分类号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 单位代码：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

密 级：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 学 号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_



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

申请人姓名：

指 导 教 师：

类 别 名 称：

领 域 名 称：

培 养 学 院：

提 交 时 间：

二○二 年 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

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，切实地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，如形式主义严重、平台定位不清晰、运营水平低、内容缺乏创新等。

基于上述背景，为了能够建立和推动政务新媒体健康稳定地发展，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、问卷调查法、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，主要是：政务新媒体部署缺乏全局战略，运营水平偏低和双向互动交流不足。为了江苏省政务新媒体不断向好发展，本文提出了针对性的改革对策，通过汲取国内外先进的经验，比如国外澳大利亚、美国等发达国家的经验，加强与群众之间的沟通，缩短与群众之间的距离；又比如国内宁夏银川政务微博不断开拓自己新的领域，浙江省的数字浙江2.0等，从中得出有益的启示，在此基础上，结合江苏省政务新媒体发展中存在的问题的分析结果，制定有针对性和可实施的对策，主要包括积极做好政务新媒体的战略布局，提升政务新媒体服务管理水平与运用能力，充分发挥政务新媒体的互动沟通作用，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**

**Abstract**

Since the Fifth Plenary Session of the 19th CPC Central Committee, "Strengthening the construction of digital society and digital government" and "promoting the standardization, standardization and facilitation of government services" have become the focus of government services. Internet government service refers to promoting the construction of digital government by taking the construction of digital government as the starting point, and effectively implementing the goal of serving the people. However, with the continuous implementation of the construction of new media in government affairs, the problems exposed are becoming more and more common, such as serious formalism, unclear platform positioning, low level of operation, lack of innovation in content, etc.

Based on the above background, in order to establish and promote the healthy and stable development of new government media, this paper studies the current development of new government media from the perspective of new media, relying on the research of public governance theory, new public management theory, social governance theory and other relevant theories, through a variety of research methods such as literature research, questionnaire, case analysis and comparative analysis. It is found that Jiangsu Province is currently the province and city with relatively rapid development of new government media in all provinces and cities, but there are still some outstanding problems, mainly including the lack of overall strategy for the deployment of new government media, the low level of operation and the lack of two-way interaction and communication. In order to improve the development of new government media in Jiangsu Province, this paper puts forward targeted reform measures, which can strengthen the communication with the masses and shorten the distance with the masses by drawing on advanced experience at home and abroad, such as the experience of developed countries such as Australia and the United States; Another example is that the government microblog in Yinchuan, Ningxia, China, has constantly opened up its own new fields, and the digital Zhejiang 2.0 in Zhejiang Province, from which useful enlightenment can be drawn. On this basis, combined with the analysis results of the problems existing in the development of new government media in Jiangsu Province, targeted and implementable countermeasures can be formulated, mainly including actively doing a good job in the strategic layout of new government media, and improving the management level and application ability of new government media services, Give full play to the interactive communication role of the new government media, and provide strong support for the construction of a service-oriented government in Jiangsu Province.

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

目录

[摘要 I](#_Toc20353)

[Abstract II](#_Toc26351)

[第一章 绪论 1](#_Toc13991)

[1.1 选题背景与研究意义 1](#_Toc15523)

[1.1.1 选题背景 1](#_Toc26035)

[1.1.2 研究意义 2](#_Toc10791)

[1.2 国内外研究现状文献综述 3](#_Toc3028)

[1.2.1 国外研究现状 3](#_Toc20454)

[1.2.2 国内研究现状 6](#_Toc9685)

[1.2.3 研究评述与启示 10](#_Toc25923)

[1.3 研究内容与研究方法 10](#_Toc11313)

[1.3.1 研究内容 10](#_Toc11505)

[1.3.2 研究方法 12](#_Toc14981)

[1.4 论文主要创新点 12](#_Toc28927)

[第二章 政务新媒体相关概念与理论基础 13](#_Toc17380)

[2.1 相关概念 13](#_Toc27754)

[2.1.1 政务新媒体 13](#_Toc17061)

[2.2.2 政务微博 13](#_Toc30268)

[2.2.3 政务微信 14](#_Toc1937)

[2.2.4 政务抖音 15](#_Toc8817)

[2.2 理论基础 15](#_Toc11173)

[2.2.1 新公共服务理论 15](#_Toc28478)

[2.2.2 新公共治理理论 16](#_Toc196)

[2.2.3 社会治理理论 16](#_Toc2422)

[2.3 本章小结 17](#_Toc261)

[第三章 江苏省政务新媒体建设发展现状与存在问题分析 18](#_Toc18711)

[3.1 江苏省政务新媒体建设发展现状 18](#_Toc31119)

[3.1.1 江苏省政务新媒体建设发展总体情况 18](#_Toc20301)

[3.1.2 政务微博应用情况 19](#_Toc21781)

[3.1.3 政务微信应用情况 23](#_Toc14691)

[3.1.4 政务抖音应用情况 26](#_Toc19316)

[3.2 江苏省政务新媒体建设发展存在的问题调查 27](#_Toc14468)

[3.2.1 调查问卷的设计与发放 27](#_Toc9984)

[3.2.2 被调查对象的描述性统计分析 28](#_Toc7222)

[3.3 江苏省政务新媒体建设发展存在的问题 30](#_Toc5508)

[3.3.1 政务新媒体部署缺乏全局战略 30](#_Toc3572)

[3.3.2 政务新媒体平台运营水平偏低 32](#_Toc27144)

[3.3.3 政务新媒体双向互动交流不足 35](#_Toc28243)

[3.4 江苏省政务新媒体建设发展存在问题的原因 38](#_Toc7625)

[3.4.1 政务人员对政务新媒体的重视程度不足 38](#_Toc2198)

[3.4.2 政务新媒体建设监督审核机制不完善 38](#_Toc4627)

[3.4.3 政务人员主动服务意识不强 39](#_Toc14239)

[3.5 本章小结 40](#_Toc25058)

[第四章 国内外政务新媒体发展建设经验借鉴 41](#_Toc12184)

[4.1 国外政务新媒体经验借鉴 41](#_Toc18791)

[4.1.1 澳大利亚统筹政务新媒体建设 41](#_Toc31189)

[4.1.2 美国积极优化新媒体政府信息互动平台 42](#_Toc6893)

[4.2 国内政务新媒体经验借鉴 43](#_Toc23728)

[4.2.1 宁夏政府积极打造“问政银川”系列政务微博 43](#_Toc13234)

[4.2.2 数字化助力浙江政务新媒体运营 43](#_Toc30586)

[4.3 国内外政务新媒体发展建设经验启示 44](#_Toc14506)

[4.3.1 政府做好统筹规划政务新媒体体系建设工作 44](#_Toc23217)

[4.3.2 制度为政务新媒体的建设发展提供保障 44](#_Toc25165)

[4.3.3 结合民众需求创新优化政务新媒体内容 45](#_Toc26388)

[4.3 本章小结 45](#_Toc6108)

[第五章 推进江苏省政务新媒体建设发展改革的对策 46](#_Toc21084)

[5.1 积极做好政务新媒体战略布局 46](#_Toc24001)

[5.1.1 优化政务新媒体的资源配置 46](#_Toc26263)

[5.1.2 加强政务新媒体的监督管理 46](#_Toc30707)

[5.1.3 高度重视政务新媒体管理工作 47](#_Toc31096)

[5.2 提升政务新媒体服务管理水平和运用能力 47](#_Toc26763)

[5.2.1 加强新媒体复合型人才培养和引进 47](#_Toc17184)

[5.2.2 健全政务新媒体内容审核机制 48](#_Toc29673)

[5.2.3 加强政务新媒体考核评价 49](#_Toc14373)

[5.3 充分发挥政务新媒体的互动沟通作用 49](#_Toc24348)

[5.3.1 提升平台的互动质量和效率 49](#_Toc26853)

[5.3.2 建立通畅便捷的信息交流渠道 50](#_Toc618)

[5.3.3 强化政务人员的主动服务意识 50](#_Toc14445)

[5.4 本章小结 51](#_Toc22820)

[第六章 研究结论与展望 52](#_Toc3948)

[6.1 研究结论 52](#_Toc16695)

[5.2 研究展望 53](#_Toc5148)

[参考文献 54](#_Toc28688)

[附录 54](#_Toc30204)

# 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》[[1]](#footnote-0)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。

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。

本文以江苏省的政务新媒体为研究对象，通过调查问卷、比较分析等研究方法，找出其在政务新媒体的发展建设中存在的问题及原因，通过借鉴国内外的优秀案例，探索出适合江苏省政务新媒体的改革策略。

### 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。

#### 1.1.2.1 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。本文以江苏省的政务新媒体为研究对象，研究其发展过程中存在的问题并提出相应的改革措施，具有一定的理论意义。

1. 在理论应用方面，本文以新公共服务理论、新公共治理理论和社会治理理论为基础，将这些理论应用到江苏省的政务新媒体的发展建设中，得出促进其政务新媒体发展的措施，对于理论的应用范围具有一定的扩充意义。另外，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. 在研究成果方面，通过梳理国内外对于政务新媒体的研究发现，虽然目前国内外关于政务新媒体的研究比较多，但是大多是根据具体的研究对象具体分析问题，对于本文的研究对象的适用性不足。因此本文以江苏省的政务新媒体为研究对象，结合相关理论对其具体分析，在一定程度上丰富了政务新媒体的研究。

#### 1.1.2.2 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。

第一，对江苏省政务新媒体而言，本文通过调查分析，对江苏省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。得出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依据和实践应用。

第二，对我国建设政务新媒体而言，通过对江苏省政务新媒体建设发展的分析研究，提出相应的优化建议。提出的包括新媒体战略布局、提升运营水平和发挥互动交流的作用等方面的改革建议，可以为我国其他省市的政务新媒体的建设发展提供一定意义的启示。

## 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

#### 1.2.1.1 政务新媒体发展

Mergel（2019）认为，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]。对于什么是政务新媒体发展的核心要素，Ralf（2019）做出研究，认为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]。

综上所述，国外学者对于政务新媒体的发展持积极态度，认为政务新媒体是政务落实的一个很好的渠道，并且通过政务新媒体是一个良好的沟通桥梁，可以促进公众与政府人员的交流，从而参与到公共决策中。

#### 1.2.1.2 政务新媒体政策

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]。D F（2018）指出，政府机构开设了“两微端”等新的行政媒体，提高了政务信息的公开传播水平，但新型政务媒体政策建设上存在联动机制现实不完善等问题[7]。

综上所述，关于政务新媒体政策，首先肯定了政策对于政务新媒体发展建设的意义。对于如何建设政务新媒体政策，国外学者普遍认为当前应该从政策工具上着手建设，针对当前政务新媒体建设存在的问题，提出政务新媒体政策建设的相应建议。

#### 1.2.1.3 政务新媒体存在的问题

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]。Ma（2021）基于微信的新媒体时代政府舆论管理问题的解决方案，对于政府高效做好新媒体时代的舆论管理工作具有重要的现实意义[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，Dong（2020）基于信息接受理论，资源整合和集群传播是政务新媒体的大趋势，建立了一套定量与定性评价、内容供给与用户体验评价、传播功能与效率评价相结合的体系，对政务新媒体的聚类传播力进行评价，可以调整传播策略，加快传播效率，提升政府公信力，促进服务型政府建设[12]。Lv（2018）提出，法院要适应新媒体时代的挑战，不仅要注重法院自身的工作，更要做好舆论引导。人民法院要积极利用新媒体平台的优势和特点，从传统的工作模式向创新的工作模式转变，运用新媒体技术和平台，促进司法宣传的成功，提高人民法院的亲和力和公信力[13]。Ying（2021）在调查政务开放发展现状的基础上，从完善数据开放基本理念、战略部署、制度机制、平台建设、社会服务等方面，提出了政府数据开放顶层设计的主要思路[14]。

从上面的文献梳理可以看出，关于政务新媒体存在的问题，国外学者主要从政府层面和公众层面两个角度进行研究的。在政府层面上，政务系媒体的建设需要政府注重与媒体的关系，维持政府的良好形象。在公众层面上，国外学者主要关注新媒体传播的策略，强调转变传统的传播方式，更好地为公众服务。

#### 1.2.1.4 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。

Szostek（2018）考察了学生如何理解他们在国家和非国家来源中遇到的关于国际事务的冲突叙述。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[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]。Ma（2021）提出了基于微信的新媒体时代政府舆论管理问题的解决方案，对于政府高效做好新媒体时代的舆论管理工作具有重要的现实意义[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的反映出政务新媒体在社会治理方面的综合影响力[18]。Rosario（2018）分析了西班牙公民在与当地政府的关系中使用的各种形式的社交媒体Twitter或Facebook，研究结果表明，在参与地方政府事务方面，Facebook比Twitter更受欢迎。与公民参与相关的其他因素包括在线透明度、情绪、社交媒体活动水平以及当地政府网站提供的互动性。这项研究的发现有助于理解所采用的社交媒体类型如何影响公民参与[19]。

综上所述，对于政务新媒体的发展对策，从完善政务新媒体的政策制度，建立政务新媒体的评估体系等方面着手，促进政务新媒体的更好发展。对于政务新媒体的不同类型，不同学者也提出了针对性的发展对策。

### 1.2.2 国内研究现状

#### 1.2.2.1 政务新媒体发展

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]。薛雨桐（2022）指出互联网催生了“全民议政”时代的到来，政府和人民群众已成为双向互动的关系，政府形象的好坏直接影响政府在人民群众中的公信力，同时人民群众的评价与看法也能直接影响政府形象，政务新媒体平台是政府与人民群众间重要的沟通渠道，近年来越来越多的政务新媒体强化在网络上与受众的沟通联络，通过探索如何通过“人格化”传播推进政务新媒体的创新发展，有利于找到建好、用好、管好政务新媒体的有效路径[23]。

综上所述，国内学者对于政务新媒体的发展主要从政务新媒体发展规划、政务新媒体传播方式上进行政务新媒体的研究。另外，国内学者也指出，政务新媒体的发展应该坚持问题导向，与国家发展的步调保持一致。

#### 1.2.2.2 政务新媒体建设

徐晓婧（2021）基于智慧城市发展的视角，探寻了柳州市政务新媒体建设在性质层面、人才层面、动力层面和技术层面的破解之道，以此助力城市的高质量发展[24]。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[25]。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[26]。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[27]。付伊（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言交际，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[28]。张玉妍（2022）在研究中提出政务新媒体成为实现政府与民众有效沟通的重要桥梁，同时政务新媒体在主流价值观的引导中起着关键性作用，要求政务新媒体要更好地推进政府政务公开、增强政府工作能力、创新社会治理格局，以塑造政府形象[29]。

综上所述，对于政务新媒体建设，国内不同学者从不同角度提出了看法。政策层面要对政务新媒体的建设提供制度保障，建立人才体系保障政务新媒体运营水平，但政务新媒体的建设是为公众服务的，要利用政务新媒体建立起政府和公众的良好沟通。

#### 1.2.2.3 政务新媒体存在的问题

蔡德发（2018）提出，当前黑龙江省政务新媒体建设面临信息发布理念滞后、平台运营缺乏专业管理、政务新媒体联动机制不健全等现实困境[30]。贾哲敏（2022）从内容产制、运营保障、内生性反思、创新困境四个层面系统解析了目前政务新媒体面临的诸多问题[31]。左颖（2021）提出政务新媒体普遍存在内容质量不过关、运营管理不规范、审核把关不到位等诸多问题[32]。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[33]。杨航（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[34]。赵悦辰（2020）发现新媒体时代下海关文化传播存在缺乏吸引力，缺乏专业人员技术，易被“泛娱乐化”侵扰等问题[35]。曲家谊（2022）通过对现阶段基层政务新媒体优化运营的研究，发现其存在发展时间较短，发展条件受限等问题，从而导致在建设运营过程中出现定位不准，质量不高，缺乏人才等方面的不足，造成基层政务新媒体对于政务部门本身的职能没有充分发挥作用[36]。赵玲霞（2020）探究了清远市政务微信发展现状，查找新媒体视角下制约政府服务能力提升的限制性因素，发现清远政务微信在平台建设，运营，管理等方面存在的问题[37]。唐娜等（2022）指出随着移动媒体的迅猛发展，政务新媒体平台正成为用户了解政务信息的重要渠道，作为党和国家全新的耳目喉舌，其传播的政务信息难免在亲民层面有所欠缺[38]。龙凯凤（2022）指出政务新媒体承担着越来越重要的角色，但是很多政务新媒体尤其是一些地市级的政务新媒体还存在着定位不清晰、更新不及时等诸多问题[39]。

从以上分析可以看出，当前我国学者对于政务新媒体发展存在问题的研究颇丰，而研究发现的主要问题主要包括：管理不规范、审核机制不完善、专业人才缺乏、定位不转等。

#### 1.2.2.4 政务新媒体发展对策

赵新彬（2018）以互联网技术为基础优化公安组织结构和业务流程，完善以公众为中心的服务体制机制，加强人才支撑队伍建设，强调尽快构建一种真正推动“互联网＋政务服务”不断深入发展和有助于激发人民警察使命感和责任感的行政服务模式[40]。黄宇斐（2020）以新公共服务理论为基础，浅析我国政务新媒体发展的特点，以及在政务新媒体建设过程中存在的问题，提出加强政务新媒体建设的建议[41]。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[42]。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[43]。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[44]。高玮（2020）探讨了当前公安政务新媒体话语传播存在的问题，剖析其成因，并从职责定位，话语主体，话语内容，话语传播，话语导向，话语艺术，话语环境等七个方面提出改进建议[45]。陶青（2020）基于新媒体快速发展的趋势背景，对政府部门政务新媒体的运用现状，存在问题等进行剖析，并提出完善运维的策略，为建设充满吸引力和活力的新媒体宣传和服务阵地提供参考与借鉴[46]。巩硕（2022）指出要想提升用户使用政务新媒体的使用满意度，不能只是单纯地搬运政府发布的最新政策，要积极发挥新媒体传播优势，以用户为中心创新策略完善自身，与用户做好有效沟通进而最大程度地为用户发声，真正做到为人民服务[47]。屈斯薇（2022）指出在互联网环境下，随着政务新媒体发展速度加快，其在推动政务公开和引导网络舆论等方面发挥了重要作用，但作为一种新尝试和新应用，政务新媒体在具体发展中也遇到一些问题和挑战，并从角色定位、内容完善与参与互动等维度提出解决对策[48]。罗郑雅等（2022）从梳理政务新媒体矩阵的内涵及功能出发，基于矩阵功能发挥、矩阵扩散机制和矩阵信息共享三方面分析了我国政务新媒体矩阵存在的问题，最后从注重公众需求导向、拓展矩阵功能和加强数据联通三方面提出了优化我国政务新媒体矩阵的对策[49]。

针对政务新媒体发展过程中存在的问题，国内学者也提出了针对性的改革建议，主要包括：精准定位新媒体平台、以大众需求为导向制作发布政务新媒体内容。建立专业的运营人才队伍等方面。

### 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。但是近年来随着信息技术的不断发展，政务新媒体的形式和内容也在不断丰富，所以以前的研究对于现在政务新媒体的发展的适用性不足，这就给本文的研究提供了空间。

本文针对江苏省政务新媒体的发展现状，采用调查问卷的研究方法对江苏省政务新媒体的发展做出评价，根据调查结果总结出其存在的问题，在借鉴国内外优秀经验的基础上提出应对措施。

## 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。

第二章政务新媒体相关概念和理论基础。主要通过理论层面去明确政务新媒体具体含义，提出本文研究的而理论基础，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。

第三章江苏省政务新媒体发展现状及存在问题研究。从整体发展现状出发，结合部分政务样本分析，采用调查问卷的分析方法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。

第四章国内外政务新媒体发展建设经验借鉴。从国外国内两个视角，分别选择两个案例，分析其发展政务新媒体的优秀经验，并总结出其对江苏省政务新媒体发展的启示意义。

第五章推进江苏省政务新媒体建设发展改革的对策。对应上一章提出的江苏省政务新媒体建设存在的问题，从战略布局、运营水平和互动沟通三个方面提出江苏省政务新媒体发展的优化建议。

第六章结论与展望。对本次研究成果进行总结，提出研究存在的不足之处并对以后的研究做出展望。

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）问卷调查法

问卷调查法是研究者根据实际需要，按照一定的逻辑设计一系列问题汇总成问卷，以问卷为工具收集数据的方法。本文以研究江苏省政务新媒体发展建设存在的问题为主要目的，在该区域内采取问卷调查法开展调查，问卷主要涉及被调查对象的基本情况、对江苏省政务新媒体的评价等方面内容。

（3）案例分析法

本文国外以美国，澳大利亚，国内以浙江，宁夏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

本课题研究的创新点主要有以下两个方面：

第一，从研究对象角度来看，通过对相关资料文献的梳理归纳发现，在当前时期，国内诸多学者在研究政务新媒体问题上，主要选取的研究对象是政务新媒体发展水平较高的地区，而对类似于江苏省等政务新媒体发展水平相对较低的地区缺乏关注，本文选取的研究对象是政务新媒体发展水平较低的江苏省，提出合理的建议及对策，对于其他地区也起到了一定的借鉴意义，具有一定程度的普适性，有助于提升我国政务新媒体的综合发展水平。

第二，从研究角度来看，以往的相关研究主要集中于某一类政务新媒体，如微博等，对于其他类型的研究成果相对匮乏，究其原因，主要是因为微博平台是政务新媒体诞生的起源地，同时，由于微博其他有关研究不断丰富，也进一步推动了政务微博的发展。伴随着新媒体时代的全面发展，政务新媒体不再仅限于微博领域，在其他领域都开始活跃起来，因此要把政务新媒体作为一个整体进行考察。

# 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”和“新媒体”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[50]。

微信、微博等媒体，相对于传统的电视、电台、报纸而言是新出现的媒体平台，被称为新媒体[51]。这些新媒体平台的产生是需要依靠数字技术和网络作为载体的，并不是凭空就可以出现的。新媒体中有一类媒体就是政务新媒体。如果根据政务新媒体传播途径的特点，政务新媒体广义的定义为政务APP、微博、微信等所有能够承载政务运行的数字媒体。政务新媒体狭义的定义为政务微博和政务微信等媒体。《关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》（下文中简称为《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。

本文采用《意见》对政务新媒体的定义，对政务新媒体这一概念的界定是：政务新媒体是由各级行政机关、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。对于本文而言，根据现在江苏省政务新媒体建设情况，主要探讨狭义定义的政务新媒体，政务微信和政务微博。当前，随着科学技术日新月异的发展，新媒体平台更新迭代的速度不断加快，依托于新媒体平台的政务新媒体也处于变化发展的状态，其形式也是多元化的，不是一成不变的。所以政务新媒体的外延也会随着科技的发展而不断扩展。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。

### 2.2.2 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，政府也能通过微博热点来了解社会关注点，通过互动发掘群众的一些需求。政务微博是政府和公共进行互动的重要渠道，是党政机构或者党政工作人员实名认证之后成立的，用于公开发布政务信息、理论基础信息等，从而不断加强与公众之间的沟通和交流，更好地树立政府形象[52]。在中国，相较于其他类型的政务新媒体，政务微博的起步较早，至今已有十余年。政务微博具有大众化、及时化、便捷化的优势，能够将政务信息准确、及时的进行公布，还能够引导社会舆论，对于提升政府公信力具有十分重要的意义。政府在微博上开通官方认证账号，发布有关政府公告的帖子，宣传地方政府特色服务，并让群众广泛参与进行评论，发表群众意见。群众也能通过关键词搜索了解更详细的官方信息，了解政府工作内容，从而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。政府有作为能很大程度上促进社会主义和谐健康发展。可以说，政务微博的政务功能尤其是舆论导向、聚合作用非常突出。

### 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。政务微信是由党政机构注册的，通过视频、语音、图片、文字等方式，将行政性事务进行发布，或者通过政务微信答复公众关心的问题，总之，政务微信是党政机关公开政务信息的平台之一[53]。政务微信不仅可以发布政务信息，还能够在平台上为公众提供政务服务，实现与公众之间的互动和交流，促进公共管理主体多元化、社会化，建立与人民群众良性互动的平台，树立良好的政府网络形象。政府部门通过微信平台与公众进行政务互动，推送信息和网上民意调查功能，可以倾听民众的声音，回答民众的问题，解决民众的关切，从而在新的环境下，构建政府的开放式互动机制。政府微信已经打破了政府部门的围墙，使政府部门在网民中，加强公民和政治交流，这也体现了阳光政府、开放政府的理念。总之，政务微信发布的信息是经官方审核的，是真实的、权威的，在公开政务信息提供政务服务的同时，向公众展示良好政务形象的平台。

### 2.2.4 政务抖音

抖音全称抖音短视频，是一款短视频社交软件，用户通过拍摄短视频并发布到个人主页，即可自动推送到用户的“粉丝”或对该作品相关内容感兴趣的用户的首页。2016年是短视频发展元年，大量短视频流量涌入互联网，头条抖音凭借着自身独特的短视频传播方式，更便于政府传递国家重大方针，相关法律法规的解读，因此政务抖音号开始受到各级政府部门的追捧，政府也顺势紧跟时代潮流，在抖音的新媒体平台上开设政务抖音头条账号。抖音头条政务平台发布的内容不同于微博和微信，可以通过视频形式发布与其他政务媒体互相补充，在常规运营上可以更主动地传递正能量，主流文化价值的宣传，扩大主流文化价值阵地。鉴于目前国内对政务抖音尚无明确、统一的界定，借鉴“政务微博”的定义，本文将政务抖音定义为：我国各级党政部门入驻抖音平台完成认证，通过抖音账号发布的用于公开政务信息，传播党政理念，实现网络参政、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

20世纪80年代，美国公共管理学家罗伯特.B.登哈特提出了新公共服务理论，他是基于公共管理理论提出该理论的新公共服务理论自被提出后就迅速在西方国家传播开来[54]。注重民主价值和公共利益是新公共理论的重要内容，各级政府部门不仅要通过政务新媒体给公众提供各种决策意见，还要结合公众的需求提供一些便捷服务。而政策落实状况不建议政府干涉，这是由于政府应将服务作为重点，而并非管控；应将公众切身利益放置于首位，而并非为当前的社会生产力。对于市场一般规律的掌握，是新公共管理之中的一项关键点。政府在开展行政管理工作时，需做到充分顺应民众意愿，而在进行管理时，所处角色即为“管家”。应针对具体状况，判断是否引进适宜的市场竞争机制，使得社会营利机构能够负责于服务的供给，以有效的竞争，增强政府展开行政工作的成效。除此之外，此种方式也有助于控制政府在资金方面的消耗及投入，做到降低税费的开支，同时政府的行政方式也发生了改变，体现在由从前的管理型变化为当前的服务型。

根据新公共服务理论，由于政务新媒体的参与，公众有效参与到社会治理更加便捷了，这大大提高了公众的积极性，通过政务新媒体，公众可以将自身诉求直接反映给响应的部门，这不仅大大缩减了群众利益诉求时效，也可为政府与公众之间的积极互动及交流做好保障。而从政府层面而言，政务新媒体渠道的畅通更加能够体现出政府的民主，通过政务新媒体，及时将政府信息进行公开，接受广大群众的监督，调查公众的意愿等，这对于民主社会的构建是十分重要的。此外，让公众通过政务新媒体广泛参与到社会治理中，这是一种新的政府治理模式，这对于构建服务型政府是十分有利的。

### 2.2.2 新公共治理理论

英国爱丁堡大学教授史蒂芬·奥斯本在《公共管理评论》的一次编辑会上首次正式提出“新公共治理”[55]。在他看来，新公共治理既不是公共行政的一部分，也不是公共管理的一部分，而是超越“行政－管理”两分法的一种全新治理方法，它具有自身特点可供选择。新公共治理理论目前快速发展，是一种全新的理解公共服务提供和公共政策实施的体制。新公共治理理论强调“服务主导逻辑”，它认为生产与消费发生具有同步性、服务具有无形性，以及服务具有使用者也是共同生产者的特征。目前，新公共治理已经被看作是理解、评价和指导未来公共服务提供的重要理论概念和行动指南。但是，正是由于新公共治理理论是一种新型理论，在该理论方面尚未形成普遍统一的观点，不同学者在不同层面上对其进行了研究，得出的结论也有所差异。

### 2.2.3 社会治理理论

早在20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，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[56]。

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。

## 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，全面厘清政务新媒体这一核心点的组成，为下一步的研究江苏省政务新媒体现状、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，其中新公共服务理论、公共治理理论与社会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

随着互联网技术的发展壮大，媒体社交平台对于群众生活的影响越来越大，群众越来越依赖比如微博，微信和抖音等媒体平台在信息传递，互动沟通，便捷办事等。在此情况下，我国政府部门同样重视将政府服务和媒体融合，将政务新媒体的建设纳入国家发展规划中。在国家的战略指导下，江苏省积极开展政务新媒体建设，把政务新媒体规范发展作为落实网络意识形态责任制，深化拓展政务公开和“互联网+政务服务”，持续提升政府网上履职能力的重要工作加以推动。目前江苏政务新媒体已经实现省市区三级互联，经统计，截至2021年12月，江苏省所有政务新媒体总计3544个，按开设主体分，省级部门单位开设政务新媒体119个，设区市政府及其部门开设政务新媒体1191个，县（市、区）政府及其部门、所属乡镇（街道）开设政务新媒体2234个。按政务新媒体类型分，微信2506个，占比70.5%；微博676个，占比19.2%；移动客户端63个，1.9%；其他类型299个，8.4%[[3]](#footnote-2)。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[[4]](#footnote-3)

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[[5]](#footnote-4)

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，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。

江苏省政府办公厅对近几年的政务新媒体工作总结，提出要重视政务新媒体建设发展，压实各方责任，细化执行措施，制定出台了《江苏省政务新媒体规范发展指引》[[6]](#footnote-5)。江苏各地政府，各部门有了新媒体规范发展政策，紧跟政策迅速落实。江苏省各地政府各部门共同推动政务新媒体高质量发展；积极发挥政务新媒体优势，服务常态化疫情防控；积极推进网上办事，提高全程网办效率和质量，让群众“少跑腿”；严禁就账号推广、打卡、关注、点赞等向基层摊派任务，坚决杜绝“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，经过微博平台认证的政务微博已达到177437个，其中政务机构官方微博140837个，公务人员微博36600个，2018至2021年微博平台认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，我国31个省（区、市）均已开通政务机构微博。其中，河南省各级政府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3-4所示。

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》中全国各个省份的政务微博竞争力数据。江苏省在政务微博的传播力，服务力，互动力和竞争力指数排在前位，说明江苏省在政务微博应用上还是做出了很多努力。但同时与四川省相比还有很多的改进空间，尤其在政务微博的传播力上仍然还需要做更多的工作。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[[7]](#footnote-6)

同时对江苏省内的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。@徐州发布、@淮安发布。2021年，头部账号均能较好地与广大网友进行有效互动，如国家公祭日，@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。全国政务微博广泛参与，联动媒体、明星、音乐、公益等领域支持，和亿万网友一起，传递和平之花，铭记历史，守望和平。@连云港发布、@镇江发布和@常州发布分别排在江苏省政务发布微博排行榜后三位。从具体数据中可以看出江苏省各地级市在政务微博的传播力，服务力，互动力和认同力有很大区别，甚至出现了拖后腿的现象。如表3-2所示。

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 |

数据来源：新浪微博[[8]](#footnote-7)

目前江苏省在微博社交平台上创建的政务账号，其涉及多个领域，例如信息发布，消防、电力，气象以及旅游部门等。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，消防部门通过此方式来宣传消防知识等，气象部门可以利用网络平台及时向群众推送天气状况。表3-3是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[[9]](#footnote-8)

从上表也可以看出，江苏省政务微博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TOP10的政务发布媒体公众对他们的认可度不高，互动能力不足，服务能力欠缺，传播影响力不够，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

（1）我国政务微信总体建设情况

截至2021年12月，政务微信公众号注册号达到82957个，具体如图3-5所示。

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，我国已经有超过31个省市开通了政务微信公众号，其中山东省作为开通政务微信公众号的大省，合计共开通了7874个政务微信公众号；另外，有10个省市开通政务微信公众号数量在3000个以上，具体如图3-6所示。

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

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2021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。2021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3-4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3-4 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[[10]](#footnote-9)

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。具体数据如表3-5所示。

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 |
| 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[[11]](#footnote-10)

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

（1）我国政务抖音总体建设情况

截至2021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3-7所示。

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调查

### 3.2.1 调查问卷的设计与发放

为了调查民众对江苏省政务新媒体的评价，根据江苏省政务新媒体的实际情况设计了调查问卷。本次问卷调查采用的方法是抽样调查法，用以兼顾不同年龄、性别、户籍、文化程度和职业的调查对象对社区公共文化服务的意见。调查方式是留置问卷、定点拦访和网上问卷调查等，对江苏省政务新媒体满意度情况进行调查。

本次问卷调查从获取信息渠道、办理相关业务渠道、沟通互动渠道三个方面，收集民众对江苏省政务新媒体的宣传属性、办事属性、互动属性方面的意见建议。此外，根据各类政务新媒体的不同特点，收集民众对江苏省各新媒体差异化发展的意见建议。问卷分两个部分，问卷第一部分为被调查对象的基本情况；第二部分为调查问卷的主体部分，从信息获取、办理相关业务和沟通互动三个方面对江苏省政务新媒体的发展状况进行调查。问卷填写人根据关注江苏省政务新媒体后的使用体验和满意程度进行打分。李克特五级量表已被学术界广泛应用，因此本文的问卷选项设置依次有“1分”（很不满意）、“2分”（不满意）、“3分”（一般）、“4分”（满意）、“5分”（非常满意）这五个层次，被调查对象根据自身对江苏省政务新媒体的满意度情况进行打分。

本次问卷采取线上和线下相结合的问卷发放方式，线上主要通过问卷星转发的方式发放问卷；线下主要采取在江苏省各个区市随机发放纸质问卷的方式，进行现场调查。本次调查问卷共发放285份，回收有效问卷280份，问卷有效率为98.2%。

### 3.2.2 被调查对象的描述性统计分析

被调查者在性别构成方面，男性有94人，占比33.57%，女性有186人，占比66.43%。被调查对象的性别构成如下图所示：

图3-7 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

被调查者在年龄方面，28-40岁有96人，占比34.29%；16-28岁以上有84人，占比30%；40-55岁有59人，占比21.07%；55岁以上有25人，占比8.93%；16岁以下有6人，占比5.71%。

图3-8 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

被调查者在职业方面，事业单位人员78人，占比27.86%；企业单位人员有48人，占比17.15%；党政单位人员有65人，占比23.21%；其他人员有35人，占比12.5%；自由或流动职业者有20人，占比7.14%；在校学生有24人，占比8.57%；离退休人员6人，占比2.14%，无业者4人，占比1.43%。

图3-9 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

被调查者在文化程度方面，初中及以下的有48人；高中、中专及职高的有52人；大专的有71人；本科学历的有95人；硕士及以上的有14人。

图3-10 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

江苏省的13个地级市的政务新媒体发展水平差距较大，这就说明了江苏省各级政府在政务新媒体建设上各自为政，没有充分落实发展要求，没有一个统筹全局的建设观念。

第一，管理人员对政务新媒体的认识不足。很多政府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。比如部分单位政务新媒体虽在省备案系统备案，但在对应第三方平台搜索不到相关信息；有的政务新媒体已发停更公告，但在备案系统未及时更新。比如，“江苏省空气质量”移动客户端存在“睡眠”现象。

第二，缺乏监督管理。江苏省部分政务新媒体在监督管理中存在漏洞、机制不健全，舆情处置或迟缓或不当，存在关键时刻“掉链子”。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，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。根据新公共服务理论，在加强民主治理，塑造透明政府，促进公民利益表达和政治参与，优化政务服务等方面，政务新媒体能够起到的积极作用不容小觑。但是由于江苏省政务新媒体的监督管理不到位，导致了许多问题。

第三，各政府部门之间联通机制较为匮乏，各平台发展差距较大。目前江苏省各行业、各层级的政务新媒体平台大部分为割裂状态，并没有集中管理和运营，这不仅增加了政务新媒体维护、管理的成本，还降低了政务新媒体的标准化和互通化，各个政务新媒体由于各自为政，导致无法形成规模化的集聚效应。对常用的信息获取渠道进行调查，发现政务新媒体已经成为民众获取信息的重要渠道。但各政务新媒体发展不均衡，政务微信公众号已逐步成为最主要的获取信息方式之一，而政务微博关注人数较少。

图3-11 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

由调查问卷的数据可知，目前江苏省政务新媒体各平台的发展存在较大差异。由于政府部门之间在资源共享、利益分配上有时会产生矛盾，而且有的部门更希望能够私享数据信息，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需要不断提高。但就目前来看江苏省政务新媒体的运营存在一些问题。

1. 政务新媒体平台建设冗余，形式主义严重。根据江苏省季度全省政务新媒体检查抽查工作总结，截至2021年12月，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2239个官方账号，微博有500个，其他类型403个。如此多的官方账号，包含了不少“僵尸号”、“睡眠号”政务新媒体形式主义的账号。比如“@浦口疾控”，其认证写的是江苏省南京市浦口区疾病预防控制中心官微。截至今年6月12日，该账号粉丝量为20个。3年多来，该账号仅发布了29条微博，原创内容很少。对江苏省政务新媒体的关注情况进行调查，发现大部分人对政务新媒体有了解，其中了解并关注的人数达到一半以上，占比75%；了解但不太关注的占比20；完全不了解不关注的占比5%。具体调查情况如下图所示：

图3-12 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

图3-12可知，目前江苏省政务新媒体的受众较广。在对使用政务新媒体获取信息的调查中，发现较多的人通过政务新媒体获取相关信息。但是在调查中也发现了江苏政务新媒体平台设置数量较多，存在不精简的问题。在“您关注的本地政务新媒体的数量有多少”进行调查时，发现一半以上的人关注的平台数量在6-10个之间，有45人关注了10个以上。而设置特别关注的人占比较小，占到25%。调查结果如下图所示：

图3-13 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

由图3-13可知，民众对于江苏省政务新媒体平台的关注数量较多，但很多只是设置关注，但很少甚至不会查阅其发布的内容，从侧面反映出目前江苏省政务新媒体的形式主义严重。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。

1. 内容审核机制不完善。政务新媒体发布内容更新不及时，发布信息有错别字，或者停止更新的情况，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。比如全省7个政务新媒体存在“监测时间点前2周内无更新”问题，如“江苏网警”抖音短视频、建湖县“九龙口镇人民政府”微信、镇江市润州区“润州普法”微信等，其中“润州普法”微信超半年未更新。19个政务新媒体存在“1周无更新”问题，如省林业局“太湖风景名胜区”微信、无锡市梁溪区“听江海”微博、常州市新北区“五彩薛家”抖音短视频等。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。

在对政务新媒体对信息内容的评价上，对内容的价值性评价集中在2-3分之间，4-5分的占比很少，仅有23%，说明江苏省的政务新媒体发布内容的价值性不高；对内容实用性的评价集中在3-4分之间，说明江苏省政务新媒体发布内容较实用，但还有提升空间。同价值性一样，对内容的针对性的评价集中在2-3之间，说明江苏省政务新媒体的各平台没有明确的定位。具体调查结果如下图所示：

图3-14 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

由调查问卷的数据可知，民众对于江苏省政务新媒体信息内容的评价不高。江苏省政务新媒体发布的内容不够丰富多样，缺少创新，这在一定程度上忽视了受众的需求，在内容发布上形式比较单一，发布的信息多采用文字的方式，生硬地传递政府工作动态，江苏省政务新媒体推送消息时语言容易官方化，会在无形中加大和公众的距离。政务新媒体更为注重信息发布的实际数量，能够保证高频率的更新，但是在保证数量的同时却没有严格把关质量，发布的内容多为本部门近期工作动态，语言极其官方，忽视了受众的需求，很难引起用户关注与共鸣。江苏省政务新媒体大多采用纯文字或者简单的文字与图片相结合的方式来推送消息，视频和音频很少被采用，导致民众阅读不友好，不具备吸引力。

第三，政务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。江苏省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，不能真正利用社交媒体。

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。

### 3.3.3 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[57]。对江苏省政务新媒体的业务办理进行调查，在对政务新媒体业务办理的评价上，有效解决民生诉求的评价集中在3-4分，说明江苏省的政务新媒体的业务办理功能较好，但还有提升的空间；在对平台稳定性的评价上，2-3分的评价最多，1分的评价也占了相应的比例，说明江苏省的政务新媒体的技术还不成熟；对提供服务的完善程度的评价集中在4-5分，说明江苏省政务新媒体的业务办理涵盖的范围较为全面，能够满足民众对各项业务的办理。

图3-15 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

由调查数据可知，目前民众对江苏省政务新媒体的政务办理评价较高。对于政务互动，大部分被调查者表示参与得较少，仅有58人使用过政务新媒体的政务互动功能，占比20.7%。对“您认为最方便的互动沟通渠道”进行调查，微信公众号和政务网站分别占据第一和第二位。

图3-16 沟通互动渠道调查

数据来源：作者根据调查问卷结果整理

由图3-16可知，在互动交流上，江苏省政务新媒体的作用还不突出。目前，江苏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，微信是进行政策解读，使群众能够更好地了解到政府所实施的各项惠民政策，同时微信还能提供网上政务服务，群众存在疑惑时，可以通过此方式与行政人员及时进行沟通。相比之下，微博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更好地了解到群众的需求。同时，短视频的兴起，政务抖音在宣传政府政策和引导社会主义核心价值观起到了越来越重要的作用。但是从目前的发展现状可以看出，更多的是说得多，在倾听，互动的能力上无法得到群众的认同，也没有充分利用各个平台的独特特性。

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。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 |

数据来源：江苏省人民政府官网[[12]](#footnote-11)

## 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。

（1）组织建设未统筹

目前，江苏省政务新媒体建设的整体管理构架不完善。一是存在多头管理、权责不清的情况，各部门之间没有形成工作合力，导致“都想管、都不管”问题频频发生，政务新媒体各项功能没有统筹考虑，业务需求、测试升级、宣传推广、问题解答、培训答疑等环节未明确分工、职责，导致了政务新媒体服务整体服务功能不强。二是各平台政务新媒体账号独立管理，部门间沟通不足，各政务新媒体账号都想做大做全，盲目开发特色服务功能，造成资源浪费，但民众普遍关心的服务功能却开发不全面，从实际开发进展和使用效果看，政务新媒体服务功能未完全得到民众的认可。

（2）资源投入不足

由于政务新媒体的运营需要网络技术和专业人才的支持，因此充足的政府投入是政务新媒体顺利运营的前提条件。在政府资金投入有限的情况下，江苏省政务新媒体的发展受到了较大程度的影响。目前，江苏省在政务新媒体建设方面没有专项资金的支持，各级政府部门由于没有专项资金的支持，政务新媒体基本都是依靠第三方来运营，离开了第三方的技术指导和支持，各级政府部门无法独立完成平台设计和维护。但是，在政务新媒体平台的实际运营过程中，问题是随时都会出现的，如果每次都需要第三方的技术支持，那么无法及时解决各种问题，这会导致政务新媒体的作用无法得到发挥，降低公众对政务新媒体的满意程度。

### 3.4.2 政务新媒体建设监督审核机制不完善

国务院办公厅在2019年4月19日，制定了《政府网站与政务新媒体检查指标》，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地运行。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。

在监管方面之上，发现江苏省政务新媒体在监管方面还存在诸多不足，因而会制约到政务新媒体的进步。再者，在监管层面之上也存在着明显的滞后性，则表现在某些领导者在实施管理时紧凑性不足，个别工作人员在开展工作时，态度不够端正，在权责执行的过程之中，不具备较好的约束性，致使执行成效未能得到保障。而僵尸号的产生，则说明在发文的频次上缺少具体的规定，不具备健全的约束及管控制度，所制定的考核机制还滞后于新媒体发展的步伐。

### 3.4.3 政务人员主动服务意识不强

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。从而真正地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。

政务新媒体是信息化时代的产物，很多政府部门的领导一方面认为政务新媒体与自身没有什么关系，不主动参与到政务新媒体建设中，认为这只是宣传部门工作的一种途径；另一方面政务新媒体的建设需要新思维、新习惯，害怕在实施政务新媒体建设时，产生难以应对的执政问题。所以持旁观态度来避免因操作失误所导致的问题，因为江苏省历史发展原因，对于政府机关有着很强的依赖，惯于应用以往的行政管理模式，导致工作展开较为滞后，工作主动性较差。部分政务人员不积极主动参与到政务新媒体建设工作中，长此以往对于政务新媒体建设工作十分不利。作为网络问政的一种新方式，政务人员在互动服务意识淡薄，导致江苏省政务新媒体的建设发展存在与民众互动交流不足的问题。

## 3.5 本章小结

本章首先介绍了江苏省政务新媒体建设发展的总体概况，通过调查问卷和样本分析的方法对其政务新媒体发展存在的问题进行调查，发现江苏省政务新媒体的发展建设主要存在三方面的问题，包括：缺乏战略布局、运营水平低和双向互动交流不足。根据江苏省政务新媒体的实际情况，找出其存在问题的对应原因，包含政务人员的重视程度不足、监督审核机制不完善和政务人员的主动服务意识不强三个方面。

# 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

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。

近几年，澳大利亚在政务管理方面利用特色互动栏目有效提升了相关工作的规范化程度，在网站平台下分别建立了公众咨询模块、博客模块以及好点子模块。第一，公众咨询模块。主要是集中发布一些政府制定的和大众相关的政策，在项目应用后有效借助网络体系和公众开展交流，是由澳大利亚政府所属的各个部门对其进行集中监管和负责。需要注意的是，这个模块整体项目不仅应用结构较为专业，且相应的管理流程也比较完整，其中，国家安全立法—公众咨询等项目得到了民众广泛的参与，并且能对政府制定合理且完善的政策提供相应的智力补充，具有一定的应用价值和意义。第二，博客模块，是澳大利亚总理的官方博客网站，总理会在博客上不定期地撰写文章，并且将其作为话题引发民众的讨论，其中不乏一些涉及民生政策的问题。但是，总理并不会在民众讨论下方给予评论。另外，澳大利亚总理还在博客上开通了一个互动栏目，称为“PMs Web Chat”。在这个栏目中能有效进行互动交流。第三，好点子模块，这部分是澳大利亚政府网站引导公民提出新想法和新观点的模块，能建立线上、线下相连接的平台，这个模块主要是依据大型论坛进行公众交流和互动。公众可以在线上针对具体主题提出观点和看法，政府则要结合网上的参与项目进行线下交流管理。例如，在2008年，堪培拉组织了“澳大利亚2020年高峰会议”。其中就有100多名澳大利亚各个地区的参会者，并且进行了两天的讨论，针对澳大利亚经济、文化以及政治等相关要素进行了集中交流[58]。

### 4.1.2 美国积极优化新媒体政府信息互动平台

在美国新媒体政务信息体系中，美国政府推动了“E外交”项目的发展，并且打造了白宫本网为核心的应用体系，在社交平台上完成信息的传播和互动，能有效建立健全完整的资讯传播流。

1. 白宫网站，在网站上主要是对总统的日程安排以及近期签署的相关法案进行集中标注，并且也对一些热点进行回应。政府正是借助积极的新媒体手段，能有效和网民建立即时性互动。
2. 推特。在美国新媒体政务信息监督体系中，推特具有非常重要的意义和价值，自从白宫加入相应媒体平台后，获得了不同群组的关注，尤其是白宫在推特上发布的相关标题和链接，能有效进行通知更新，并且引导美国网民对其进行点击和阅读，其中不仅包括文字、图片，还有一些视频，能形成良好的互动氛围。例如，美国白宫在推特上公布了总统的基础行程，白宫针对问题进行了集中解答。在2009年8月，肯尼迪参议员去世，白宫发布了相应的悼念信息和文章，引发了民众的互动和关注[59]。另外，美国前总统奥巴马在推特上针对美国政府调整阿富汗和巴基斯坦战略的演讲在推特上有相应的视频可供网友进行观看，并且配备了相应的演讲内容，形成了较为有效的互动氛围[60]。
3. Facebook，这也是美国民众应用较为广泛的媒体平台，在美国政府应用过程中，主要是对论坛、回复过程以及资料上传等互动功能模块进行总结和归纳，能有效完成信息的传递，将以文字、视频以及图片等信息作为交互项目。网民只需要进行关键词搜索就能对一些民生问题以及国家政务信息进行查找，并且能寻找到共同关注。在实际平台应用的过程中，政府相关部门主要是对网民较为关注的话题或者是意见进行政府反馈，也为政府制定相应的决策有较为有效的参考价值。值得一提的是，截至2017年，美国白宫在Facebook上的粉丝已经超过70万[61]。除此之外，在美国总统选举过程中，利用其进行选民发现和发动，将网民的关注度转变为实际的支持，能在提升支持率的基础上，建立更加亲民的管理互动。

第四，Youtube，这也是美国非常主流的宣传网站，应用网民数量基数较大，在美国前总统奥巴马竞选时，在Youtube上有相关的竞选视频，在网络视频反复观赏的基础上，能达到宣传的目的，且能有效整合用户的基础信息，建立良好的交流机制。

## 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

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”[62]。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[63]。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%[[13]](#footnote-12)，而这一数据也还在不断增长，如在2021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[64]。

### 4.2.2 数字化助力浙江政务新媒体运营

浙江——数字浙江2.0建设，在从全国范围来看，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[65]。

## 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

鉴于不同平台具有不同的特点和优势，微博、微信等新媒体也有不同的受众群体，因此各级政府应该结合各新媒体的优势，将微博和微信进行优势互补，从而有效提升政务新媒体的服务质量和服务效率。伴随互联网的迅猛性进步和飞跃，对于政务新媒体来说，其的类型也愈发多元，通常体现在抖音，以及微博等平台之上，但针对上述平台所设置的官方账号来说，彼此之间还难以联通，而这则会明显制约到政务新媒体效用的凸显，同时大量的政务新媒体账号也会分散政府的精力，从而降低政务服务效率，甚至有的地方还会出现账号“僵尸”账号的问题。所以江苏省政府部门不但要在不同的平台之上设置官方账号，也强调于在技术，以及内容的层面之上，确保不同平台之间的联通效果，最后实现建设出系统性的新媒体矩阵，发挥最大的作用。必须从信息源和形式两个方面加强政务新媒体之间的互联互通，这种互联互通应该是多方面的，跨类型的、跨层级的、跨机构的、跨地区的。

### 4.3.2 制度为政务新媒体的建设发展提供保障

强化对政务新媒体的监督和管理，完善监督管理机制，才能保证江苏省各级政府的政务新媒体正常运行。要实现科学监督管理制度的有效制定，应量化相应考核指标。对政务微博进行的考核，应将信息更新频率以及回复评论数等均作为重点。对政务微信所进行的考核，要侧重于政务服务，强化对版块及功能上的管理。当前在政务新媒体方面的监督制度已然更加细化，然而政务新媒体却处于持续变化之中，特别是对于新浪微博来说更会如此。以往新浪微博仅注重信息发布及互动，而在当前则是有了更多深受公众喜爱的功能，如话题榜，以及超话等[66]。为了在最大程度上拓展信息传递的覆盖面，实现功能的最大化，需要强调监管管理，要监管到位。

### 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输出上，要注重内容的原创性。对于政府来说，若想塑造良好的服务型政府形象，政务新媒体平台的内容就不宜过多地“复制”“转载”，而应该站在受众群体的立场上，更多地依靠内容的原创性来获得公众的认可，并借此提供更符合公众需求、更有诚意、更有质量的政务服务[67]。内容输出突出地方语言和文化特色。应以用户需求为导向，结合本地实际和工作特点，提供群众关心关注的信息与服务。在文字上可以选择更具亲和力的地方语言，形成独特的地区风格。内容呈现形式多样化。为了提升用户的关注度，可以利用新媒体图文并茂的特点，采用文字、图片、视频相结合的方式发布信息。在信息发布的过程中，尽可能多样化的语言风格，措辞严谨的同时还要适当地运用一些流行语，这样可以让文章更接“地气”，让用户能够轻松阅读，也拉近了公众和政府之间的距离。此外，也应持续优化互动交流方式，如开展线上民意调查等工作，深化和公众之间的互动。

## 4.3 本章小结

本章首先从国内和国外两个角度选取政务新媒体建设发展的典型案例，国外选择澳大利也和美国，国内选择了宁夏和浙江。通过对这四个国家和地区的政务新媒体建设的简单梳理，对比江苏省政务新媒体建设的实际情况，得到一些可以学习借鉴的建设发展经验以及启示，为后文江苏省政务新媒体建设发展的对策提供参考。

# 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。

### 5.1.2 加强政务新媒体的监督管理

江苏省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[68]。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。

### 5.1.3 高度重视政务新媒体管理工作

高度重视政务新媒体管理工作，将新媒体建设管理工作纳入重要议事日程，着力健全机制，召开会议专题研究新媒体建设工作，从认识、资金、技术、人员等方面全面强化新媒体建设管理工作保障，要求站在努力打造利企便民、人民满意的“指尖上的网上政府”的高度，从促进自然资源和规划事业发展的高度，全面强化新媒体建设和管理[69]。各地区、各部门要充分认识移动互联网环境下做好政务新媒体工作的重大意义，提高认识，转变观念，完善政务公开协调机制，将政务新媒体工作纳入重要议事日程。明确分管负责人，统筹推动政务新媒体与政府网站整体协同发展。加强政务新媒体管理，提供必要经费保障，配齐配强工作人员，专岗专责，抓好工作落实。建立完善与宣传、网信、公安等部门的沟通协调机制，共同做好发布引导、舆情应对、网络安全等工作。

## 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，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应。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。

### 5.2.2 健全政务新媒体内容审核机制

严格内容发布审核制度，坚持分级分类审核、先审后发，明确审核主体、审核流程，严把政治关、法律关、政策关、保密关、文字关。规范转载发布工作，原则上只转载党委和政府网站以及有关主管部门确定的稿源单位发布的信息，不得擅自发布代表个人观点、意见及情绪的言论，不得刊登商业广告或链接商业广告页面。建立原创激励机制，按照规范加大信息采编力度，提高原创信息比例。发布信息涉及其他单位工作内容的，要提前做好沟通协调。建立值班值守制度，加强日常监测，确保信息更新及时、内容准确权威，发现违法有害信息要第一时间处理，发现重大舆情要按程序转送相关部门办理。政务新媒体如从事互联网新闻信息服务或传播网络视听节目，须按照有关规定具备相应资质。

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。

### 5.2.3 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。

## 5.3 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。

### 5.3.2 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。

### 5.3.3 强化政务人员的主动服务意识

政务新媒体是移动互联网时代党和政府联系群众、服务群众的重要渠道，是加快转变政府职能、建设服务型政府的重要手段，是合理引导网上舆论、构建清朗网络空间的重要阵地，是探索社会治理新模式、提高社会治理能力的重要途径。今年是党的二十大召开之年，加强和规范政务新媒体运营管理，对于进一步畅通联系群众、服务群众的重要渠道，维护和谐稳定社会大局具有十分重要的意义。各单位要充分认识到移动互联网环境下做好政务新媒体工作的重大意义，高度重视政务新媒体运营与监管工作，切实明确责任领导和专职工作人员，优化政务服务，畅通互动交流，不断扩大政务新媒体传播力、影响力和公信力，统筹推进政务新媒体与政府网站整体协同发展。畅通政务新媒体互动渠道，听民意、聚民智、解民忧、凝民心，走好网上群众路线。认真做好公众留言审看发布、处理反馈工作，回复留言要依法依规、态度诚恳、严谨周到，杜绝答非所问、空洞说教、生硬冷漠。加强与业务部门沟通协作，对于群众诉求要限时办结、及时反馈，确保合理诉求得到有效解决。要善于运用大数据、云计算、人工智能等技术，分析研判社情民意，为政府决策提供精准服务。

## 5.4 本章小结

本章主要对应上文江苏省政务新媒体发展存在的问题，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，提升政务新媒体运营管理水平，充分发挥政务新媒体的互动沟通作用等，为江苏省政务新媒体的建设发展提供思路启示。

# 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的研究探索。

其次，本文通过文献法、问卷调查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，一是积极做好政务新媒体的战略布局，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；二是大力提升政务新媒体的运营水平，主要从加强新媒体复合型人才的培养、突出内容的地方特色和原创性、加强政务新媒体的考核评价三方面着手；三是充分发挥政务新媒体的互动沟通作用。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。

## 5.2 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. 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. 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. 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 polices ongovernment 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——以陕西县，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].新闻传播，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].新闻传播，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].新闻传播，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.

# 附录

**调查问卷**

您好！本问卷主要目的是研究江苏省政务新媒体的发展建设现状，其调研的结论仅作为学术研究之用，不会作为其他政治、商业用途，本问卷仅供调查之用，不作为对任何单位和个人评价的依据，请实事求是地反映真实想法，尽量不要受任何主观干扰。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.您是否了解和关注过政务新媒体？

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**

本部分是了解您对当前江苏省政务新媒体的使用情况和使用评价，请您根据实际使用情况填写，对江苏省政务新媒体的而评价分为五个级别，“1分”（非常不好）、“2分”（较不好）、“3分”（一般）、“4分”（较好）、“5分”（非常好）。

6.您是否使用过政务新媒体获取相关信息？

A.是B.否（请跳至第三部分）

7.您关注的本地政务新媒体数量有多少？

A.没有关注B.1-5个C.6-10个D.10个以上

8.您是否对某一个或多个政务新媒体设置了特别关注？

A.是B.否

9.您目前常用的信息获取渠道（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.您认为江苏省政务新媒体发布的内容价值性如何？

□1 □2 □3 □4 □5

11.您认为江苏省政务新媒体推送的内容实用性如何？

□1 □2 □3 □4 □5

12.您认为江苏省政务新媒体更新的内容针对性如何？

□1 □2 □3 □4 □5

13.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.您认为目前最便捷的业务办理渠道（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.您认为江苏省政务新媒体能够有效解决民生诉求吗？

□1 □2 □3 □4 □5

16．您认为江苏省政务新媒体的平台稳定性如何？

□1 □2 □3 □4 □5

17．您认为江苏省政务新媒体提供服务的完善程度如何？

□1 □2 □3 □4 □5

18.是否使用过政务新媒体平台的政务互动功能？

A.是B.否（结束）

19.您认为目前最方便的互动沟通渠道（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.您希望本市政务新媒体提升哪些功能？

1. 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. [↑](#footnote-ref-0)
2. 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. [↑](#footnote-ref-1)
3. 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. [↑](#footnote-ref-2)
4. 江苏省人民政府官网：http://www.jiangsu.gov.cn/art/2021/12/31/art\_46144\_10257424.html. [↑](#footnote-ref-3)
5. 江苏省人民政府官网：http://www.jiangsu.gov.cn/art/2021/12/31/art\_46144\_10257424.html. [↑](#footnote-ref-4)
6. 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. [↑](#footnote-ref-5)
7. 新浪微博：https://weibo.com/5644433237/L3JRfDzEt. [↑](#footnote-ref-6)
8. 新浪微博：https://cj.sina.com.cn/articles/view/3733965085/de8fc91d019013xr4. [↑](#footnote-ref-7)
9. 新浪微博：https://cj.sina.com.cn/articles/view/3733965085/de8fc91d019013xr4. [↑](#footnote-ref-8)
10. 微信发布：https://mp.weixin.qq.com/s?\_\_biz=MzIxODE5MDYwMQ==&mid=2651202482&idx=1&sn=50694b6ac429a5b0362914a1c581fb6a&chksm=8c1cc5d4bb6b4cc274e9c3243b6b9466d2c6d9b28163e0e38e1465c157a29265017b28bc2ade&scene=27. [↑](#footnote-ref-9)
11. 微信发布：https://mp.weixin.qq.com/s?\_\_biz=MzIxODE5MDYwMQ==&mid=2651202482&idx=1&sn=50694b6ac429a5b0362914a1c581fb6a&chksm=8c1cc5d4bb6b4cc274e9c3243b6b9466d2c6d9b28163e0e38e1465c157a29265017b28bc2ade&scene=27. [↑](#footnote-ref-10)
12. 江苏省人民政府官网：http://www.jiangsu.gov.cn/art/2020/4/1/art\_46144\_9031023.html. [↑](#footnote-ref-11)
13. 数据来源：https://new.qq.com/rain/a/20191128A0KN3R00. [↑](#footnote-ref-12)