

中国政务微信研究：特性、内容与互动*

王玥 郑磊**

复旦大学国际关系与公共事务学院数字与移动治理实验室 上海 200433

摘要：移动互联网和社会化媒体迅猛发展，微信以其即时性、隐私性、互动性、经济性等独特优势在众多网络社会化媒体中异军突起，并在政务传播发布方面扮演着越来越重要的角色。本文首先对微博公众账号和微信公众账号的特性进行了比较分析，然后通过观察法和测试法，采用定量和定性分析相结合的方法，对中国政务微信的账号特性、发布内容和互动效果等方面的现状和问题进行了研究，并为其未来发展提出对策建议。

关键词：政务微信；政务微博；社会化媒体；电子政务

一、引言

近几年来，移动互联网和社会化媒体呈现飞速发展的趋势，越来越多的用户开始体验和使用微信，不仅包括社会公众和企业，更有公共部门的积极应用。从2011年微信发布以来，仅在10个月内微信的注册用户数就已超过5000万，其中活跃用户达2000万。^[1]经过两年多的推广，微信的优势正逐渐显现，作为一种新兴的社交网络媒体，微信已逐渐进入政府部门。本文通过观察法和测试法进行定量和定性分析，对中国政务微信目前的运营现状和问题进行研究，并为其未来发展提出合理化建议。

二、微信：背景与文献

微信是腾讯公司推出的一款通过手机网络进行语音、图片和文字传播的即时通信工具。微信面向智能手机免费提供，只需少量网络流量费即可实现跨手机操作系统平台和跨运营商的交互式通信，^[2]并支持单人和多人参与。凭借着大量客户群体的QQ及手机通讯录的整

合，实现了现实世界和虚拟世界的无缝链接，形成了一种建立在移动终端上的新的社交方式。从产生的社会根源看，微信是一种兴起于现代社会，与高科技产业密切相关，以全球化现代电子传媒为载体的大众文化产品。^[3]近年来，企业使用微信进行营销已成为一大热点，其特点是病毒性营销(viral marketing)，即通过用户的口碑宣传，再借助网络传播的快捷性，使信息像病毒一样利用快速复制的方式向数以百万计的用户传播和扩散^[4]。具体而言，微信传播的特点体现在互动对象、传递内容、传播方式等方面。

(一) 互动对象

首先，微信具有强烈的双向性和互动性。由于微信的用户群体之间大多是通过手机通讯录、微信号、QQ好友等途径进行添加，好友来源更加可靠，信息的受众双方关系较为熟悉，回复反馈更加及时、便捷，因此增强了信息互动的双向性。

其次，微信用户群体以年轻人为主，并逐渐向各年龄层用户扩展。据报道，微信用户的手机系统分布

*基金项目：上海市教委科研创新重点项目“政府官方微博应对突发事件管理机制研究”（项目编号：12ZS011）；上海市浦江人才计划资助项目“面向社会管理创新的政府官方微博管理机制研究”。

**通讯作者 收稿日期：2013-12-06

情况为:50%的用户使用Symbian,25%的用户使用Android,25%的用户使用iOS;用户年龄集中于22岁到30岁,占比76.1%;用户职业分布中24.2%为企业白领,占第一位。^[6]这与智能手机在中低端市场的推广有极大的关系,随着微信版本的不断升级和开发,它可通过多种平台发布和传递信息,为用户提供了极大的便利。微信刚兴起时,更多地是作为一种流行文化的象征在年轻群体之间传播,之后用户逐渐发现微信的社交功能可以覆盖和渗透到日常生活,其用途远远大于聊天和休闲,由此用户群体开始慢慢向两端扩展。

再次,微信交流具有明显的针对性和亲密性。没有“弱连接”关系推荐功能,使得添加微信好友的过程变得精准化,避免了“微博式”的“微关系”添加,以亲人、朋友、同事等熟人群体为主,交流双方的互信任度较高。

最后,微信社交具有多维化特性。微信基于熟人和陌生人并存的好友群,为客户打造了一个全方位和多维的社交圈,从手机通讯录及QQ好友的亲密接触,到LBS定位、摇一摇和漂流瓶结识千里之外的陌生友人,用户可自由地选择自己的社交距离,更加精确地分配社交精力。

(二) 传递内容

通过微信传递的信息具有私密性和即时性。由于微信传播渠道的保密性及用户双方的信任基础,一般而言,微信传播的内容都较为隐秘和私人化。另外,微信传递信息的时效性非常强,多为即时发布和回复,以增强交流的有效性和便利性。

(三) 传播方式

传播形式多元化是微信不同于其他网络社交传播媒介的重要特点。除了基本的图片和文字传播功能之外,更有视频、音频等流媒体作为新兴媒介。这种多元立体

化的沟通方式摆脱了时间、空间的限制,也进一步拉近了用户之间的距离。另外,微信跨平台管理和跨运营商操作的特点使得它的传播途径更加多元,受众范围也更加广泛。

目前,学界关于政务微信的研究刚刚起步。近年来针对政务社会化媒体应用的研究主要集中于政务微博,政务微信作为新生事物,对其开展的学术研究为数寥寥,且已知的文献中还没有发现通过采集一手数据开展的实证研究。因此,本文对中国政务微信的账号特性、发布内容和互动效果等方面的现状与问题开展研究,以推进学界对政务微信的认知,并提高政府管理和运营微信的能力。

三、政务微博与政务微信比较

本文首先对微博公众账号和微信公众账号的特性进行比较,发现两者在功能上既有差异,也具有互补作用(参见表1)。

通过表1可以发现,微博公众账号与微信公众账号的主要区别如下:

第一,微博粉丝数量更大,而微信受众对象少而精。这种一对一的关系使得微信用户信息反馈更加快速和准确,并让用户感受到尊重,从而增加了政务微信账号与公众之间的黏性。

第二,微信的指向性和功能性更强。用户添加微信公共账号具有更明显的指向性和功能性需求,通常以地域为主要导向,用户可结合自身需求关注,例如需要车辆行驶的路况信息,添加某地交通局的公共账号即可;或者想要到一个地方旅行,加入该地区官方旅游微信即可获得旅行攻略和指导,等等。

第三,微信发布的信息量远少于微博。客观上微信的语音发布有60秒的时间限制,认证用户和非认证用户

王玥 郑磊·中国政务微信研究：特性、内容与互动

表1 微信公众账号与微博公众账号的比较

	属性	好友来源	好友关系	好友亲密度	开放程度	信息量	互动	能否看粉丝与好友数目	认证方式	广告	信息沉没
微博公众账号	传播信息的媒体平台	粉丝	非对等、多向度、错落的关注关系 ^[6]	疏远	高	大、无限	可评论，可看到其他网友互动信息	能	上传形象照片和微博数量3条以上、粉丝数10人、关注数量10人，并保持每天有内容更新；认证说明为单位全称，填写公函，加盖公章后上传 ^[7]	多强制推送	容易沉没
微信公众账号	社交互动平台	搜微信号、查找公众号等	对等、双向的对话关系	亲密	低	小、有限	公众账号信息可以回复，但看不到其他网友的互动信息	不能	微信公众账号分认证账号和普通公众账号两类；要申请成为认证账号，粉丝量必须超过1000 ^[8]	很少	不易沉没

在24小时内同样只能群发1条消息，群发图文消息的标题上限为64个字符，群发内容字数上限为600个字符。^[9]为避免引起微信用户的反感甚至取消好友，很多公共账号尽可能控制每天向用户推送的信息数目。

第四，微信互动更具私密性。公众与公众账号的互动交流不对其他人开放，使得咨询、建议和举报等互动变得比微博更为隐秘，有利于保密和隐私保护。

第五，微信互动形式更丰富。微信公众账号可实现自动回复与人工回复相结合，相对于微博的文字回复来说，更能拉近与用户之间的关系。

第六，微信的信息相对不易沉没。微博账号通常具有数量巨大的粉丝群，并且按照发布的时间顺序显示，使用户每天面对巨大的信息量，导致很多微博信息都被其他粉丝的微博所湮没。而微信的好友数量相对较少，一旦有新消息都会显示在顶部并进行更新提醒，直到用户点开阅读此条内容为止，不易被湮灭，同时也省去了用户筛选信息的过程，使得浏览效率更高。

第七，微信比微博认证难度更大。粉丝数量成为认证条件，粉丝数量不够1000就无法认证，而未经认证的账户又不容易增长粉丝量。由于公众可在微博上看到粉

丝量和粉丝的具体信息，以判断选择关注；而在微信公众账号中无法看到好友数目和信息，不利于用户判断公众账号的权威性和影响力。

四、研究方法

本文主要通过观察统计法和样本测试法开展研究，并采用定量分析与定性分析相结合的分析方法。研究样本为截止到2013年6月13日所有认证过的微信公共账号。搜索样本的方法为：①通过对局、部、委、政府、公安、交警、政务、发布、平安、司法、检察、旅游等关键词的搜索，人工筛选出经过认证（包括新浪微博加V、腾讯微博加V和微信认证加V）的公共账户，纳入观察样本；②加入公共账号“政务微信观察”所推荐的所有政务微信账号。

本文对研究样本的账号特性、发布内容和互动效果等方面采用观察法和测试法进行研究。在数据采集阶段，首先，对所有认证过的政务微信公共账号进行关注，2013年6月13日结束全部搜索关注工作。从6月13日至7月20日，共计观察追踪时长38天。其次，观察政务微信账号的推送内容、形式和频率等各方面情况。

再次，向政务微信公众账号提问与其相关的政策或者新闻，测试其回复时间、回复内容精确度和回复形式等。在数据分析阶段，对采集到的数据通过SPSS软件进行描述性统计和交叉分析，并基于研究发现为中国政务微信的发展提出对策建议。

五、研究发现

下文主要从政务微信账号特性、发布内容及互动效果三个方面加以分析（参见表2）。

（一）账号特性

1.地域分布

从地域分布情况来看，目前开通政务微信账号最多的三个省份是浙江省、山东省和广东省（参见图1）。在所有95个有效政务微信账号中，有61个账号来自东部地区，占全部数量的61%；中部地区的政务微信账号为13个，占14%；西部地区的微信账号为21个，占22%。南方省份开通政务微信的意识比北方更强，有58个账号

属于南方省份，37个账号属于北方省份。原因可能在于东南沿海地区经济发达，智能手机的普及率要高于中西部和北方地区，微信的推广程度也远高于这些地区，政府部门应用社会化媒体的意识也相对更高。因此，政务微信的开通总体上呈现出东多西少、南多北少的形势，且差异显著。

2.行政层级分布

在全部95个有效政务微信账号当中，县级行政区划的账号共有26个，约占总数的27%；地级行政区划的账号共有51个，约占54%；省级行政区划的账号共有18个，约占19%（参见图2）。地级行政区划在级别上处于省级行政区划和县级行政区划之间，但其政务微信数量却远高于其他两个层级，呈现纺锤形（橄榄形）。由于中国各级政府的数量自上而下呈现金字塔状，即层级越低，政府数目越多，由此可见县级的政务微信还有很大的发展空间。

表2 研究内容

账号特性	地域	指所在省份、自治区、直辖市的名称，并将其划分为东中西部地区、南北方地区
	层级	分为省级行政区划、地级行政区划、县级行政区划三级
	头像	头像风格分为正式标志和人性化头像，使用卡通形象和人物照片的归为人性化头像；使用政府部门标志和办公建筑图片的归为正式化头像
	认证	认证方式主要包括新浪微博认证、腾讯微博认证、微信认证
	整体类与部门类	由一级政府开办的公共账号为整体类账号，由具体政府职能部门开设的为部门类账号
	部门名称	政府部门类型
发布内容分析	首次问候方式	首次问候形式分为简单问候和导航指南欢迎，简单问候即欢迎关注本微信等内容；导航指南欢迎则在第一条欢迎语后附带数字导航自助服务或者提供部分关键词搜索指导
	发布形式	分为图文信息、视频信息、纯文本信息、语音信息四种形式
	发布内容	分为综合类、服务类、政务类、宣传推广类、社会新闻类五类
	发布频率	统计发布信息的总数，用总数除以天数获得发布频率
	发布间隔稳定性	考察信息发布间隔时间的稳定性和规律性
	是否使用微刊	微刊是一种结合图片、文字的信息发布形式，一份微刊中可包含多条信息，以此减少引起用户排斥，并有效传递多条信息
互动效果分析	回复形式	人工回复、自动回复、人工回复自动回复相结合
	回复质量	用户能不能获得高效、有针对性的反馈和回答，以能否帮用户解决问题为评判标准
	回复速度	获得回复的时间

王玥 郑磊 · 中国政务微信研究：特性、内容与互动

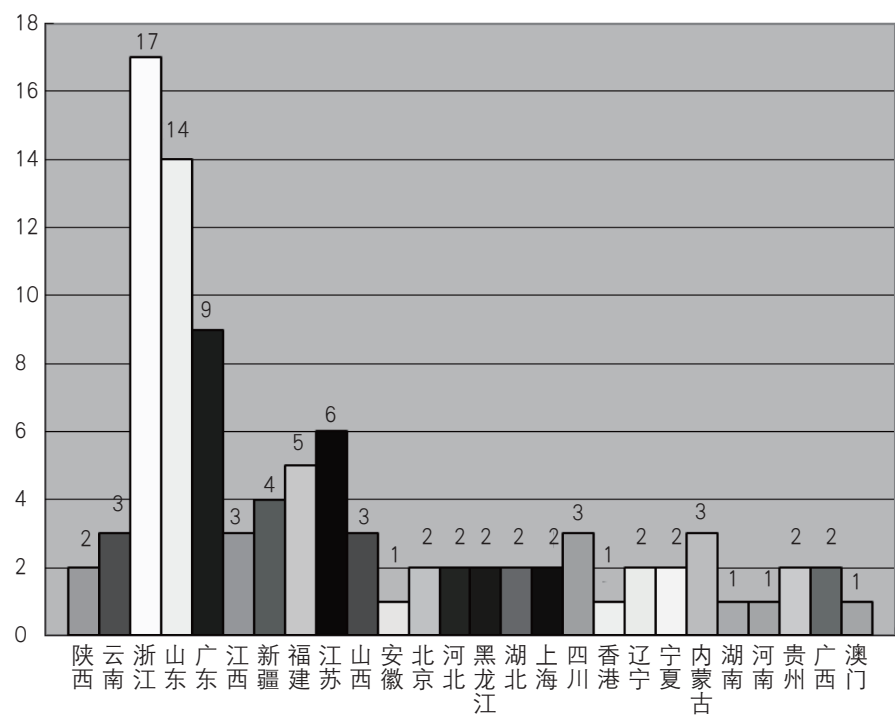


图1 各省级行政区划政务微信账号的分布统计

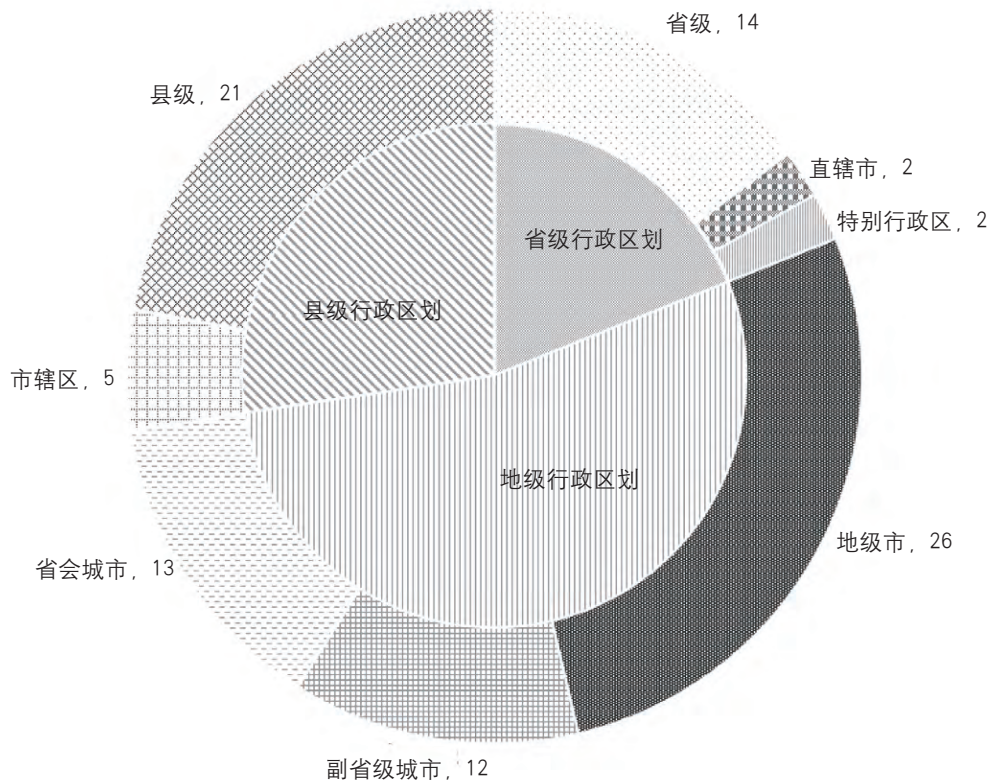


图2 行政区划层级分布

3. 头像使用

通过观察发现,所有政务微信账号的头像大致可以分为以下几类:卡通形象、部门标志、办公建筑图片、人物照片。本研究将卡通形象和人物照片归为人性化头像,部门标志和办公建筑图片归为正式化头像。统计显示,使用正式化头像的微信账号共有54个,占所有头像比例的57%;使用人性化头像的微信账号有40个,占43%;头像为空白的有1个。

4. 认证情况

本研究通过第一步关键词搜索,共发现并添加政务微信账号总计137个,但其中已通过认证的只有95个,占总数的69%(参见图3)。认证主要包括三种形式:新浪微博认证、腾讯微博认证和微信认证。任何账号只要通过认证,其头像左下方就会出现“V”字标志,从而增加了账号的可信程度。笔者发现,某些使用政府名称的公众账号(例如“阿克苏政府网”和“汕头市政府应急办”等)的发布情况和互动情况都非常规律和有效,却没有进行认证,这在很大程度上会降低公众对于该微信账号的信任度,或不能引起公众关注,因而影响其应用效果。

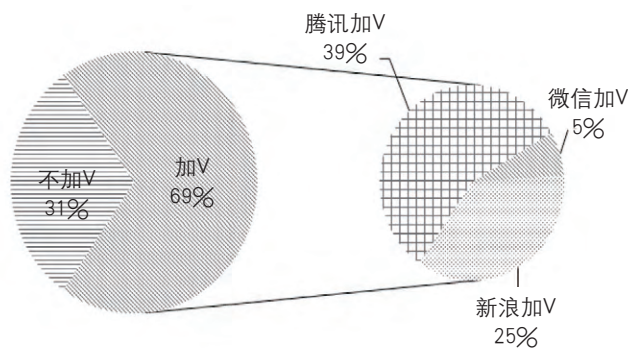


图3 认证情况

4. 整体类微信账号与部门类微信账号

整体类微信账号是指由一级政府开通的、可代表该级人民政府的账号,而部门类微信是指由某个具体的政

府职能部门或政府管辖的办事机构开设的微信账号。观察发现,整体类微信账号共10个,占总数的11%;部门类账号所涉及的主要有公安机关、旅游局、海事局、铁路局、检察院、交通运输局、政府行政服务中心、市旅游委员会、司法局、政府应急管理办公室、邮政局、经信局等,共计85个,其中公安机关开设的微信账号有57个,占全部有效政务微信账号的60%(参见图4)。

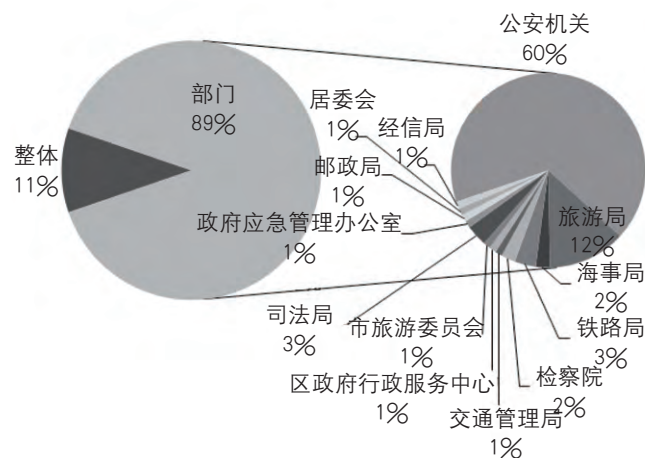


图4 整体和部门分布

(二) 发布内容分析

1. 首次问候方式

在与政务微信账号成为好友之后,某些账号会随即发布一条问候语信息。发送问候语可以增加与用户的互动机会。在关注的95个账号当中,只有3个账号没有发送问候语,占总数的3%(参见图5)。

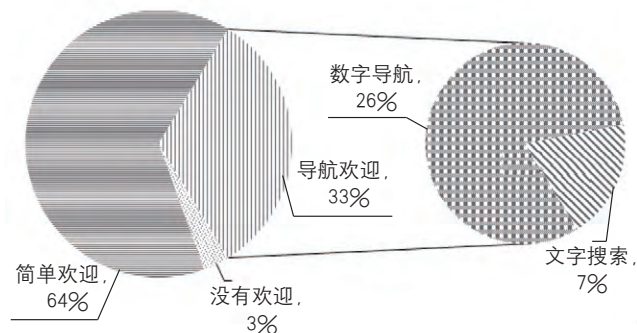


图5 首次问候方式

笔者将首次问候方式分为简单欢迎和导航指南欢迎两类,64%的账号都是简单欢迎,只有33%的微信账号是导航指南欢迎。导航指南欢迎更具有指向性,具体细致地告诉用户如何有目标地回复才能获得自己想要的答案,既方便了用户,又减少人工回复的延迟。例如,“绍兴县公安局”第一条欢迎信息中就提到:“回复数字‘1-13’进行咨询。1:户籍、身份证等;2:外来人口居住证等;3:车管所、交管业务等……”又如,“宁波海事局”在首次问候语中提到:“我们具备了宁波沿海主要客运航线的实时查询功能,先发送‘客运’两字体验一下吧!”相对于前者的数字导航,后者的文字搜索导航更加人性化,用户可以根据自己的需求进行查找,而数字导航局限性较大,搜索起来更加机械和简单。在使用导航指南欢迎的31个账户中,有25个使用数字导航,仅有6个使用文字搜索导航。

2. 发布形式和发布内容

发布形式主要包括纯文本信息、图文结合信息、视频信息、语音信息四类。观察结果显示,使用过图文结合信息发布的账号有75个,占总数的79%;使用过视频形式发布的账号有1个,占总数的1%;使用过纯文本形式发布的账号有17个,占总数的18%;使用过语音形式发布的账号有8个,占总数的8%。微信发布的一个特性在于语音功能,语音消息更易拉近与用户的距离,也是微信相对于微博的一大优势,而从观察到的数据显示,政务微信对语音功能的使用度不高,纯文本信息与图文结合信息所占比重反而更高。原因可能在于图文信息更直观、信息量更大且使用流量较小,也可能受到微信每日推送次数限制的影响;另一方面,也可能与政务微信账号有意回避与用户的直接互动有关。如上文所总结,微信更侧重于社交功能,微博更侧重于媒体传播功能。然而,以上分析表明,微信的这一特点并未被政府部门

充分利用,在发布信息形式上,微信发布和以往的微博发布没有明显差别,在某种程度上微信被当作另一种形式的微博来使用。

政务微信的发布内容大致可以分为服务类、政务类、宣传推广类、社会新闻类和综合类信息。其中,服务类信息主要指便民利民的实用信息,例如天气预报、应急防灾小贴士、旅游攻略等;政务类信息主要是指有关政府内部工作事宜,以及与公众生活相关性不大的信息;宣传推广类是指宣传该账号所属地区或该账号对应微博的信息;社会新闻类是指近期发生的公共事件,以及某些引起公众热议的新闻解读;综合类是指内容涵盖了以上两种以上的信息。观察发现,发布服务类信息的有40个账号,占总数的42%;仅发布政务类信息的有2个账号,占总数的2%;仅发布宣传推广类的有1个账号,占总数的1%;仅发布社会新闻类的有10个,占11%;发布综合类信息的有26个账号,占27%。而之前一项有关政务微博发布内容的研究中发现,政务类信息和社会新闻类信息合计共占79.6%^[10](参见图6)。这说明与政务微博相比,政务微信更注重公共服务,更侧重传播内容的时效性和实用性以满足用户需求,这也符合微信本身互动功能更强的特性。

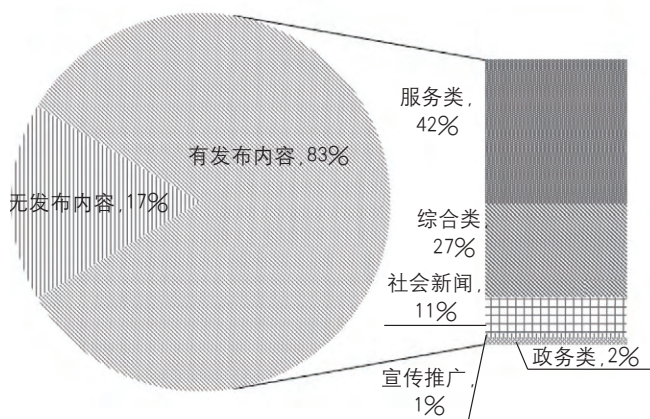


图6 发布内容

3. 发布频率与发布间隔稳定性

本文对目标政务微信进行了时长为38天的追踪,获得发布频率数据,即平均每几天发布一条。然后,将发布频率划分成以下几个区间:不发布、每2天以内发布一条、每2-4天发布一条、每4-6天发布一条、每6天以上发布一条。统计结果显示,不发布任何消息的账号有16个,占全部95个账号的17%;在发布信息的79个微信账号中,平均6天以上发布一条的占全部发布信息账号的23%;平均4-6天发布一条的占11%;平均2-4天发布一条的占16%;平均2天以内发布一条的占36%(参见图7)。少部分政务微信在开通和认证后没有发布过任何信息,也未安排人员进行管理,不仅未能实现开通账户的本意,反而会降低政务微信账号在公众中的形象;在发布过消息的79个账号中,大部分都控制在4天以内发布一条,保持较高的发布频率。

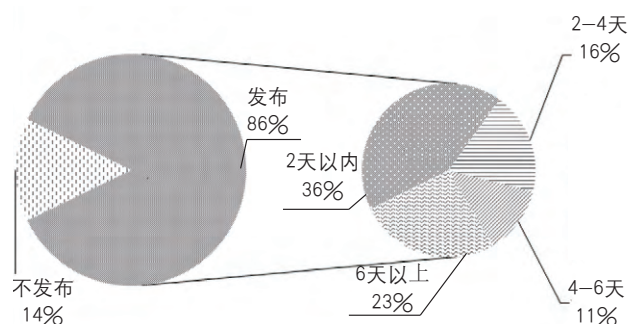


图7 发布频率

发布时间是否规律主要是指每次信息发布的时间间隔是否稳定,反映公众定期收到政务微信信息的情况。观察显示,在所有政务微信账号当中,只有25%的账号发布频率稳定,75%的微信发布间隔无规律性,微信账号的管理还有很大的完善空间。

4. 是否使用微刊

微刊是指由多张图片及文字组成的微信刊物,使用微刊可以将更多类型的信息整合到一起,大大提高推送效率。比起单纯文本或者图片信息,微刊画面也更丰

富,内容更综合。观察结果显示,有67个政务微信账号使用了微刊进行信息推送,占总体的71%;另有28个账号没有使用过微刊,占29%。在微刊使用方面,还有较大的推广空间。

(三) 互动效果分析

在互动效果的研究中,主要采用测试法。即向微信公众账号提出与政府部门事务相关的问题,并记录每个账号的回应情况。

1. 回复形式

政务微信的回复形式主要分为人工回复、自动回复和人工自动回复相结合的形式。一般情况下,自动回复都为即时回复,而人工回复则有一定的响应时间。

统计显示,在所有有效账号中,没有任何回复的有26个,占全部的28%;而在有回复的69个账号中,全部是自动回复的有23个,占回复总数的33%;全部是人工回复的有21个,占30%;采用人工加自动相结合的有25个,占37%(参见图8)。有的政务微信账号在首次问候信息中就告知用户,该账号只发布信息,不接受询问。虽然这种单一发布的账号将用户置于被动接受信息的地位,但至少进行了事先告知,而更多完全“不回复”的账号则给用户带来了很差的互动体验。

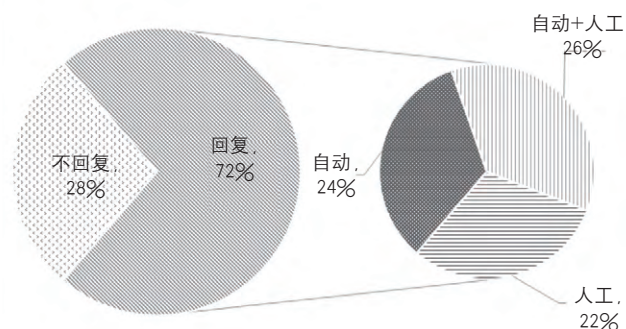


图8 回复形式

自动回复的内容基本也分为三种。第一种会告知用户对方的信息已经收到，例如，“济南铁路局”收到信息后就会自动发送“您好，您的留言我们已经收到，我们会尽快回复或者您也可以回复数字‘0’查看主菜单，获取相关信息”等。之后，有的账号有人工解答，有的账号则没有，不过，至少向公众确认了信息已收到，并给予公众一定的心理期待。第二种是直接回复与用户需求信息完全不相关的文字，对于用户来说没有任何实际意义。例如，“海安发布”收到用户的询问信息后就会自动回复当天发送过的新闻内容。第三种是提前设置好关键词搜索功能，用户输入的信息中含有某个词库里面的关键词，则自动回复相对应的信息。

公众如果没有从自动回复中获得需要的信息，会很大程度影响其使用体验和对政府的观感。人工回复针对性和准确性较强，对于解答公众的疑惑更加有效，但对后台的互动能力和即时性要求较高；而自动回复与人工回复相结合的方式，既能给用户一个及时答复，又为后台留有一定的缓冲时间来回复公众问题，是一种既考虑公众感受又兼顾政府内部能力的回复方式。

2. 回复质量

回复质量主要用“是否能解决用户问题”进行衡量，能解决的视为质量高，不能解决的视为质量低。在统计的所有数据中，质量高的账号有45个，占总数的47%；质量低的有50个，占53%，两者占比相当。

3. 回复速度

回复速度是指获得回复的时间。即时回复的占28%，绝大多数是自动回复；非即时回复的占72%，都是人工回复。其中，8小时以下回复的占47%，基本可以给用户及时反馈；12小时以上才获得回复的比例占25%（参见图9）。“宁波海事局”的微信管理人员在回复中提到“微信平台的维护不支持移动设备，我们人

员不足”，这也可能是其他政务微信账号在回复速度方面遇到的普遍问题。

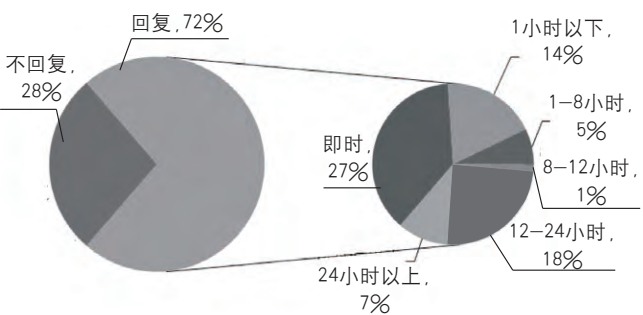


图9 回复速度

(四) 交叉分析结果

交叉分析方法可探索出上述研究内容之间的关联关系，通过了解变量之间的关联关系，可以对政务微信的发展现状进行更深入的分析。本文将每两个变量分为一组，共计105对关系，全部做出交叉分析统计表，并将 $P<0.1$ 的情况认定为存在显著的关联关系。研究共发现三对有显著关联关系的变量。

1. 发布频率与发布内容的交叉分析

通过交叉分析可知，发布频率和发布内容之间存在显著的关联关系（相关系数0.741，置信度0.000）。服务类和综合类的内容发布频率比较高，这两类信息的发布频率通常控制在4天以内，而政务类信息、宣传推广类信息相对来说发布频率都处于较低水平（参见表3）。这说明政务微信在公共服务类信息的发布频率上保持了较高水平，及时提供了便民利民信息。

2. 是否使用微刊与发布内容的交叉分析

交叉分析表明，是否使用微刊和发布内容之间的相关系数为0.593（置信度0.000），存在显著的相关关系（参见表4）。这表明发布服务类、社会新闻类和综合类信息的微信账号更多使用微刊形式发布，原因可能在于微刊的信息量大、图文并茂、形式多样，更有利于发

王玥 郑磊·中国政务微信研究：特性、内容与互动

表3 发布频率与发布内容交叉分析

		发布内容						合计
		无	服务类	综合类	社会新闻	宣传推广	政务类	
发布频率	不发布	16	0	0	0	0	0	16
	6天以上	0	3	2	3	0	1	9
	4-6天	0	6	4	2	0	0	12
	2-4天	0	13	2	2	1	0	18
	2天以内	0	19	17	3	0	1	40
合计		16	41	25	10	1	2	95

表4 是否使用微刊与发布内容交叉分析

		发布内容						合计
		无	服务类	综合类	社会新闻	宣传推广	政务类	
发布频率	否	16	7	2	1	1	1	28
	是	0	34	23	9	0	1	67
合计		16	41	25	10	1	2	95

布多种类别的信息。

3.回复质量与回复形式的交叉分析

交叉分析表明，回复质量和回复形式之间的相关系数为0.675（置信度0.000），存在显著的相关关系（参见表5）。这表明人工回复或者人工自动回复相结合的方式获得的回复质量相对较高，而自动回复往往回复质量较低。采用人工回复的效果比自动回复的用户体验更好。

（五）定性研究发现

研究中也发现一些偶然出现的尚未进行全面定量分析的问题。

1.认证漏洞

研究发现，在微信公众账号的认证方面存在着某些

漏洞。例如，一般来说，“某某发布”的账号名称多为政府部门开设的微信账号，而“南昌发布”却是江西南昌缔造文化传媒有限公司注册和认证的，与政务微信没有任何关系，很容易误导公众。这类微信认证漏洞对微信公众账号管理提出了挑战。

2.回复随意性

研究人员进行回复测试时发现，有的微信账号对于不同问题会选择性地回答或答复状态不稳定。例如，笔者对于“上海发布”进行提问测试，当问及“周一杨浦区天气怎么样”时，没有获得回复；而当问及“你们为什么4月23日到4月30日不发布信息”时，却收到了“我们每天都发布，你哪段时间没有收到”的回复。这可能是每天留言的用户信息量太大，不能保证被回复人员注

表5 回复质量和回复形式交叉分析

		回复形式				合计
		不回复	自动回复	人工回复	自动+人工	
回复质量	低	26	22	1	1	50
	高	1	1	20	23	45
合计		27	23	21	24	95

意到,从而未能及时获得反馈。其他未得到回复的原因是提问内容超出了该账户的管辖范围,还是问题的敏感程度,还是管理人员对问题的熟悉程度或者知识储备,目前尚不得而知。

3. 信息递送遗漏

在整个观察时段内,笔者发现4月23日至4月30日期间很多政务微信账号都没有接收到信息,经过询问和测试,“南京发布”“历下车管”“平安肇庆”等账号都反映那段时间是发布过信息的,并且从“查看历史消息”中也可以查到他们确实发布过信息。因此,微信平台是否存在信息递送遗漏的问题令人质疑。

六、对策建议

综上所述,中国政务微信运营既取得了较大进步,也仍然存在着不少问题,还有很大的提升空间。能否充分运用政务微信这个平台,是政府在社会化媒体时代治理能力的具体体现。基于定量和定性分析所发现的问题,本研究对中国政务微信的管理提出以下主要对策建议。

(一) 增加开通政务微信的部门类型, 弥补地区差异

政府机构下属的委、办、局涵盖了社会事务的各个方面,也与公众生活息息相关。然而,本研究发现,仅有13个类别的政府机构开通了政务微信账号,而且从数量上看,有60%的微信账号集中在公安机关方面,其他类型仅有寥寥数个。这一分布与政务微博起步阶段的发展情况类似。建议公安部门之外的其他部门也开通政务微信账号,从而多角度、大范围地向公众发布信息和提供服务。此外,目前开设政务微信的地区主要集中东南部省份,地区间差异显著,建议中西部和北方地区积极跟进,尽早开通政务微信。

(二) 提高政务微信认证比例, 加强微信认证管理

在本研究搜索到的政务微信中,通过三种认证方式中的任何一种进行认证的比例不足半数。没有认证过的政务微信有可能降低用户关注度,因此,在政务微信账号开通之后,政府机构应尽快提交相应材料、增加微信好友以获得官方认证。

同时,对于微信认证管理方来说,建议对某些特定微信名称加以认证限制。例如,“XX发布”目前多为代表一级人民政府的微信名称,“平安XX”微信名多为某地公安局使用,这类名称应限制其他性质的机构或个人使用。

(三) 账户头像和问候方式应更具人性化和更便捷

政务微信账号使用人性化头像有利于拉近政府与民众之间的距离,作为一个广泛普及的互动平台,微信应成为提高政府和民众交流频率的有效工具,而正式化头像容易给用户以疏远感。首次问候方式也应该采取更加具体贴心的形式发送信息,无论是数字导航还是文字搜索功能,都能让用户一目了然地了解互动方式,以便迅速获得自己所需要的信息;同时,还可以在在一定程度上减少人工回复的工作量。

(四) 丰富政务微信发布形式, 提高微信发布频率

在线即时语音传送功能是微信作为新兴社会化媒体渗入大众文化生活中的一大优势。而政务微信无论是在信息发布还是在互动中对这一功能的应用都不充分。研究发现,使用过语音发布的政务微信账号不到10%。此外,视频和音频等流媒体已被广泛应用于网络社交中,政务微信也应充分利用这些功能,激发用户兴趣,提高用户的关注度。同时,在一些特定服务中,语音信息比文字信息更加必要。例如,交通管理局发布即时道路信息时,受众群体是正在开车的用户,显然这时发出文字信息会影响驾车安全,而通过语音形式发布可便利用

户。此外,部分政务微信应进一步提高发布频率和发布间隔的稳定性。

(五) 采用微刊形式降低单日发布信息数量,提高信息负载效率

统计显示,71%的政务微信账号发布信息时使用了微刊,取得了很好的发布效果。政务微信如每天推送信息的数目过多,很容易引起用户反感而取消关注。应尽可能提高每次发布的信息负载效率,即每次发布的内容更加丰富、种类更加多样,才会获得用户的长期关注;而如果单纯使用文本发布形式,很可能造成篇幅过长,用户疲于阅读,影响发布效果。因此,建议进一步推广微刊的发布形式。

(六) 提升政务微信账号与公众的互动水平

政务微信为公众提供了问政新渠道,会显著降低公众咨询、投诉和建议的成本,有助于提升政府的行政效能。与政务微博相比,微信在回复速度和数量上都有了明显提高。然而,研究显示,无论从回复速度还是回复质量来看,政务微信的互动水平都有待提高。如在“即时回复”中,绝大部分都是自动回复,人工回复的质量虽相对更高,但时间延迟也较久。为兼顾用户互动体验和内部回应能力,建议更多采用自动和人工回应相结合的方式。

参考文献:

- [1]微信用户超5000万 新版本将引入二维码功能[EB/OL]. (2011-12-09)[2013-12-09]. <http://tech.qq.com/a/20111209/000443.htm>.
- [2]陈雅静. 微信还能红多久——以经济学SWOT理论分析微信[J]. 研究生之页, 2012(6).
- [3]曹进, 吕佐娜. 大众文化视角下的“新新”媒介探析——以腾讯微信为研究对象[J]. 东南传播, 2012(9).

- [4]张尔煦. 微信推广的病毒性营销分析[J]. 营销策划, 2012(6).
- [5]王鑫. 微信用户超5000万新版本将引入二维码功能[EB/OL]. (2011-12-09)[2014-01-15]. <http://tech.qq.com/a/20111209/00043.htm>.
- [6]公安政务微信来了 快“摇一摇”[EB/OL]. (2013-01-15)[2013-12-09]. <http://www.zhga.gov.cn/Content.aspx?id=812114631533>.
- [7]政务微博注册认证指南[EB/OL]. [2013-12-09]. <http://wenku.baidu.com/view/42741201581b6bd97f19eaa2.html>.
- [8]@平安肇庆继微博尝试后再推出“政务微信”[N/OL]. (2012-10-19)[2013-12-09]. <http://gd.people.com.cn/n/2012/1019/c123932-17604959.html>.
- [9]微信用户指南[EB/OL]. [2013-12-09]. http://baike.baidu.com/link?url=ZGhwjQU0rY9VfiEGyYUlo-QvIa16q5mjega7DRw5paRVXtJtU68lq8lIi1GEwTA_QAdf0mM5leTE2WAqySOiKK.
- [10]郑拓. 中国政府机构微博内容与互动研究[J]. 图书馆情报工作, 2012, 56(3).

作者简介:

王玥, 复旦大学国际关系与公共事务学院硕士研究生, 数字与移动治理实验室研究助理。

郑磊, 博士, 复旦大学国际关系与公共事务学院副教授、数字与移动治理实验室主任、《复旦公共行政评论》副主编。研究领域包括电子治理、跨组织信息共享与协同、政府社会化媒体应用、政府信息公开和数据开放、电子政府信息政策与管理、政府准备度评估与绩效评估等。