



# 中国发展研究基金会

## 研究参考

第 10 号 (总 132 号)

2012 年 6 月 19 日

---

### 政务微博：加强和创新社会管理

**内容摘要：**2012 年 5 月 25 日，在中国发展研究基金会主办的第 25 届“发展热点午餐会”上，新浪网副总编辑邓庆旭做“加强和创新社会管理：政府机构官方微博管理与应用”主题演讲。

邓庆旭指出，近年来，微博在社会中的普及率及影响力不断扩大，已逐渐走进了许多政府机构和官员的日常工作。目前，中国许多政府机构非常注意在塑造政府形象、与民众互动、危机处理等方面发挥微博的独特作用，探索出一些政务微博服务于政府管理的成功经验。此外，他还从专业媒体人的视角，提出一些通过政务微博与民众进行有效互动的策略选择及建议。

**关键词：**政务微博；危机处理；互动策略

# 加强和创新社会管理

## ——政府机构官方微博的管理与应用

邓庆旭<sup>1</sup>

### 一、微博的传播特点、演变机理及社会影响

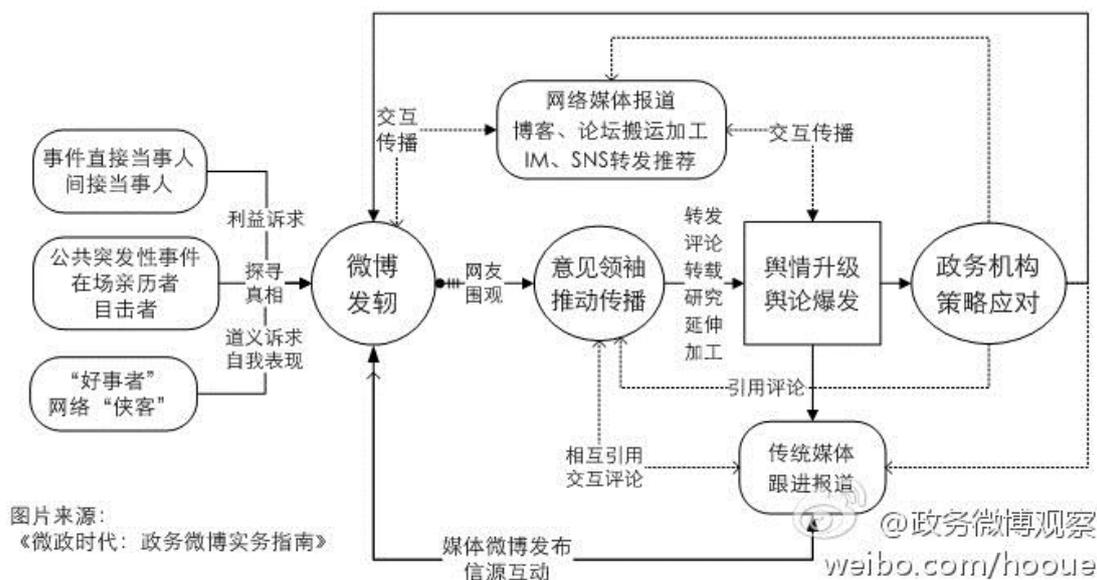
#### (一) 微博相对于传统媒体的特点

第一，信息更海量。微博上的所有信息都是公开的，便于传播及分享；传统媒体的信息源数量是数以千计，微博的信息源可以达到上亿。

第二，传播范围更广。微博可以通过网络、手机等移动终端技术更新或发布信息，可以从线上走到线下，突破了传统的线性传播，形成其独特的链状、环状、树状的对话结构，传播范围更为广泛。

第三，传播速度更快。传统媒体通过电视和报纸进行传播，当事人有喘息的机会，媒体有首发的概念；而微博时代，即时更新，时不我待，没有喘息的机会、没有首发，只能抢第一轮传播。

#### (二) 微博舆论的演变机理



<sup>1</sup> 邓庆旭：新浪网副总编辑。

如图所示，微博已上升成为中国最具影响力的社会化媒体，微博改变了舆论的生成、演变机理和传播生态系统。具体而言，社会中形形色色的人物，无论是出于表达利益诉求、探讨社会热点事件真相，或为了某种道义诉求的自我表现，都会通过微博发表意见。而其中一些言论会通过网友的围观，进而产生意见领袖，并借助微博的转发、评论等手段，在更大社会层面上获得更广泛的传播，有可能在网络中出现舆情升级或者舆论的爆发。而传统媒体的跟进报道及博客、论坛等交互传播将进一步使事情不断发酵。政府机构必须对微博舆论的演变机理有所了解并有充分的应对策略及手段。

### **（三）微博对现实社会巨大的冲击力**

由于微博传播参与主体的多样性、舆论环境的多变性、多种媒体形态之间的交互性等综合特殊性因素，使得微博舆情在发轫后存在的破坏性空间被无限的“可能性”强化。

比如，郭美美的一条晒富微博竟然完全破坏全社会对慈善组织的信任。虽然事后证明，郭美美的确与红十字会没有任何实质性关联，但是“郭美美事件”对于慈善组织的负面影响已经无法挽回。2011年6月至8月，红十字会接收捐款数额剧减，从3月的63亿元下滑至5月的8.4亿元，减少近9成。很多有捐赠计划的企业考虑延迟捐赠，而直接对受助者捐款增多。

## **二、政务微博的价值**

目前各政府部门正在陆续开通微博，获得网民的积极反响。截至2012年3月8日，新浪微博发布的最新数据显示，新浪微博上的政务机构微博达17364个，比去年11月底增加了74%，官员微博达15013个，比去年11月底增加了67%。其中，公安、外宣、旅游、团委、交通、司法、医疗、市政等各地政府部门和机构已经开始大规模使用。

### **（一）政务微博的价值最基本的体现是宣传与引导**

#### **第一，宣传工具**

政府机构可以比较主动、自主地通过微博发布希望引导的信息，同时借助这些信息的传播，提升政府的亲民形象，体现政府

各部门的服务定位。比如“外交小灵通”作为外交部官方微博，由外交部新闻司开设，是第一个正式开通微博的国家级部委。其轻松活泼的昵称及幽默的语言，一经开通即获得了广泛好评，开通一周粉丝量近 10 万。

## 第二，互动平台

政府部门开设微博，不仅可以传播信息、倾听民声，更可以通过微博与群众互动，就群众所关注的问题解疑答惑。在这方面，全国公安系统微博开了先河。

## 第三，了解舆情

在最新的政府版微博产品中，允许政府机构通过关键词设置、监控人群筛选等，及时发现用户的负面投诉或恶意诋毁，及时响应，避免负面口碑扩散，更有效、更直接的对所关注的舆情进行监控。

## 第四，网络协作办公

政府机构微博形成矩阵后，可以整合资源做到话语权最大化。2011 年春节前后，公安部通过各地公安微博同步直播“春运安保”以及全国范围“严查酒驾”活动，共产生 80 万条相关微博，引起社会极大关注。

## 第五，促进地方经济

地方政府可以充分利用微博平台的特点，有效推荐当地特色资源，实现基于社会化媒体的口碑传播，以最低的成本，推动当地产业经济不断发展向前。比如重庆市武隆县沧沟乡党委书记张宏指导农民在新浪“开微博卖瓜”仅 8 小时，微博被转发超过 2.6 万次，评论近 5000 条。

## 第六，打击社会弊端

微博为社会公共监督提供了新途径，其中政务微博与网友联手，监督社会舆论，揭露和打击社会弊端，线上线下联动，效果明显。比如 2011 年春节期间，“微博打拐”牵动人心。2011 年 2 月 8 日，在微博网友的努力下，彭高峰成功解救出了 3 岁半的儿子彭文乐。4 月 12 日，公安部宣布开展为期 6 个月的来历不明儿童集中摸排行动。

## （二）政务微博更主要的价值体现是危机公关

在突发事件面前，政务机构的微博应在第一时间直接介入，打破被媒体和公众围追堵截“要真相”的被动局面，充分发挥和利用政务微博的时间、现场等优势，引领真相，遏制谣言空间。同时，突发事件中的政务微博，还应当是群众不满情绪的疏导平台。要在面对突发事件时，政府能够持续宣传、积极回应，坦诚面对，完全可能做到转“危”为“机”。以下是近年政府相关机构成功运用微博应对危机、提升服务的典型事件：

### 【事件一：上海地铁事故】

2011年9月27日14:10，上海地铁突发事故。在事故后第一时间14:14官方微博发布故障消息，通知车距加大；15:33官方微博告知了事故原因是发生追尾，并进而发布封站消息；晚上20:18，用真诚致歉代替苍白辩解。

上海地铁通过官方微博，通过一系列信息发布，第一时间通报了情况，再追加深刻的歉意与反省，赢得了网友的认可，使得该事件的负面影响降到最低。

### 【事件二：云南盈江李毅事件】

2011年11月15日，云南盈江县委副书记李毅微博“化缘”求援建学生厕所，一时遭网友误解“拍砖”质疑。随后，李毅连发几条微博并配图解释该县地处边疆贫困山区、灾后重建、甚至政府“板房办公”的实际情况，取得公众谅解，并收到宁波企业界18万元的公益捐款援助。

### 【事件三：龙江河镉污染事件】

广西龙江河2012年1月15日出现重金属镉含量超标，26日污染水体进入下游柳江系统，27日柳江上游河段镉浓度超标达5倍。广西柳州市委宣传部官方微博@我爱柳州自1月25日连续一个月每隔几个小时公开一次最新水情，稳定市民不安情绪。柳州市委宣传部在龙江河镉污染事件中，第一时间利用新浪微博平台公开柳江水污染数据情况，不掩盖事实，一直秉持负责、不逃避的态度，努力将镉污染给人民带来的恐慌及给社会带来的不稳定因素控制在稳定状态中。柳州市委也借助此次危机主动出击，

借助新浪微博的平台，占据了舆论导向主动的位置，获得了媒体、人民的众多好评。

综合看来，以上微博危机公关的成功事例，有一些共同的特点：第一，快速回应，亲民感动；第二，语言亲和，质朴无华；第三，同理同情，凝聚民心；第四，现实虽乏力，但态度可消融坚冰。而这种主动运用媒体、回应社会现实的媒体意识是现代政府管理所应当具备的基本素质。

### （三）世界许多国家和政府都极为重视微博信息传播

世界各国政府及国际组织领导人都比较重视政务微博在传播与沟通中的重要作用。比如国际货币基金组织主席拉加德女士、欧盟理事长范龙佩先生等都开启了中文微博与网友沟通，联合国秘书长潘基文还通过微博与中国网友互动。在 2011 年的伦敦市长竞选期间，三位主要候选人都争相在中国注册中文微博并相互质证、开展竞选，目的是通过微博传播争取为数不多的华人选民支持。而我国澳洲留学生也曾经成功借助微博发布自己受到不法殴打的消息，很快得到了陆克文及中国驻外领馆人员的帮助，并在事件发生后第三天，收到了悉尼市长通过微博的致歉。

## 三、政务微博与民众的互动策略角色

执政决策向来有风险，而最大的风险来自于人民群众对决策未参与而衍生的不支持、不理解、不认同、不信任。而政务微博是政府降低决策风险、问计于民的重要方式。但需要强调的是，“微博问政”重在“问”、贵在“互动”、关键在“落实”。所以，政府在政务微博的建设管理中，可以借鉴以下策略角色进行互动，起到事半功倍的作用。

第一，评论员。即政府在政务微博上的发言内容，主要功能指向可以是补充发布、评论解读相关焦点政策，这样有助于民众对政策的正确理解与解读，减少不必要的执行障碍；

第二，教练员。即政府应当充分关注民众在政务微博中反映的问题，及时自检行政管理过程中存在的问题，并组织相关部门进行针对性的纠偏和完善，在保障民众利益的同时，不断提升自身建设；

第三，协调员。政府机构一旦通过微博形成网络办公联动机制后，应当充分发挥网络信息沟通的高效性和直观性，综合把握整个行政过程，及时分流、批转和督办网民反映的问题，提升行政管理的速度及公共管理的科学化；

第四，巡视员。民众的微博留言信息，相对于领导调研时，经由下级部门全程安排下获知的信息，更具可信度。对微博信息的注重有助于上级领导在与公众互动中掌握真实民生信息，避免基层巡视时或存在的“表面文章”。

第五，督查员。即政府机构，尤其是上级机构应充分关注政务微博的动态，及时发现并纠正各级各类政务微博与民众互动中存在的恰当回应，并及时补位和引导，这样可以避免因小部分工作人员的态度不端正或其他疏忽带来的民众对政府的误解或不满。

（中国发展研究基金会 刘阳 整理）

---

地 址： 北京市东城区安定门外大街 136 号皇城国际中心 A 座 15 层  
电 话： (010) 64255855                      邮 编： 100011  
传 真： (010) 84080850                      网 址： [www.cdrf.org.cn](http://www.cdrf.org.cn)  
责任编辑： 任晶晶                              电子邮箱： [renjj@cdrf.org.cn](mailto:renjj@cdrf.org.cn)

---