具有较重要的现实意义。

首先，政务新媒体提供了一个群众向政府反馈问题的一个渠道，政府多了一个倾听群众声音的一个重要平台，互相倾听诉求，了解双方需求，极大的拉近了政府-群众关系。

其次，政务新媒体可以通过网络进行双向互动，群众和政务可以进行直接对话。由于网络信息传播的及时性和广阔性，当产生突发性事件时，面对谣言和煽动性言论，政务新媒体可以第一时间发布消息澄清谣言，进而引导社会舆论，排除公众焦虑和恐慌，达到安抚群众稳定民心的效果。群众通过网络可以提出自己的建议，群众参与政府服务建设进展，互相监督，群众更愿意相信政府。

最后，在互联网+时代，信息的获取尤为重要。政务新媒体作为一种信息传递平台，所提供的信息天然具有权威性，精准性。提供政务服务是建设政务新媒体的核心任务。在新媒体平台上进行政务服务一方面将各个部门的资源整合，信息传递更精准高效，同时可以利用互联网特性提供政务服务，使得公众办事能够更加便捷，行政效率也会大大提高。另一方面能让更多群众看到权威的信息，提高了政务的透明度也让群众站在监督者的角度，帮助提高政府工作效率。

**1.2 国内外研究现状文献综述**

不仅仅是中国，国外许多国家也通过对政务新媒体的建设，提高与群众之间的沟通和交流互动，以此来提高政府的社会治理水平。尽管形式上略有差异，但国内外政务新媒体还是有很多相同点。国外注重建设政府社交媒体。他们主要通过Facebook、Twitter 等社交媒体搭建与公众沟通的桥梁，通过社交媒体发布政治动态，让公众参与讨论。

**1.2.1 国外研究现状**

**（1）政务新媒体发展理论相关研究**

国外专家学者 Mergel （2019）当前政务新媒体正在从早期的尝试阶段－摸索建立制度阶段－规则化、制度化阶段，从目前来看当前政务新媒体正从无序的运行阶段转变成规则化的阶段[1] 。美国学者RalfKlischewski（2019）政务新媒体的核心的环节应该需要充分的去打通政民交互式沟通和渠道，基于此相关配套的政策应完备，确保能够满足和适应当前政务新媒体的发展趋势[2]。Wu（2019）等认为交流对于政务落实来说至关重要，而新媒体为此提供了一个很好的渠道。只有当政策更好地被大众理解之后他们才会更加信任政府，同时，双向交流也有助于政府了解大众的需求，为政策的完善和改进做出努力[3] ；Ferro（2018）等人发现，公众对政务新媒体表现出了更高的积极性，他们更愿意通过新媒体与政府人员交流互动，参与公共政策。也有学者通过研究发现公众的信任度与参与政务新媒体的频率是呈正相关的[4]。

**（2）政务新媒体政策相关研究**

John C Bertot （2021）认为政务新媒体的政策的制定应该主要从两个维度上去发展和延伸，一方面从政策工具上去发展，另一方面从政策目标价值上去延伸，而当前的政务新媒体还主要是从政策工具上去着手建设，存在明显的不足之处。基于此， 对如何进一步完善政务新媒体政策提出建议[5] 。M．Yietal（2018）认为政务新媒体政策的制定动因、主要内容维度与构成的要素是当前政务新媒体政策制定的几个关键的要素，随着政务新媒体的发展，应该确保完备的政策制度去支撑着当前政务新媒体的发展[6]。瑞典学者克朗 M.Klang（2017）研究了二十六项关于政务新媒体的政策，他发现政府发布的政策具有一致性，更多的是关注管理和制度层面上的内容，而对于政民互动运行机制相关的制度来说则相对较弱[7]。

**（3）政务新媒体存在的问题研究**

在政府方面，Sáez Martín（2018）研究了欧洲政府官方发布在推特上的信息，并得出结论，政府的财务情况越好，推特账号越活跃，通过推特发布政务信息对社会治理越能起到正面的效果[8] 。M.Gasco （2017）认为从决策者的角度 来看，应该采取相应的举措或者工具去提取关于政务新媒体上人们对于政务服务的看法的好与坏，这样才能最大程度上去提高政府的政务新媒体的工具的应用和从整体上去提高政府的政务服务水平[ 9]。Graeme burton（2018）认为，尽管媒体拥有一定的独立性，但仍旧需要注意政府的权力限制。由于政务信息的发布者是政府部门，具有天然的权威性和政府权力，媒体应该带着互惠互利的心态，与政府合作，媒体报道在西方国家看来是非常重要的，政府形象是由媒体表现给大家的，想要树立良好的政府形象，应该注重与媒体的关系[ 10] 。Golan Guy （2019）在公共外交文献中考察了政府通过中介渠道参与外国受众的情况。学者们研究了全球新闻媒体报道中所反映的全球竞争在对手之间的推广和竞争[ 11] 。

其次，从公众层面来看，MD.Guillamon (2017) 等人调查了在意大利和西班牙地区的两百多个地方政府，发现公民在网络上参与当地政策频率高的，当地政府基本上都是在社交媒体上发布信息，且居民的平均收入和人口量都较高[12] 。Sergio Picazo(2016)通过调查访问墨西哥城市公共部门的工作人员，由于公众的政治素养较低，政治参与一眼也较低，他们大多不愿意与政府部门人员交流，而政府部门也不愿意将信息透明化，大众的知情权并没有得到充分的保障。[13] 。Greeves B(2016) 等人以澳大利亚政府为研究对象，发现了澳大利亚政务新媒体会受到技术、组织等因素的影响 [ 14]。

**（4）政务新媒体发展对策研究**

目前，各国针对政务新媒体的使用出台相应的制度，如美国制定了《政府社会化媒体手册》，英国编写了《政府部门推特战略指引》等等。政府在制定政策时，必须基于公众的需要和期望，从而去制定相关指导方针。

在组织层面，JI.Criado(2017)等学者以西班牙政府的政务新媒体为研究对象， 分析了该国政府政务新媒体成功的原因，并从组织的层面提出了一些优化建议， 如何促进行政机构的协调性、社会性等[15] 。John Carlo Bertot，Paul T (2018)等学者认为在社交媒体的支持下，公众能有更多机会与政府交流，在这种前提下，社会治理能有更多途径来实现[16]。

在政务新媒体自身建设的方面，Yi M， Oh S G ， Kim S （2017）研究了苏南地区十四个地方政府政务新媒体的参与性，并分析得出，政务新媒体的服务越细致，服务能力越高，公众越愿意参与公共政务，公众的参与度也一定程度上反映了政务新媒体的服务能力和发展优劣[17]。

在政务新媒体影响评估标准方面，政务新媒体的评估体系是当前国外学者研究重点。目前，John Carlo Bertot，Paul T(2018)认为各国政务新媒体影响力评估主要是采用定量的方法，对不同机构新媒体账户的粉丝数、发布数、转发获赞数等方面进行定量统计排名，而这些定量的数据指标并不能全面地反映出政务新媒体在社会治理方面的综合影响力[18]。Victor Belclcers （2017）以荷兰为例，发现社交媒体能在突发事件出现时快速反应，及时进行舆论监督和新闻报道，加速正确信息的传播，对于突发事件处理有很大的帮助。同时，政务新媒体也是对政府政务管理的一种方式创新[19]。

**1.2.2 国内研究现状**

**（1）政务新媒体发展研究**

2011年政务微博第一次出现，国内也掀起了有关政务新媒体的研究热潮。到现在，有关政务新媒体的研究已经持续了十年，学者们对政务新媒体的定义也越来越完善。王山（2019）认为当前的政府的社会化管理正从 “数字化政府”向“智慧化政府”进行转变，随着这种转变，在转变 过程中也会出现相关的问题影响着政府的社会化管理的结果[20] 。左志新（2021） 指出数字经济成为构建新发展格局重要推动力，数字治理持续推动社会治理变革，新媒体助力乡村振兴，城市形象新媒体传播方式方法不断创新，互联网头部企业纷纷入局本地生活赛道，数字生活新服务成为发展热门等一系列新媒体发展规划[21] 。王灵桂（2021）认为，政务新媒体坚持问题导向，深入研究新媒体发展规律方向，贯彻总体国家安全观，统筹新媒体发展和安全，是坚持守正创新，用主流价值导向驾驭“算法”，把握时代脉搏，推动基础研究和应用对策研究融合发展[22]。

**（2）政务新媒体建设相关理论研究**

国内专家学者陈建华（2017）认为，传统的以广播、电视和报纸为主体的媒体工具正在慢慢被新媒体所取代，比如：微博、微信、抖音等等政务新媒体工具，新媒体工具的使用是以数字化技术为基础，具备快速、便捷和个性化的优势[23]。陈晓蓉（2018）认为，当资源集中到一处，为公众提供的政务服务会变得更加丰富，公众使用起来也会更加便捷。就比如留言板功能，线上的留言板打破了时间空间的距离，实际为老板姓反映问题提供了地方。结合线下零距离的互动这是政务新媒体在当下社会环境下新的表现形式[24] 。赵璐璐（2019）指出，突发事件最能够考验政务新媒体的运营能力，在突发事件中，消息的及时性尤为重要，面临舆情的形成，能够将各个新媒体平台融合起来，相互配合，与意见领袖一起控制舆情走向，引导社会正确价值观，是考验政务新媒体是否成功的重要因素[25] 。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，举办活动与受众互动为主，充分发挥新媒体平台给大众带来便利，打造人民满意的政府[26] 。王建华（2020）在《政务新媒体语言表达模式建构研究》提出政务新媒体语言应用本质上是一种网络时代的语用交际，可通过语用学的理论方法来加以研究，并且提出借助大数据和多模态来建构政务新媒体的语言表达模式大有可为[27]。

**（3）政务新媒体建设存在的问题研究**

廖洪兰（2016）认为随着政务新媒体的推广与应用，其在各地区包含内容和功能上呈现出的不均衡性的问题突出，具体表现在没有充分去发挥政务媒体工具的“政务性”、“创新性”、“传播性”和“互动性”上的问题[28] 。安冰（2017）认为当前我国各地区的政务新媒体的使用和发展不一，并且共性问题相对较多，比如用户的使用不足、政民互动交流较少、相关的技术服务跟不上等相关问题[29]。杜小峥（2016）指出当前的政务新媒体还不能灵活运用新媒体平台的特性，与各个新媒体平台灵活互动，在服务内容方面仍显呆板，也不能积极主动运营建设账号，寻求进步。在塑造积极的政府形象、扩大政府影响力方面还需做出改善。谭云明认为在当前环境下，各个政府部门仍旧只专注自己的建设，并没有做到相互协作，互通共联。这导致了信息交流堵塞。在缺少大局观的情况下，服务不能做到位，政府建设也面临着瓶颈[30] 。马得勇，孙梦欣（2019）采用实证研究的方法，新媒体从一定程度上能够提升政府的公信力和政府在处理政务上的公开性和透明性，政府的公信力的提升与政府的公关能力和沟通技巧息息相关，目前还存在很大的不确定性[31]。王宇澄，薛可（2020）认为政务新媒体特别是政务客户端在发展过程中仍然存在重复建设、一政多端、政务服务和互动功能开发不足等短板[32]。

**（4）政务新媒体发展对策研究**

王丹，张雅丽（2016）认为当前我国社会治理的最核心的任务应该从以下几个方面来进行考虑：第一如何去协调社会关系？第二如何去维护公平正义？第三如何去化解社会矛盾？第四如何促进社会稳定？等几个方面。创新型的社会治理能够促进经济的发展和社会的稳定。政府部门在社会治理的过程中，应充分地利用好政务新媒体工具，在舆论兴起的时候，及时通过更新信息，控制舆论走向，积极与民众交流，增加自己的亲和性。在新媒体环境下，联合社会组织与群众的共同的力量，进行社会治理。三者相互合作，协调共进[33-34] 。林闽钢（2018）认为社会协同决定了社会治理的好坏。只有当个人、社会组织、政府三者都参与其中，共同融合，才能有一个良好的社会环境。在当下的社会背景下，各个主体之间的阶级关系逐渐被淡化，取而代之的是合作关系[35]。马雪杰（2020）提出政务新媒体要将内容创新，精准定位个性化传播，建设专业的政务新媒体团队，利用政务新媒体互动和服务特点来正确引导舆论，提高传播力和影响力[36]。张磊 （2021）提出，政务新媒体的定位不仅是“政府事务”，而且还需要根据本单位所服务的对象和自身情况进行细化，并借助先进的大数据技术准确定位受众，从而促进政务工作由传统的政府供给导向向大众需求导向的转变。[37]。

**1.2.3 研究评述与启示**

通过国内外研究现状可以看出，国外学者对于有着比较丰富的研究经验，和较为完善的理论基础，并且由于研究的时间较早，在不同的时代和经济条件都有进行实践调研。国内的政务新媒体主要集中于其发展现状的研究和完善策略上。国内学者会更加有针对性地去研究政务新媒体在服务方面的功能发挥问题，如舆论引导是否正确、网络问政是否及时、信息公开程度是否达标、公共服务是否有效等。

但是目前的研究也有可完善的地方，比如目前研究缺少整体性的研究，当前给出的应对措施也只是比较单一的，有针对性的措施，并不能运用到整体的方面。政务新媒体想要解决社会治理中政务信息传播的总体问题、强化公共服务供给、完善化解社会矛盾机制，还必须从大局角度出发对政务新媒体进行研究分析。

**1.3 研究内容与研究方法**

**1.3.1 研究内容**

第一章的绪论，包括研究背景、意义、国内外关于政务新媒体和政务服务建设的研究现状、研究方法和技术路线，为研究整体提供支撑和参考，奠定基础。

第二章为政务新媒体概述和政务服务改革理论分析，主要通过理论层面去明确政务新媒体和政务服务改革的具体含义、特点及内容，另外通过对政务新媒体参与政务服务改革契合度进行分析，明确本课题的研究价值和方向。

第三章为江苏省政务新媒体发展现状研究，从整体发展现状出发，结合部分政务样本分析，考察公众对政务新媒体的满意程度，分析江苏省政务新媒体的现存问题及内在原因。

第四章为国内外优秀政务新媒体案例经验研究，通过从国内外发展较好的政务新媒体前台运营和后台管理两个方面进行分析，总结其成功经验，进而通过对比差距为江苏省政务新媒体的发展提供参考。

第五章为政府部门运用政务新媒体发展建设改革的建议，从江苏省政务新媒体出发，结合研究成果，为政府部门运用政务新媒体服务提出合理化建议。

第六章结论与展望，对本次研究成果进行总结展望。

**1.3.2 研究方法**

（1）文献研究法

本文以考察分析公开的中央、国务院、省、市相关文件及文献资料、期刊资料为主要方法，通过知网检索、下载、阅读相关文献，综合整理后对社会治理视角下基层政务新媒体的运用进行综合分析，为深入研究做必要理论准备。

（2）比较分析法

通过对比优秀政务媒体与政务新媒体的发展进程，总结该如何正确定位政务新媒体，通过确认政务新媒体的角色目标改善政务新媒体的服务工作，提高公众的满意度，满足公众的需求。

（3）案例分析法

本文国外以美国，英国和澳大利亚，国内以浙江，宁夏和湖南的优秀政务新媒体案例进行分析，从中借鉴相关经验，优化江苏省政务服务建设。

**1.4 论文主要创新点**

本文以江苏省政务新媒体为研究对象，依托公共治理理论和新公共管理理论和社会治理理论等相关理论的研究，通过文献研究、案例分析和比较分析法等多种研究方法对当前政务新媒体的发展现状进行研究，通过当前江苏省政务新媒体建设和发展的现状进行描述，发现江苏省政务新媒体的建设存在的问题，与此同时借鉴国内外一些优秀政务新媒体发展经验，提出提高江苏省政务新媒体发展对策，去进一步弥补江苏省政务新媒体中发展中存在的不足。

可以为今后的其他省市政务新媒体建设和发展积累经验，也可以为后续其他省市政务新媒体发展共性问题制定对策提供依据，为其他省市政务新媒体发展提供有效参考。

**1.5 技术路线**



图1-1技术路线图

**第二章 政务新媒体相关概念与理论基础**

两个概念构成了当下的政务新媒体。其中“政务”是指行政事务，通常为国家党政机关或相关的工作人员在日常管理中所做出的政务处理。联合国教科文组织所定义的新媒体是指：新媒体是以数字化技术为支撑，通过网络的载体来进行信息的传输和共享[38]。

**2.1 政务新媒体**

**2.1.1 政务新媒体含义**

《关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》中明确表示政务新媒体是指由各级行政机关、承担行政职能的事业单位及机构在微博、微信等第三方平台上开设的政务账号，以及开发的移动客户端等。

政务新媒体根据互联网的快速发展，大量新媒体平台更新，如传统的微博，微信等，又出现一些快速传播的平台如抖音，今日头条等。政府部门紧抓互联网快速发展潮流，坚守住政务新媒体的核心价值路径——“倾听-对话-服务”，利用“互联网+”与政务紧密融合，将政府职能与新媒体平台特征，用户特性结合，建立良好的沟通服务渠道[39]。是加快政府职能转变、建设服务型政府的重要手段。同时引导网络舆论、构建绿色网络空间，这是探索新的社会治理模式，提高社会治理能力的重要途径。

**2.2.2 政务新媒体的概念延申**

随着“互联网+”以及智能设备的发展，形成了以政务微博，政务微信，政务抖音以及政务APP（网站）为主的四大新媒体形式。我国的政务新媒体已朝着内容精细化、中国特色化，服务精准化运营等方向稳步发展[40]。

（1 ）政务微博。微博作为当下热度最高的社交媒体，是大众获取信息的重要途径。政府也能通过微博了解群众关心的事情。在微博上开通官方站号，并发布有关政务的帖子，让大众进行评论，收集大众意见。群众也能通过信息搜索了解更详细的信息，信息的使用效率会变高。政府部门通过及时发布权威信息能够很大程度上引导群众舆论，增加政府的公信力。与公众及时交流，收集公众的反馈意见也能塑造政府的亲民形象。政府的有作为能很大程度上促进社会和谐。截至 2020 年 12 月，政务微博注册号达到 140837 个，具体如图 2- 1 所示。

图2-1政务机构微博数量

截至 2020 年 12 月，我国 31 个省(区、市)均已开通政务机构微博。其中， 河南省各级政存共开通政务机构微博 10130 个，居全国首位；其次为四川省，共开通政务机构微博 9381 个，具体如 2-2 所示。

图2-2部分省市政务机构微博数量

（2）政务微信。微信几乎是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，政府机构决定通过开设微信公众号向公众传递信息。这便是政务微信。不仅如此，政务微信还能通过设置公众号，向大众提供更多政务服务，例如在线预约、在线咨询等，在发展上偏重于政务服务的发展。截至 2020 年 12 月，政务微信头条号注册号达到 82957 个，具体如图 2-3 所示。

图2-3政务头条号数量

截至 2020 年 12 月，我国已经有超过 31 个省市开通了政务头条号，其中山东省作为开通政务头条号的大省，合计共开通了 7874 个政务头条号;另外，有10个省市开通政务头条号数量在 3000 个以上，具体如图 2-4 所示。

图2-4省份政务头条号数量TOP10

政务抖音。 2016年是短视频发展元年，大批短视频流量涌入互联网，政府也应该抓住时代潮流，在新媒体平台上开设账号。政务抖音号开始受到各级政府 部门的追捧，账号发布的内容涉及公共服务、旅游文化、法律等各个方面，截至 2020 年 12 月，我国 31 个省市都相继开设了政务抖音号，总计26098 个。其中，山东开通数量最多共1586 个，具体如图 2-5 所示前十省份政务抖音号数量。

图2-5前十省份政务抖音号数量

**2.2 理论基础**

**2.2.1 新公共服务理论**

在上世纪80年代初，部分外国国家就通过经济学方法和企业管理方法将新公共管理应用于政府管理之中。作为新公共服务理论的核心，公共服务更注重于多元化的社会治理。他们认为，应该将公众放到首位，政府管理本质上是为公众服务的。作为社会主体的公众应该积极参与到政府决策中来，共同努力进行社会治理。在这基础上，将政务服务转移到互联网平台上能够最大限度地让公众以便捷的方式保障自身权益，真正实现以人为本，以公民的需求为第一位。这不仅是表面上的网上政务，更在一定程度上监督政府工作，促进政府改革[41]。

**2.2.2 公共治理理论**

在新公共服务的理论基础上，结合社会现实，公共治理理论被提出。理论表示，公共组织、社会主体和市场主体作为被治理的主体正在逐渐走向多元化。公共治理致力于构建一种立体组织网络，它能使各领域和各层级在保持独立自主的前提下实现立体交叉与自主合作。在合作的核心条件下，以互动的方式，通过共同生产，各个主体秉承公平公正、开放共赢的理念相互协作[42]。

公共治理理论从运作的角度来进行理解，公共治理理论对于转变政府职能、 提高政府人员工作效率、防止官员腐败有很大的意义，同时也提高了群众及其他社会主体的参与度，帮助构建和谐的社会。

**2.2.3 社会治理理论**

早在上世纪90年代，社会治理理论兴起，其核心思想强调以人为本的治理方式，

社会治理理论最早兴起于 20 世纪 90 年代，社会治理是一种以人为本的治理方式,它以各行为主体间的多元合作和主体参与为治理基础,在科学规范的规章制度指引下，可以更好地应对社会问题，促进社会资源合理配置，满足群众合理需求。

根据社会治理理论，沟通和互信是社会治理主体之间达成合作的前提，政务新媒体具有开放性、交互性、平等性等诸多优势，为社会治理主体提供了更为自由、开放的沟通交流的平台，可以进一步释放公众话语权、激发公众活力，促进社会治理的良性互动。同时，提升了群众参与社会治理的积极性，尤其在公共政策的制定过程中，不同的社会治理主体通过政务新媒体参与政策制定，促使政府决策更加民主化、科学化。其中政务微信属于“一对一”服务，信息的传递更加精准，信息的发布更及时。同时政务微信互动私密性高，对话内容不被围观，有效减少了沟通中的噪音，节约了对话的成本，保障沟通的效果，促进社会治理中政民关系的良性互动；政务微博权威可信的优势为号召群众参与社会治理提供了更便利的联系工具和交流场所，成为发动群众的一个重要渠道，形成社会信任，促进社会治理[43]。

**2.3 本章小结**

本章主要从理论层面总结了目前的研究理论基础，并对政务新媒体进行了明确的概念界定，全面理清政务新媒体这一核心点的组成，为下一步的现状、问题、原因和对策等 分析奠定基础； 最后，提出本文应用的理论，其中智慧政府理论、新公共服务理论与公共治理理论所提出的以人为本、建设服务型政府、以企业思维管理政府等观点贯穿全文，这三大理论是全文的理论基础。

**第三章 江苏省政务新媒体建设发展现状与问题**

**3.1 江苏省政务新媒体建设发展现状**

**3.1.1 政务新媒体建设情况**

随着互联网技术的发展，社交平台对于群众生活的影响越来越大，在此情况下，我国政府部门也逐渐开始将政务新媒体的建设纳入国家发展规划中。江苏省对于政务新媒体的建设是非常积极的。目前江苏政务新媒体已经实现省市区三级互联，经统计，江苏省所有政务新媒体总计3760个，其中微信最多，占2702，其次是微博，移动客户端也有一定数量的政务新媒体。

江苏省目前已经形成“两微一端”的政务新媒体局面，全省各政务部门所形成的政务新媒体体系，通过建立集控平台的方式，使建成的新媒体体系能够实现统一管理，从而更好地实现政务新媒体色职能。

**3.1.2 政务微博应用情况**

《2020 年政务指数微博影响力报告》对江苏省内的 13 个地级市政务微博竞争力进行评价，最终评选出 江苏省十大政务微博。前五名分别是@南京发布、@苏州发布、@无锡发布。@宿迁之声、@淮安发布。2020 年，头部账号均能较好地与广 大网友进行有效互动，如@宿迁之声的“#进电影院必须全程佩戴口罩# 你会因此而选择不去电影院观影吗？” ，转评赞合计超过 10 万人次，连云港发布、南通发布和盐城发布分别排在江苏省政务发布微博排行榜后三位，具体如表 3- 1 所示。

表3-1江苏省政务发布微博排行榜TOP10

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 排名 | 微博 | 传播力 | 服务力 | 互动力 | 认同力 | 总分 |
| 1 | 南京发布 | 90.00 | 82.17 | 86.12 | 87.16 | 87.09 |
| 2 | 苏州发布 | 87.83 | 85.11 | 78.03 | 81.53 | 84.07 |
| 3 | 无锡发布 | 83.53 | 85.76 | 71.83 | 78.37 | 80.60 |
| 4 | 宿迁之声 | 80.63 | 80.58 | 65.33 | 77.17 | 76.87 |
| 5 | 淮安发布 | 78.36 | 84.14 | 65.47 | 71.33 | 75.54 |
| 6 | 徐州发布 | 77.78 | 84.96 | 66.44 | 66.80 | 74.75 |
| 7 | 扬州发布 | 75.02 | 85.44 | 64.67 | 58.26 | 71.68 |
| 8 | 连云港发布 | 73.05 | 83.42 | 63.03 | 60.48 | 70.61 |
| 9 | 南通发布 | 73.70 | 72.37 | 59.73 | 58.98 | 67.70 |
| 10 | 盐城发布 | 68.04 | 68.64 | 58.80 | 57.67 | 64.24 |

数据来源：新浪微博

从上表可以看出，目前江苏省在微博社交平台上创建的政务账号，其涉及到多个领域，例如交管部门、旅游部门等。目前江苏省政务微博主要是利用此渠道进行宣传工作。不同部门，其宣传内容不同，宣传部主要进行政策的发布，旅游部门则是通过此方式向全国各地的群众宣传江苏的盛景，公安部门通过此方式来宣传反黑除恶等，气象部门可以利用网络平台及时向群众推送天气状况。

表3-2江苏省各类政务发布微博排行榜TOP20

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 排名 | 微博 | 传播力 | 服务力 | 互动力 | 认同力 | 总分 |
| 1 | 江苏消防 | 81.15 | 89.06 | 71.11 | 77.01 | 79.90 |
| 2 | 江苏微旅游 | 72.73 | 85.27 | 77.40 | 59.64 | 78.63 |
| 3 | 江苏气象 | 76.22 | 87.13 | 66.39 | 62.82 | 78.37 |
| 4 | 江苏共青团 | 77.53 | 84.90 | 70.92 | 76.11 | 77.40 |
| 5 | 平安江苏 | 76.72 | 80.27 | 65.23 | 63.77 | 72.54 |
| 6 | 江苏政法 | 75.58 | 85.56 | 63.72 | 60.54 | 72.70 |
| 7 | 江苏省交通运输局微博 | 74.78 | 74.60 | 62.16 | 55.46 | 70.24 |
| 8 | 微博江苏 | 73.45 | 74.93 | 64.38 | 59.65 | 69.17 |
| 9 | 健康江苏微博 | 72.51 | 67.41 | 75.24 | 56.01 | 68.85 |
| 10 | 江苏教育发布 | 70.14 | 65.27 | 69.28 | 56.20 | 66.14 |
| 11 | 江苏检察在线 | 65.26 | 77.40 | 56.49 | 55.62 | 64.01 |
| 12 | 江苏省地震局 | 68.01 | 52.20 | 65.75 | 57.93 | 62.38 |
| 13 | 江苏司法行政在线 | 61.80 | 80.13 | 56.87 | 45.07 | 61.13 |
| 14 | 江苏生态环境 | 67.66 | 63.65 | 53.57 | 40.96 | 60.17 |
| 15 | 书香江苏在线 | 58.01 | 65.11 | 47.47 | 42.89 | 57.94 |
| 16 | 江苏市场监管 | 53.14 | 56.78 | 42.96 | 37.97 | 51.41 |
| 17 | 江苏省高级人民法院 | 53.25 | 54.64 | 50.33 | 40.76 | 50.44 |
| 18 | 江苏省妇联 | 63.30 | 52.37 | 34.51 | 38.81 | 49.63 |
| 19 | 江苏监狱 | 51.19 | 23.12 | 54.81 | 46.27 | 45.32 |
| 20 | 精彩江苏 | 50.24 | 45.96 | 36.23 | 27.26 | 43.00 |

数据来源：新浪微博

从上表也可以看出，江苏省主要利用政务微博宣传其职能部门，提供一些职能服务能力，但也从中看出公众对他们的认可度不是很高，互动能力还不足的现状，在这些方面还有很多提升的空间。

**3.1.3 政务微信应用情况**

通过近几年的发展，江苏省政务微信的建设也初见成效，出现了一批具有一 定影响力的公众号。本文选取 2020 年江苏省政务微信发布情况，该数据是由官方提供。在此榜单内，对江苏省各级政务微信进行全方位的测评，这样可以看出这些政务微信在实际工作过程中，对群众的影响能力。2020 年，“苏州发 布”夺得江苏省政务发布微信排行榜冠军，“南京发布”位列第二，“扬州发布”“淮 安发布”“连云港发布” 分列第三至五名。新冠肺炎疫情发生以来，“ 苏州发布”及时发布疫情防控最新动态，屡获 10 万+阅读量，具体信息如下表 3-3 所示。从中看出公众对政务微信发布的内容的关注度还是比较高，尤其对当今时事，重要的头条文章比较关注。

表3-3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

从下表 3-4 中数据可以看出，目前江苏省政务微信与政务微博一样，涉及多个政务服务方面，其中，“江苏共青团”“江苏警方”“美苏 263”勇夺前三，“江 苏先锋”和“江苏检察在线”分列第四和第五。“美苏 263”聚焦美丽江苏建设，推出 “攻坚故事” 系列文章，赢得网民转发和点赞。“江苏检察在线”策划“ 民法典在身 边”系列主题宣传，多篇文章获得 10 万+阅读量。

表3-4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 |
| 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

从表中数据也可以看出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，说明政务微信在公众的信息传播中还是比较权威，有代表性，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**

抖音短视频平台在近两年快速发展，已经拥有了庞大的用户。因此很多政务抖音账号也开始出现。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。最初出现的政务抖音账号大多都是消防部门的政务账号，随着短视频平台的影响力不断加大，越来越多的政务部门开始在短视频平台开设账号。利用抖音这样的短视频平台，可以快速进行政务信息的传播。例如： 作为全国最早一批作为全国最早一批入驻抖音的公安机关—江苏省 公安厅的抖音公众号“平安江苏”。全国 已有 200 多家政务号先后入驻抖音，更是有些部门平常在人们眼中是相对严肃和庄重的部门，也会通过使用抖音短视频来为群众科普相关的知识，从目前来看政务新媒体正朝着良性的方向发展。

**3.2 江苏省政务新媒体建设发展存在的问题**

随着互联网技术的发展，我国正在进入信息时代，目前很多领域都在积极开展互联网+。在此时代背景下，政府部门要想联系群众，就应该主动走到群众中，了解群众所需。因此，政府部门需要积极参与到互联网中，形成政务新媒体。根据相关部门公布的调查结果显示，江苏在政务新媒体的建设过程中，存在着很大的缺陷，这会使政府的形象受损。

**3.2.1 新媒体发展的全局观念不强**

政务新媒体在发展过程中存在的一个很大的问题就是各机关之间难以形成资源共享。目前，政务新媒体主要有两大阵地，分别是微信和微博。两者侧重点不同，其中微信主要是进行政策解读，使群众能够更好地了解到政府所实施的各项惠民政策，与此同时，微信还能提供在线服务，群众存在疑惑难以解决时，可以通过此方式与行政人员及时进行沟通。向比之下，微博平台上的政务账号更多是向群众提供实时信息，并且接受广大群众关于信息的反馈，使政府部门工作人员能够更好地了解到群众的需求。微博与微信两者各有优势，因此政务新媒体在发展过程中，应该将两种方式进行综合，实现优势互补，更好地利用新型的信息传播渠道。

**3.2.2 内容功能同质化严重**

江苏各级政府机关在微信与微博等社交平台已经建立了大量的官方账号，其中仅微信就有2702个官方账号，微博有786个。如此多的官方账号，其相互之间的内容划分很容易出现重叠部分，这就导致内容同质化。目前，内容同质化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，在此之间会存在内容同质化的现象；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内容同质化。造成同质化的原因有很多。首先，这些官方账号往往只是由单人对其进行管理，因此很难对事件的原委进行采访，这就使得其在发布内容时，只能参考其他网站所刊登的内容。因此出现同质化的情况。另一方面，由于没有相应的账号管理团队，账号管理者往往只会将信息内容原版转发，不会进行二次加工，然而很多原始信息是无关且乏味的，读者在观看此类官方账号推送的新闻时，难以获得关键信息，长此以往则会对此官方账号失去兴趣。在当下的信息时代，群众更关注信息内容，因此官方媒体在推送信息时，一定要确保信息优质，只有这样才能使群众对此官方媒体产生信任，愿意接受该官方媒体推送的信息，这就使得该官方媒体的影响力扩大，其在传播信息时就会获得更多关注，从而更有利于树立政府形象。

**3.2.3 新媒体平台运营水平偏低**

政府部门对于新媒体的重视程度低，不能向政务新媒体部门投入资金。虽然现在的媒体平台在注册账号时，不需要花费大量的资金，但是媒体账号在开通之后，是需要专业人员进行维护的，尤其是在微信社交平台上开设的服务账号，更是需要长期且专业的维护，这样才能保证政务新媒体能够真正起到引导群众舆论的作用。否则政府部门所开设的政务媒体账号更像是作秀，华而不实。

政务新媒体与传统媒体存在很大的区别，政务新媒体可以实现与群众的实时交流，能够及时了解群众的实际情况。这些都依赖于社交平台不断完善的技术，因此社交媒体账号运行的专业水平也不断提高。目前很多政务部门的领导对于政务新媒体的认识不足，认为这些新媒体只是起到宣传的作用，因此不要在政务新媒体上耗费精力。因此很多政务新媒体在信息推送时，大多都是转发，自身进行创作的内容很少，即使有原创内容，也因为自身相关能力存在缺陷，原创内容很少受到读者关注。长此以往，政务机关对于政务新媒体的重视程度就不断下降，很多政务机关的政务媒体账号都是为了应付上级的要求，因此越来越多的政务账号成为僵尸号，“江苏省空气质量”媒体号在 2020 年江苏省“啄木鸟” 行动中发现“江苏省空气质量”媒体号移动端 APP 无法下载和使用，存在“僵 尸号”和“睡眠”的情况。此类情况已经屡见不鲜，很多政务机关在开设政务账号之后，群众都积极关注此类账号，对政府在社交平台上的形象充满着期待，但是相关政务机关在账号开设之后不会运行，这就使得该政务账号只能成为僵尸号，群众对于政务机关的期待也逐渐落空，这样下去会使政府的形象受损。

**3.2.4 双向互动交流不足**

目前存在部分政务媒体都处于停更或者是机械化更新的状态，对于群众在社交平台上的留言置之不理，只是将社交媒体上的账号作为信息发布平台，不与群众进行实时交流。这些政府机构显然存在着“缺位”情况。

江苏省部门为了能够使政务新媒体能够真正地发挥其应有的功效，已经建立了相关的监督机构对政务媒体进行监督。监督机构在对江苏省各级政务媒体的互动情况进行检查时，发现大多数政务机关的政务媒体都存在着缺乏互动的现象，这就使得政务新媒体只能进行单边交流，不能及时回复信息。有的政务新媒体甚至未提供有效的互动功能，具体如下表 3-5 所示。

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 |

**3.3 江苏省政务新媒体建设发展存在的问题的原因**

**3.3.1 平台建设不精简**

从随着互联网技术的发展，我国已经形成多个完善的社交平台，在这些社交平台中集聚着大量的群众，在此情况下，我国相关部门积极推动各级政务机关在相关社交平台开设政务账号，甚至出台了相关的政策来促进政务账号的开设，在此阶段，各级政务机关为了积极响应政策，都在社交平台开设了政务账号，但是这些账号开设之后，只有少数的政务机关将其成功的运营，绝大多数的政务账号都逐渐成为僵尸号。此过程存在着平台建设不精简的问题，只注重政务账号开设的数量，不注重这些账号在开设之后所能起到的实际作用。

造成此问题的原因是多方面的。随着互联网技术的不断发展，人们的社交平台也在不断拓展，最初始开设政务账号的社交平台是微博，各级政务机关在微博开设账号的爆发时间在2011年，发展至今已经有十年，在此时间段内，微信公众号逐渐成长为另一个群众聚集地，因此政务机关的公众号也如春笋般在微信社交平台上创建，近两年，短视频平台快速发展，快速吸引了大量的群众，因此在抖音这样的短视频平台上，政务机关也都开设了账号。在多个社交平台开设账号后，政务机关要充分利用每个平台的优势，形成政务媒体矩阵。由于很多政务机关缺乏专业的政务新媒体管理人员，原有的管理人员对于新媒体的认识程度不够，不能很好地利用社交平台进行政务宣传，这使得很多政务机关在多个平台所注册的账号之间，不能形成优势互补，浪费大量的公共资源。很多政务机关对政务新媒体的积极性不足，创建政务新媒体更多的是政治任务，因此流于形式，不能真正利用起社交媒体。

**3.3.2 主动服务意识不强**

党的十八大以来，李克强总理强调政务公开是我们当前发展的重点，推广电 子政务和网上办事，在思想上由管理型政府向服务型政府转变，但是在基层工作 岗位上，思想上还是延续着官本位的思想，政务新媒体的核心理念是打破传统政务媒体管理者的工作方式。江苏省政务新媒体想要在根本上提高政务新媒体的作 用，就需要从“管理者”转换为“服务者”。利用新媒体技术去有效地促进政府工作人员的思想从根本上进行改变。从而真正的实现服务型政府的建设。政务新媒体就可以很好地实现此目的，让政府工作人员从思想上将自身是管理者的观念进行剔除。在很多宣传工作中就能体现出现在的政府工作人员大多数都将自己作为人民群众的管理者，在发布的文章中的很多用词都能体现出政府工作人员的高傲。很多政务机关开设政务媒体账号之后，不会与群众进行交流，将自己处于很高的位置，不能真正地了解到群众的需求，脱离了群众，使得政务新媒体不能实现其存在的意义。

**3.3.3 缺乏系统性监管**

国务院办公室在2019年4月19日，制定了《政府网站与政务新媒体检查指标》，预计将于2019年6月对照两份新指标，对全国政府网站和政务新媒体及其主管单位开展第一轮检查，也是首次将政务新媒体纳入量化考核。指标里面明确指出出现以下单向否决指标中任意一项即可不合格，单项否决指标包括“站点无法访问”“首页不更新”“栏目不新”“互动回应差”“服务不实用”等几项内容。任何政策的执行都必须要有相应的监督机制建立，这样才能确保政策能够真正的运行。针对各级政务机关关于政务新媒体建设的消极态度，中央相关部门出台了《政府网站与政务新媒体检查指标》，在此文件中对于政务新媒体账号的运行指标进行明确的规定，例如对政务媒体账号的更新频率、互动频率等关键指标进行明确的规定。江苏省的政务新媒体发展问题，政府部门监管松懈需要负很大的责任，首先对于权责未进行明确的划分，这使得很多部门相互推卸责任，不愿主动对此进行管理，这就造成了很多政务账号最终成为僵尸号。

**3.3.4 新媒体运营和管理人才缺乏**

政务新媒体由于其是建立在互联网技术上的，因此其具备互联网的特性，其传播速度很快，因此去需要专业的技术人员对其进行管理，但是由于政务账号相比于群众的账号，其具备天然的权威性，这就使得政务账号的管理人员还需要同时具备专业的政治素养。显然，江苏政府部门对于缺乏对此类人才的培养，这就使得江苏省的政务账号很多账号在运行过程中，受到群众的关注程度低，难以形成较高的影响力。

政务媒体难以形成高影响力，其受到主观和客观两方面的影响。从主观方面上讲，政务媒体大多都是政府办公室的办公人员进行管理，办公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，这些管理人员往往也缺乏主动性，大多都是为了应付上级领导的要求，因此不会投入大量的精力。从客观上来讲，目前在我国公务员体系中，没有关于政务媒体运营人员的岗位，因此，管理政务媒体账号的人员都有自身的本职工作，不可能将自身的全部精力都投入到政务媒体的管理，这样的投入与回报很难成正比，故很多政务账号的管理者的管理积极性不高。

**3.4 本章小结**

本章首先对江苏省各政务机关所创建的政务新媒体进行调研，通过获得的数据，如江苏省内各县市的政务新媒体排名以及江苏省各政务媒体在全国范围的排名。以此对江苏省的政务媒体发展过程中所存在的问题，以及对其存在问题的原因进行分析。

**第四章 国内外政务新媒体建设发展经验借鉴与启示**

本章主要具体从国内外三个国家、三个省份典型 政务新媒体发展案例进行展开论述，以国内外发展政务新媒体较好的国家和城市 的发展思路为基础，给予江苏省政务新媒体更进一步发展的方向。

**4.1 国外政务新媒体建设发展的主要做法与经验借鉴**

**4.1.1 美国——着力实现政府与群众之间的互动**

美国作为互联网技术的发源地，其网络社交平台在很早就已经搭建完成，因此美国政府部门在社交平台进行信息发布已经进行了很长时间，其已经形成相对完善的政务媒体体系。目前在美国主要有三种社交平台，分别是Facebook 、Twitter、 YouTube 。其中Facebook是美国群众使用最为广泛的一种社交平台，经过相关调查机构公布的数据显示，在美国有超过90%的群众在使用Facebook ，排在其后的是Twitter，其类似于我国的微博，群众可以在该社交平台上发表自己对于任何事物的看法，美国前任总统特朗普就经常在该社交平台上发表自己对时局的看法。美国各政府机关至少在以上三种社交平台上的一种上创建政务账号。美国政府不仅利用社交平台对国内的政策进行解读，美国政府还在社交平台上同其他国家直接开展政府间的交流，这主要得益于美国互联网技术在世界范围内的影响力。通过此方式可以在世界树立起美国政府形象，大大增加了美国政府对世界各国的影响 [44]。

美国政府的政务新媒体同样存在着单边交流的情况，政府部门将政务新媒体仅仅作为一种宣传工具，不与群众进行交流。针对此情况，美国政府正在积极改进，逐步建立起双边交流，使群众可以直接与政府工作人员进行交流。通过此方式可以使政府部门更好地了解到群众的需求，进而使政府能够推出符合群众利益的政策，提升群众对政府部门的信任 [45]。

**4.1.2 英国——注重政务新媒体规范化建设**

英国政府对于政务媒体的建设重视程度很高，因此对政务媒体建设各个过程做出了相应的规定。首先政务媒体必须由专业的管理人员进行运营。英国所有政府部门都开设了Twitter账号，并且各个部门的政务账号都必须按照规定进行。政务账号必须要保持一定频率更新。群众在政务媒体上回复时，相应的政务机关工作人员必须要给出相应的答复，这大大促进了群众对政务账号的关注程度，群众的需求政府工作人员也能及时了解。政务账号必须要按照相关规定及时进行信息的更新，并且对更新内容要核对，确保更新内容准确无误。英国政府建立了相应的监督机制，对政务媒体的运行效果进行监管，因此英国政务媒体获得了良好的效果。

**4.1.3 澳大利亚——多元化政务新媒体平台的搭建**

澳大利亚的政务部门在很多社交媒体上都建立了自己的政务媒体账号，这是因为澳大利亚不同地区的群众，对于社交媒体平台的使用不同。并且不同的社交媒体其本身所侧重的方向不同，群众可能会同时使用多种社交媒体，因此澳大利亚政府部门为了使更多的群众能够了解到相关政策信息，其往往会在多种社交媒体上创建政务媒体账号。因此我们可以在很多社交平台上都可以看到澳大利亚政府部门的政务账号。澳大利亚政务部门的政务账号主要是进行政策的传播，节日的宣传。通过社交平台使很多群众不为所知的部门能够与群众进行交流。目前，在澳大利亚最受欢迎的社交平台是Facebook，其次是Twitter，虽然在Twitter上发表的字数有限制，但是其可以附加链接，群众可以通过此方式访问到自己喜好的页面，进而获得相关信息。政府通过在多元化的社交平台上创建账号，实现对不同群众的服务 [46]。

**4.1.4 国外经验对我国地方政务新媒体运作的启示**

在对美国、英国以及澳大利亚的政务媒体运作方式的研究，我们可以获得启示。将外国的政务媒体发展经验与江苏省的实际情况结合起来，形成江苏省政务媒体的发展方式。

（1 ）明确政务新媒体的功能定位

随着时代的发展，互联网技术将进一步完善，其对社会的影响也将进一步加深，因此政府必须顺应时代的发展潮流，将政务与互联网进行联合，形成互联网政务新模式，以互联网技术为基础，形成维护社会稳定的新模式。根据不同的社交平台的特点，对创建在该平台上的政务账号进行定位，使政务账号能够在该社交平台具备影响力，能够真正起到传播信息的作用。

（2 ）政务新媒体平台健康发展

政务新媒体虽然具备着很多方面的优势，但是与此同时，其也有很多方面的缺点，政务媒体是建立在互联网技术上的，因此其就存在信息安全方面的问题。因此必须要督促社交平台在信息安全方面的建设，确保在社交平台上进行信息传播不会受到外部篡改，从而保证社交平台可以健康发展。

（3）重视人员培训和绩效考核

参考欧美国家的政务媒体的运行方式，在此过程中，这些国家都积极培养专业的政务管理人员，从其中我们不难看出，政务媒体的运行人员对于政务媒体的运行水平起到至关重要的作用。因此我国在进行政务媒体建设时，首先就是需要培养相应的专业管理人员。这些管理人员首先应该具备专业的计算机知识，其次还需要其具备一定的新闻知识。除了培养专业的管理人员之外，还需要制定相应的绩效考核，这是确保政务账号能够长期运行的根本，对政务媒体管理人员的行为进行规范，确保管理人员能够真正投入到政务媒体的运营中，使政务媒体你能够真正发挥出其自身的作用 [47-49]。

上述三个国家的政务媒体建设与我国的政务媒体建设在很多方面都有共同之处，因此我国的政务媒体建设可以参考以上三个国家的经验。在借鉴过程中，一定要结合自身的实际情况，走出具有自身特色的政务媒体建设之道。

**4.2 国内政务新媒体建设发展的主要做法与经验借鉴**

**4.2.1 浙江——数字浙江2.0建设**

从全国范围来看，当前在信息产业领域足够令人瞩目且取得相当成就的城市中具有代表性的就是浙江杭州，其由于城市互联网建设方面的先进性及互联网产业方面的发达程度而被叫做“互联网之城”，由于配套性完善及具备较强领头效应的企业形成的活力且良性的信息产业链，使得该地区在信息化水平上取得较高成就，并高速推进“两化融合”的进程，同时在信息技术支持和创新、相关基础设施的推进和完善、信息应用及资源等的广泛而深入拓展并应用、信息安全的强化和机制监控等诸多方面在不断发展并与各行各业不断加深融合，使得城市各个经济及社会领域在管理模式、组织构成等诸多方面都在发生具有革新性和前瞻性意义的重大转变。为了继续发展，浙江省在其所设计和施行的“十三五”中也积极规划和执行所谓的“数字浙江”工程，将该工程由原来的1.0版本推进到当前的2.0版本，也就是“数字浙江2.0”建设，在该工程愿景中，将创设“宽带中国”示范城市，提供全方位立体式的信息基础建设服务，并以此为基础，进一步构建并完善政务新媒体服务机制，力图实现智慧治理，让管理机能更具普惠性和精准性。

**4.2.2 宁夏——银川开展双向互动**

早在2011年前，为了适应当前信息时代需要，宁夏银川政府就开始积极开展新媒体方向的政务工作探索，并开通“问政银川”等一系列具有代表性的政务微博，取得了较好成绩，在开通当年就以优秀的表现荣获了“中国优秀政务微博”，随后互联网媒介呈现百花齐放态势，而以“问政银川”为首的互动微博窗口也始终与人民站在一起，并积极发挥自身作用，多年来一直在工作业绩中具有亮眼表现，在优秀政务微博评选中始终具有一席之地，由于其出色表现也成为相关党政机构学习对象和参考案例，并吸引了不少学界人士的持续关注并研究。目前，“问政银川”已经累积了超过50万的关注量，其微博运营管理已经实现了规范化和流程化运作，以统一受理为起始点，通过分级负责和归口办理这两个不同环节来实现最后的回复和反馈，并通过精简和优化搭建了高质高效的意见反馈机制，并逐步推进了事项办结率的提升。从数据来看，在2011年到2018年间，通过该政务微博总共处理了有效事项累计已经达到了15万件，而这些事项中的9成都获得了积极反馈和回复，办结率90%，而这一数据也还在不断增长，如在2020年1月到12月，网民通过该政务微博的事项，其中转办事项在该年度就已经超过了11204件，而办结率更是在经过机制改进和人员努力下达到了96.83%，再创佳绩。

**4.2.3 湖南——湖南云共建共享机制**

“新湖南云”的建设目标是在共建共享的理念推动下，实现“三二一”工程。对此进行详细分析，“三”主要是指新媒体管理平台为首的三个不同的内容平台；“二”主要是指智慧湖南及世界看湖南这两个平台入口；最后的“一”则代表着新媒体框架和构成下的客户端产品集群。该建设计划在2017年初正式铺开，当前已经在诸多政府机构及高校进行了实践性探索，基于各自情况和需要搭设相应的政务新媒体平台，到了9月，该建设计划已经初步成型，其所构建的移动政务云平台取得了亮眼成绩，在中国报业协会媒体融合创新项目中斩获殊荣，以一等奖载誉而归。现在“新湖南云”已经融入了全省群众生活中，成为群众政务办事平台，也积极发挥着政民沟通平台的积极作用，并在政务公开改革中发挥着重要影响。

**4.2.4 国内经验对我国地方政务新媒体运作的启示**

（1 ）顶层设计，合理组织，数字化应用

从当前发展趋向来看，构建专门政务服务管理机构已经成为给地方及中央的共识，并积极开展相关的顶层设计及探索工作，通过对地区性数据资源的集中化和统筹华管理工作如采集、管理、安全等等事项，来搭设政务数据共享平台，并在其中积极应用现代智慧理论和技术，以智慧城市作为规划出发点，来建设市一级的大数据资源中心，来完成各项工作和视野所需要的数据应用，同时还需要立足于前者来建立数据相关的基础平台，分别以数据交换为主要内容的平台、以数据共享为主要内容的平台及以数据开放为主要内容的平台，另外还需要建立各种不同方向和内容的基础库，如以人口数据作为主要内容的基础库，以电子证照为主要内容的基础库等，同时还需要构建立足于数据系统需求的3个支撑体系[50-51]。

（2 ）及时沟通，及时反馈，服务为民

需要构建完善而畅通的诉求回复和反馈机制，对于政务新媒体渠道获取到的各种网民诉求，要实现流程化和专业化操作，实现快速分类和系统转交，以最快速度和效率给予网民反馈，一般来说针对新媒体线上服务，需要保证全天在线，相关工作人员要采用轮班制实现公众服务的效率化和便利化，为了提升工作人员工作热情，让其能够以更充实和积极态度投入工作，也需要提供相应的薪酬和福利待遇。

（3 ）及时监控，消除负面影响

通过对新政务媒体的观察发现，对于微信和微博的媒体建设存在着较为严重的问题，尤其是文稿选择能力不足及编辑水平较低等，可以通过“云稿库”进行解决，达到资源利用效用。同时，由于网络特殊性让舆论控制具有重要意义同时也凸显出控制手段和效能不足，政务新媒体一旦稍有不慎的操作或内容发布，则容易导致社会恐慌，显然会对政府形象和部门权威带来一定损害。因此，需要构建总平台的监控体系及内容监管机制，对于入驻政务媒体要实现及时性舆情应对和内容监管，搭载“快速撤稿”功能，采用各种有效举措和手段来消除或减轻网络负面舆情的影响，让其处在可控及监管范畴下。

**4.3 国内外政务新媒体建设的应用经验借鉴与启示**

**4.3.1 改变传统观念**

要紧跟时代脉动，政府部门及工作人员不能沉浸或固守在传统范式之下，而是要保持积极而开放的理念，认识到当前发展趋向，保持着政府治理信息化步伐，提升政府政务服务能力，在这一过程中具有重要作用的手段就是政务新媒体，以此为契机更进一步贴近群众。

**4.3.2 强化平台用户管理**

政务新媒体的开设不光要关注其开通过程，同时也要强调监管协同，让其功能得到有效发挥。首先，需要注意各种媒体及APP平台和渠道的普遍性和独特性如微博、抖音及其他各种功能性APP等等，政务部门既要立足于它们的功能特性要进行平台和新媒体建设和相关沟通渠道的搭设，并以此为前提进行新型互动模式和沟通形式的发掘，并利用大数据技术进行群众关心话题和热点问题等的分析，并积极参与和引导，让话题和问题能够得到持续性热度和关注。政府部门要积极了解并充分把握各类型平台的特点，并据此进行政务新媒体管理机制建设和风格定位探索，使得其在地方政府治理中发挥更积极和稳定的功能和作用，让基于平台而构建的各种不同定位风格和功能取向的新媒体实现优势互补，并创造出更大价值，发挥更大效果，把政务服务推向新方向和新台阶，让服务型政府落到实处。在这一过程中也要关注政务新媒体账号管理情况，不能只开通不管理，机械性完成上级有关于政务新媒体的开通任务，使得“僵尸”账号大量出现，让群众失望从而对政府形象带来负面损害。

**4.3.3 加强优化服务内容**

需要始终牢记政务新媒体建设的出发点，其始终将目光放在政民沟通和交流之上，是为了公众困扰提供更优良和更快速地解决途径，同时也是为了搜集更广泛的群众意见和社会信息以提供更科学和有效的决策参考和政策设计，并为公共政策的推动和铺开带来一定舆论环境等基础性条件，基于此，互动创新和深度参与就成为政务新媒体的发展和改进方向。如“问政银川”就始终保持对公众有效事项的高度关注，采用限时办结的机制，通常在投诉等事项提交后能够在1个小时之内就进行反应和答复，同时对于办结事项进行完全公开，让工作始终在大众关注和监督下进行，实现工作流程透明化，这也极大方便了公众，一般性问题只需要通过账号内容搜索即可获得回复和解答。另外，政务新媒体也需要立足地方实际，与地方风土人情相结合，开办相关特色栏目，发挥新媒体平台优势，积极进行地方推广宣传，并塑造一定的账号特性形成自有品牌，在内容形式及栏目制式等方面可以采用多种模式，用图片解读，也可以用视频演绎，同时积极利用平台内部小程序如投票等来进行民意把握和民情了解，尽量用贴近群众的方式来进行内容输出，增加公众耐心和兴趣。

**4.3.4 完善相关法律法规**

为了有效规范电子政务工作内容及流程，需要进行制度和法律方面的建构和完善。当前，我国已经基于实际需要和未来展望出台了多项互联网相关法律，同时相关机构和部门已经进行了一些规章制度方面的建设和出台。如2018年，在面对政务平台化这一猛烈发展的现实情况，《国务院关于加快推进全国一体化在线政务服务平台建设的指导意见》出台，成为了应对当前政务平台建设的纲领性和前瞻性文件，其中提到要加快政府服务事项的线上化进程。政务服务改革不能搞成空中楼阁而需要立足本地区事情进行，需要一套合理而科学的政务服务规范和制度。这就要求严格工作规范，使得相关改革事项能够稳步而持续推进和执行；同样也要求严格的协调机制，突破信息隔离，实现层级和区间的协同，为数据共享提供机制性前提；另外也需要健全的考核机制，一方面提升办事效率另一方面也杜绝违规等行为出现。

**4.4 本章小结**

本章通过对美国、英国、澳大利亚以及我国浙江省、宁夏、湖南省现有的政务新媒体建设进行归纳和总结，分析实践应用的经验和优势，提出可为江苏省借 鉴的先进施和启示。从上述几个案例中，所得到的启示主要可以分为四个方面： 一是改变传统观念，将互联网技术与政务服务有效结合； 二是强化平台管理，重 视用户感受，从用户的角度出发，加强新媒体运营平台的管理； 三是加强政府与群众的有效沟通，增加地方特色原创内容； 四是完善相应的制度和体系建设，增加新媒体人员的考核。

**第五章 推进江苏省政务新媒体建设发展改革的对策**

**5.1 积极做好新媒体战略布局**

**5.1.1 传播形态与内容的全媒体化**

从当前发展情势来看，政务新媒体相较于传统模式具有显著优势，传播速度更快，且面向着更大范围的受众，也能提供更丰富和更深度的互动渠道，总体而言，新媒体化发展，具备综合性和集成性的特性，能够实现多方面创新如内容及手段等，可以显著提升政府政务的水平和效率。

为了有效发挥线上服务优势，江苏省也在积极推进和实施“指尖上的政务”这一新服务形式，积极推进线上政务办理，正在稳步构建并完成政务服务线上全程和全面覆盖。

**5.1.2 资源分配与组织结构的全媒体化**

政务新媒体创建和搭设的初衷正是为了服务群众，这也是始终不忘初心在信息化时代的响应。江苏省政务新媒体需要充分建构起多样化、立体化的传播方式， 减少内耗，提升治理效能。要进行高效高质的协同和联动，使得各个领域的资源能够得到充分利用和整合如教科文等，同时在行政管理上也要突破当前藩篱，尽量削弱和降低官僚机制的负面影响，让管理层级更精简，实现更大范围的协同共进。此外，在新媒体机制的组织性上，也要对不同平台账号进行区分，实现层级管理，以便于责任的有效落实。在工作内容方面，也要充分发挥政务新媒体优势及功能，尤其是突发性和重大舆情事件中，更是能够带来重要的媒介优势，对于传统应急管理是一种重大革新和有效突破。在5G时代，则更能联动各方，避免信息失真，提供更丰富的场景和手段让政府部门的处置更及时和效率[52-64]。

**5.2 提升政务新媒体服务管理水平和运用能力**

**5.2.1 出台相关政务管理条例**

在信息时代，国家也非常重视新媒体相关方向的工作，并制定了相关规范和相应规定，为了推进与时代接轨和走进群众，要求县级及以上政府都应该按照相应的流程和规范开通政务新媒体，同时也规定需要进行实名认证，并且不能滥开乱开而是需要账号统一，也就是同平台单账号，同时跨平台账号也需要保持统一性，也就是名称必须相同，同时为了保持政务新媒体的权威性和效率性，对于部分功能重叠且利用率达不到相应标准的地方政务新媒体，需要撤销的进行撤销，需要清理和精简的也按照相关规定进行适当整合；同时对于运营能力较差，出现问题或公众不满的地方政务新媒体，也要积极推进相应的整改程序，一方面让主办单位改变运营模式和理念，以提升运作能力，一方面也要积极改变运作内容和形式，以强化运作质量；同时对于那些已经无以为继，已经没有整改空间的地方政务新媒体，也需要执行相关规定进行清理关闭，以整体政务媒体总体资源配置效率[55-57]。

**5.2.2 建立通畅便捷的信息交流渠道**

从群众互动这个视角来看，政务新媒体是一种新颖而具有突破性的模式，实现政民互动渠道的更大范围和更大形式上的拓展，“线下”和“线上”一体，使得渠道宽度和广大都实现了突破和转变，让群众与政府部门间的距离大幅度的缩小，因此，政务新媒体建设就具备极其重要的现实意义，对其建设水平的衡量也在很大程度上取决于政民交流互动的表现。

江苏省各地方政务新媒体想要获得更好业绩和更大发展有赖于互动平台的搭建，同时也要积极进行内容方面的改进建设，始终将关注重心放在群众关心的方向，以此激发群众的参与热情，通过各种点赞或评论等行为来实现政民互动交流水平的提升。对于群众的反应如评论等要保持持续性和积极性的跟踪和关注，并进行积极回复，同时也要注意回复的方式，语言要得体，既不能太呆板，也不能过于说教。对此，江苏各级政府部门需要积极开展有关于新媒体领域知识的学习，在对政务媒体平台功能进行不断调试和升级的同时，也要积极与群众进行互动，同时也要与其他部门构建完善的交流渠道实现互联互通，让相关数据资料库能够迅速建设成形并迅速进行广泛共享应用，在确保基础功能不断进行适应性完善之上，来进行相应的内容和功能创新，实现多渠道和多模式的政民互动，真正让政府走进网民当中，开展网上群众路线的实践性探索[58]。

**5.2.3 提升平台的互动质量和效率**

在开展工作时，政务新媒体要明确自身出发点和立足点，那就是公众需求为核心为首要，因此不仅需要以政府视野进行问题的思考，同时更需要以公众需求视野进行问题的探索，政务新媒体要摆正姿态，否则将沦为工具性的政治宣传手段，其作用和意义将大打折扣。

江苏省政府部门需要切实保持对于公众需求的关注和重视，并在与公众的积极交流和互动中对其真实需求进行提炼和发掘；在工作中要以问题为导向，并时刻保持着初心，将公众放在头等重要的位置，将公众利益作为最终工作目标，要让公众能够毫无保留地进行需求的表达和交流，以实现对民生和社会需求的准确度量和把握。对于公众言行和需求要构建相应的回应机制，让政务新媒体发挥其有效的信息化渠道作用，提升回应效率和质量，这也是政民互动水平的核心要点。政务新媒体的日常工作及发布内容从政府相关新闻动态、到各种地区性或部门性的政务内容、再到各种与经济和生活息息相关的咨询内容等等，力图为群众带来具有导向性和高价值的信息，这些都能够带来公众评价的提升同时也能大幅度强化用户黏性，既要具备的新媒体一般特性但也要与庸俗化保持距离，从而让功能得到更大程度发挥[59]。

**5.3 加强政务新媒体人才建设全媒体运营师**

**5.3.1 加强监督管理**

需要探索一条立足江苏省内特性和实情的政务新媒体发展路径，要依据各自工作职能范围及业务管辖领域等开展规章性和制度性建设，并结合地方各项民生事项来构建并完善相关的新媒体管理规范和章程，最终形成一条适合地方情况的能够适应当下实情的政务新媒体行业规范和原则。同时也不能忽略对于政务新媒体的监督机制建构，做好各级部门政务媒体平台建设顶层设计，就要建立专门针对政务新媒体的监督管理机构，同时开展监管机制建设，让各类型各层级政务新媒体都能明确其特性和定位，并就其功能进行规范设计，让监管体系真正发挥有效作用。监管机构也要立足当前数字时代，利用互联网技术来实现信息和数据跟踪和监控，让政务新媒体也始终站在监管下开展工作，实现实时和定期的监察，其中尤其需要关注新媒体各项数据指数，深入认识和把握政务新媒体发展的具体规律和特点，并保持持续跟踪和分析，就其中问题进行有效而及时整改。对部分政务新媒体不依据准则和规章工作和办事的违规运营行为，也要毫不留情进行依法依规处置，另外对于网络上存在的一些假冒或假借政务新媒体的账号也要给予相应处理，构成全网络的常态化监管体系，促进政务新媒体的良性运作和高质发展[60-63]。

**5.3.2 加强新媒体复合型人才培养和引进**

从长远来看，政务新媒体的发展有赖于构建一条稳健而具备内在活力的运营管理关系，这也是由其新媒体特性所决定，运营管理失灵或始终难以进行良性循环必然会导致用户流失，让政务新媒体陷入效力失范的困局，这其中新媒体运营人员素质又具有相当重要的影响，如果素质不高或专业性不强，很容易让政务新媒体账号无法发挥实际功用甚至还会出现负面效用。以江苏省来说，强化政务新媒体的运营管理必须从人才队 伍和管理方法两个层面进行加强。

现今政务新媒体运营已经成为政府部门一项重要的常规性工作，给公职人员 带来了不小的工作量，因而对政务新媒体的运营及稳定性提出了要求。江苏省政 府部门应吸纳和培养具有新媒体素养、互联网知识及信息技术的专业人才。通常来说政务新媒体出现运营事故或暴露出运营问题，都与工作人员专业性不强或职业自律不足有关，如经营账号漫不经心，发布内容以跟风为主，多为空洞的转发，不积极进行内容发掘和原创；同时在政民互动方面主动性不足，形式呆板；既没有解决公众需求的能力也没有相关动力和主动；在事项回应或公共事件中，回应不准确不及时等等情况。政务新媒体运营需要吸纳和培养一些多面手的复合人才，他们不光要对政务相关部门工作及职能具备一定了解，同时也需要具备一定传播学背景，对于媒体及新闻领域具有一定经验和知识。江苏省政府在新媒体人才培养方面，可与知名自媒体集团进行接洽，让他们已经相对成熟和完善的新媒体体系及资源能够汲取其中有用的部分来融入政府相关新媒体建设中，从而让该省政务新媒体工作人员获得多方面的技能培养和理念改变[64]。

**5.3.3 突出内容的地方特色和原创性**

在进行政务新媒体相关工作时，江苏省各级政府需要充分立足于本地化同时也要高度适应互联网化，以用户需求为出发点来进行内容发布和创作，让信息和服务始终紧跟着本地群众关心和关注的热点和问题，同时语言及形式上可以结合网络化和地方化两者的特性，为政务新媒体塑造出独特的风格。要想江苏地区群众之所想，同时也要联系国家政策和社会热点，提供群众满意内容和解答需求。要通过更具指向性和功能性的优质内容，要强化政务新媒体外部形象和用户黏性，从而在政务舆论中发挥积极的导向性的效用。另外，在进行舆论宣传和疑难解答时要积极运用具有代表性和广泛性的生动事例和真实案件来强化说明效果。

**5.3.4 加强政务新媒体考核评价**

需要构建一套完整性和合理性兼顾的社会评估机制，其中既需要有媒体和公众这两个方向的评估参与方，同时还需要纳入专业机构的评估意见，最终实现动态且多元的评估结构，要实现科学考核，将质化考核作为主要内容，同时也平衡兼容量化考核有关指标，从而有效规避“一刀切”，让政务新媒体的发展始终建立在多维视角和考量基础之上，更重视内容质量和实际问题的解决，而不会将固定化的粉丝量作为主要KPI内容，实现良性发展。另外，除了对于整体绩效方面的考核评价，同时也需要构建一套针对新媒体运营人员的考核机制。通常来说，在新媒体工作人员入职前需要进行一些相关培训，并提供一定的实践机会，并对前面的学习和实践内容进行考核，同时还需要依据岗位设计相应的绩效指标，并将之与政府部门管理机制相结合，成为日常管理工作的有效组成。

**5.4 本章小结**

本章通过对江苏省政务新媒体当前的发展动向进行一定分析并指出其中的不足，同时也积极尝试进行对策参考等方面的供给，包括新媒体战略布局，同时也对于针对新媒体这一新情况和新事物而展开的监管探索和考核建设，从而为政务新媒体管理建设和人才培养提供了一定建议，提升政务新媒体运营管理水平等。

**第六章 研究结论与展望**

**6.1 研究结论**

不管是从当前时代还是展望未来，时代脉动始终向着信息技术方向推进，世界已经跨过了信息门槛正式进入数字时代，因此生产生活中常常能够听到或看到相关的词汇被一再提及，如数字经济或数字生活等等。政务新媒体发展也必然需要融入到未来潮流中，但从其当前发展趋向进行观察，仍具有一些有待完善和发展之处。首先就是定位调整和创新示范方面，总体而言政务新媒体没有完全抛却或摆脱传统媒体模式，在观念方面也固守着传统媒体思路，缺乏对网络用户的重视，也对使用体验的提升有所忽略，传播中心方面，也没有顺应新媒体特性放在用户身上而是以自身为中心；其次就是内容滞后和功能不足，具体表现在不同政务新媒体账号间的内容高度雷同，且线上线下相一致，功能方面也相差无几。同时多数政务新媒体由于不熟悉网络生态，因此风格定位时无法进行有效而合理把握，出现两极化趋向，要么就沦为了被动发模板新闻的“僵尸”账号，要么就过度娱乐化和庸俗化，迎合社交风气和用户思维，使得政务类媒体权威性受到一定负面影响。另外，通过对近两年网络重大事件舆情的综合性分析和观察发现，多数政务新媒体往往较为被动，不具有引导能力或能力不足较为突出，甚至引发二次危机。与此同时，也需要注意政务新媒体发展中面临的其他重要问题，那就是队伍建设不全，因此在媒体运营方面存在较为突出的缺陷。一方面这是因为相关工作人员并不具有专业背景和相关媒介知识等，另一方面也运营规划上也是东一榔头西一棒子，不具备系统性规范制度和指导理念。基于此，本文将研究方向落在江苏省政务发展改革方向，同时对其中新媒体手段的积极作用及其对政务服务变革的有效推动等展开探讨。

首先，针对政务新媒体进行了多方面的阐述和分析，论证了其在理论上的重要意义，同时对其可行性展开了有效分析，并就其相关定义、特性、功能等进行了系统性和综合性的概述，本文理论出发点立足于新公共服务及公共治理等相关理论，同时也结合新时期发展起来的智慧政府理论，试图进行多角度多理论结合性地研究探索。

其次，本文通过文献法和案例法展开研究，并就政务新媒体领域的世界先进性经验和当前发展状况的情况比对来进行经验提炼和启示获取：一是政务新媒体需要依托于完善的政策构建和法规完善，才能保障相关工作的稳步发展；二是政务新媒体由于是基于新时代信息化浪潮而构建因此在运行模式上具备新场景和新形态，既往主要由公共部门运作的做法需要进行保留性的改变，推动市场参与，让市场带动资源和技术在新政务媒体中的利用以加速建设步伐。同时，在这些比对情况中，也反照出了江苏省政务新媒体当前发展的不足，同时对于其在政务服务变革方面也存在着积极的参考价值，如数据标准不一致、对于创新支持不力等。

最后，通过前述研究和分析，针对江苏省实际情况来进行了建议规划和对策供给，主要有：一是大力推进全媒体的合理化和统一化的布局，以政策为基础和导向来强化相关布局和建设，让各部门各地区间零散而不成系统的政务新媒体整合到同一个服务框架和体系中，实现跨平台的资源共享和信息共通等；二是大力推进信息基础设施供给，由于政务新媒体本身就是依托于新时代信息化浪潮而产生，因此信息基础建设就极为重要，完善而系统性的基础建设是一项媒体建设重大利好，这也是数字政府实现的基础性和建设性前提；三是观念和思想要始终保持初心，不能忘记“以人民中心”，新政务媒体要始终以让群众办事更方便、意见表达更边界、办事环节更效率等为出发点，同时也要保持创新意识，这也是数字政府创建的重要支持。

**6.2 研究展望**

囿于学识及阅历，本文还有待改进和完善之处在于：一是政务新媒体将来的走向和改革路径，在该方面限于参考资料的缺乏以及本人经验等诸多不足，让文中所提到的针对江苏省政务新媒体发展改革的相关参考仅仅是一种较为泛泛的理论探讨，并不具有较强的操作性和实践性，有必要在今后继续研究；二是对于政府服务改革的阐述及由此引发的认知思考还处在较为浅显的层次，缺乏深入探讨，论述还有待进一步加深。三经验借鉴方面目前后期需要借鉴更 多的国家和城市的政务新媒体的发展经验，以便能够更进一步地制定准确的和有 效的发展策略

**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 suevillance ?Government information Quarterly，2018（30）：355-342.

[7] M.Klang Feroz.Frome-government to social government ： Twitter use by korea's central government [J]. Online Information Review，2017（1）： 95-113.

[8] Sáez Martín. Social media in Chinese government： Drivers challenges and capabilities[J].Government Information Quarterly，2018，30（4）.

[9] M.Gasco. Public Administration at Johns Hopkins University，1884‐96[J]. Public Administration Review，2017，62（1）.

[10] Graeme burton－Vela S，Gutiérrez －Martínez I，Luna－Reyes L F. Under-standing 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 ， challen-ges and capabilities[J].Government Information Quarterly，2019，30（4）： 369－376.

[12] MD.Guillamon. The use of social media policies by us municipalities[J].International Journal of Public Administration，2017，40（4）： 317－328.

[13] Sergio Picazo. Developing social media policy for public agencies in egypt[J]. IAFOR Journal of the Social Sciences，2016，2（1）：1－14.

[14] Mergel I ，Greeves B ． Social media in the public sector field guide ： Designing and implementing strategies and policies[M]. John Wiley ＆ Sons，2016： 110－126，109.

[15]Criado J I，Sandoval-Almazan R，Gil-Garcia J R．Government innovation through social media[J]．Government information quarterly，2017，30(4)：319-326．

[16]John Carlo Bertot，Paul T．Jager，Derek Hansen．The impact of polices on

government social media usage：Issues，challenges，and recommendations[J]. Government Information Quarterly，2018，29(1)．

[17] Yi M ， Oh S G ， Kim S. Comparison of social media use for the U.S. and the Korean governments[J]. Government Information Quarterly，2017，30（3）： 310.

[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] Victor Belclcers．Understanding risks，Benefits，and strategic alternatives of social media applications in the public sector[J]．Government Information Quarterly，2017，29(4)：504-511．

[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] 陈贵梧．基于知识管理的政府数字信息资源整合模式构建[J]．图书馆2014（1）：27-30．

[22] 潘志贤．新媒体时代政务微信创新发展的思路[J]．新闻传播，2018（24）：34-35．

[23] 陈建华．政务新媒体融合发展瓶颈与对策[J]．安徽行政学院学报，2017（3）：109．

[24] 徐和建．腾飞的政务新媒体[J]．新闻与写作，2017(4)：72-74．

[25] 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．

[26] 陈晓蓉．资源整合功能聚合 媒体融合[J]．特别策划，2018（8）：20-23．

[27] 俞燕君．大型国际活动中的政务新媒体语言应用[J]．新传媒，2019（2）76-78．

[28] 廖洪兰．社会治理创新视角下政务新媒体发展探析[J]．中共石家庄市委党校学报，2016，18(2)：43-45．

[29] 安冰．媒体融合与智慧政务互融共进的路径[J]．新闻与写作，2016（1）：82-85．

[30] 杜小峥．“互联网+”视阈下的政务新媒体[J]．科技创业月刊，2016，29(15)：119-120+125．

[31] 李剑利．“互联网＋”政务视域下的政府职能转变研究［J］．南京社会科学，2016，（9）：64－72．

[32] 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．

[33] 王丹．政务新媒体如何提升服务能力[J]．青年记者，2016(26)：73-74．

[34] 张雅丽．基于媒体融合的甘肃基层党务政务公开问题思考[J]．智库建设，2018（12）：42-43．

[35] 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．

[36] 张旭东．政务服务“双微联动”模式研究——基于上海市政务微博与政务微信的文本分析[J]．电子政务，2017(2)：50-59．

[37] 梁丽.北京市智慧社区发展现状与对策研究[J]. 电子政务, 2016(8): 119-125.

[38] 候锷．加强政务微博新闻发言人制度建设[J]．奋斗讲坛，2012（7）：40-41．

[39] 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．

[40] 殷俊，姜胜洪．政务新媒体发展现状及对策探析 [J]．新闻界，2015（5）：40-43．

[41] 赵雯．政务新媒体的短视频传播分析[J]．传媒，2019，33（3）：25-26．

[42] 邱源子．政务微博给网络舆论带来的影响[J]．新兴媒体，2013（1）：44-45.

[42] 颜晨广．论上海自贸区政府管理模式创新[J]．天津法学 2015（2）：35-37．

[44] 金婷．浅析政务新媒体的发展现状、存在问题及对策建议[J]．电子政务，2015(8)：21-27．

[45] 萧鸣政，郭晟豪．国家治理现代化建设中网络民意与政务微博的作用[J]．行政论坛，2014，21(4)：5-10．

[46] 陈则谦，刘坤．地方政府政务 APP 的可用性调查与分析——以河北省为例[J]．电子政务，2017(3)：83-91．

[47]谭云明，全嘉琪．矩阵协同式政务新媒体发展研究[J]．中国出版，2017(16)：34-38．

[48] 陈然．“双微联动”模式下政务新媒体公众采纳的实证研究[J]．电子政务，2015(9)：46-51．

[49] 深圳市体改办专题课题组．建立审批服务中心优化经济发展软环境［J］．特区理论与实践，2003，（2）：52－54．

[50] 王英、徐淑琴.布局“智慧社区”打造“一站式”服务——全国首个互助式社区电子商务服务平台樱桃阵落户广州［J］．广东科技，2016，9：60-62.

[51] 国务院办公厅印发．关于推进政务新媒体健康有序发展的意见[J]．中国广播，2019（02）：47．

[52] 陈力丹．政务新媒体舆论引导也应遵循传播规律[N]．中国科学报，2019-02-15（007）．

[53] 李军辉．自媒体时代如何回应政务舆情[J]．中国党政干部论坛，2019（02）：68-70．

[54] 杨丞娟．新媒体政务的实践困境与对策出路[J]．学习月刊，2018（12）：16-17．

[55] 廖晓明，奉婷．我国政务微博参与公共管理的作用机理和条件初探[J]．南昌大学学报：人文社会科学版，2012（11）：114-120．

[56] 董立人．提升微博质量促进社会管理创新[J]．中国浦东干部学院学报，2012（1）：127-132

[57] 鲍静，张定安．深化“放管服”改革建设人们满意的服务型政府[J]．中国行政管理 2019（3）：6-12．

[58] 鄞益奋．公共政策评估：理性主义和构建主义的耦合[J]．中国行政管理 2019（11）：92-96．

[59] 卞亦文，闫欣，杨列勋．社会学习视角下运营管理决策研究[J]．管理科学学报 2019（5）：18-27．

[60] 肖璇，王铁男，郝凡浩．社会影响理论视角的社交媒体持续使用研究[J]．管理科学学报2017（11）：49-58．

[61]艾琳,王刚.重塑面向公众的政务服务[M].北京:社会科学文献出版社,2015:130-235.

[62]皮宗平,孙国君,尹政,等.江苏政务公开和政务服务评估体系研究.2014 江苏省行政管理学会课题研究报告[C],江苏省行政管理学会.2014.南京：江苏人民出版社，2015:137-182.

[63] 蔡国华.“三集中”的行政审批体制分析[J].中国行政管理,2012,12:122.

[64] 浙江省人民政府办公厅.打造全省一体化的“互联网+政务服务”平台.全国推进“互联网+政务服务”工作现场会交流材料[C].国务院办公厅政府信息与政务公开办公室.2016:87-90.

[65] 贵州省人民政府政务服务中心.进一扇门办全部事进一张网办全省事—“互联网+政务服务”的贵州做法全国省级政务服务体系建设研讨交流会经验交流材料汇编 [C].中国行政管理会.2016.21-27.

1. 中国新媒体发展报告 [↑](#footnote-ref-0)
2. http://js.people.com.cn/n2/2021/0703/c360300-34804299.html [↑](#footnote-ref-1)