

国务院32个单位已开政务微博

超四成；
75个单位中，由办公厅、新闻办开设微博有19个，占25.3%；
13个单位下属部门设有微博

10月15日，国务院办公厅发布《关于进一步加强政府信息公开回应社会关切提升政府公信力的意见》，要求积极探索用政务微博、微信发布政务信息，确保在应对重大突发事件以及社会热点事件时“不失声”、“不缺位”。那么，国务院各部门开设微博进展如何呢？统计发现，国务院75个单位（议事协调机构未列入）中，有32个单位已开微博，约占总数的42.6%。而由单位办公厅、新闻办直接开设的“部委微博”仅有19个，占25.3%。

焦点1

哪些单位开设了微博？

32个单位已开政务微博，43个单位未开设，占57.4%

记者统计了包括国务院办公厅、国务院组成部门、直属机构、直属事业单位、部委管理的国家局等共计75个单位在新浪、腾讯开设微博情况，发现有四成单位已开设微博。

第一类为相关单位办公厅、新闻办直接开设的认证微博，其中包括其下属重点职能部门的微博，如外交部的“@外交小灵通”，教育部的“@微言教育”，公安部治安管理局的“@公安部打四黑除四害”。

此外，还有一些部委、机构下属单位设有微博，发布的信息与公众密切相关。如公安

部交警局的“@交通安全微发布”，中国地震局的“@中国地震台网速报”，国家铁路局的“@中国铁路”。

值得注意的是，国务院办公厅政府信息公开办公室的官微“@中国政府网”和国土资源部的“@国土之声”，只在腾讯开通了微博，而未进驻新浪微博。经统计，属于第一类情况的单位有19家，占总数的25.3%。

第二类为国务院相关单位下属部门开设的微博，开设这类政务微博的单位有13家，占总数的17.3%。

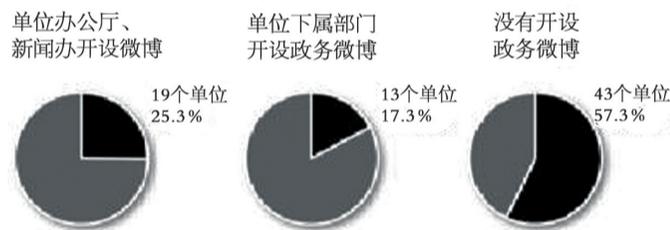
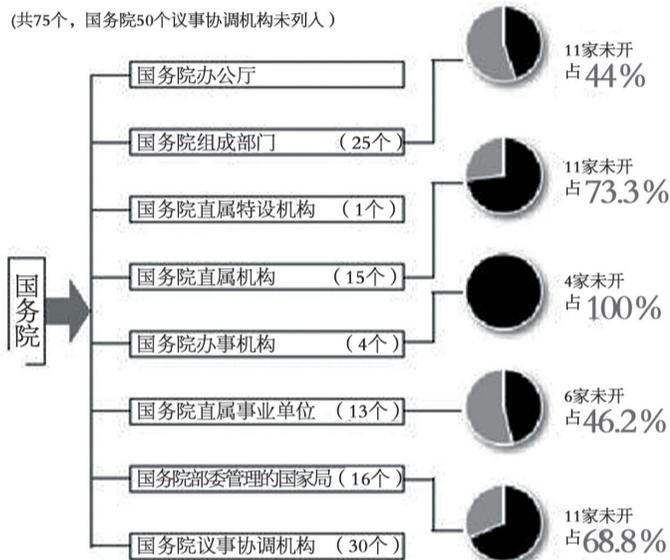
如水利部景区办开设的“@水利风景区”，农业部开设的“@美丽乡村”，文化部文化市场司开设的“@12318文化市场热线”，这类微博虽然都为官方政务微博，但其微博内容所关注的都是某一方面的具体活动。

以“@水利风景区”为例，其微博内容多为各地有旅游性质的水利设施、景点建设等动态消息，粉丝对其的转发和评论数寥寥。

第三类单位没有开设相关政务微博，这类单位有43家，约占总数的57.4%。

国务院各单位微博开通情况

(共75个，国务院50个议事协调机构未列入)



焦点2

政务微博如何成为大V？

提供实用信息，使用年轻化网络化语言，与网友及时互动

“@外交小灵通”是国务院部委中第一个开通的微博，由外交部公共外交办公室运营，于2011年4月开通，迄今已发布超过9000条微博，有约514万粉丝。

在过去的一周里，该微博账号及时发布李克强总理出访东南亚的新闻。一周约100条微博中，关于李克强总理出访的信息有74条。此外，还提供了出国旅游相关信息13条，其中包括签证信息、海外热门景点恶劣天气预报，以及如美国政府关门游客需注意的事项等。

“@微言教育”在新浪微博

的认证信息为，教育部新闻办公室官方微博。截至17日晚，该微博有超过255万粉丝，已发微博3008条。在过去7天，该账号共发布了55个微博。由于近日2014年国考报名开始，该账号为网友提供了详细的咨询“基层工作经历时间长度如何界定”等考生关心的问题。

根据人民网舆情观察室上周发布的数据，“@公安部打四黑除四害”以超过626万粉丝被称为政务微博中的大“V”，亦是极具活跃度的微博之一。该官微自2011年8月开通以来，累计发博逾万条。今年，截至目前已发博近5千条，被转

发逾百万次、评论超过30万条，成为网络人气很高的政务微博。

该微博内容以警法新闻为主，使用的语言年轻化、口语化、网络化。常以网络语言“蜀黍”（叔叔）自称，风格清新幽默，紧跟热点新闻。

此外，该账号与粉丝积极互动，对反面声音也不避讳回答。如一位网友质疑，“政府一年花十几万养一个公务员，就是来发微博的吗？”该账号转发此评论并回答，“发微博只是我们工作额外新增的一部分，目前并没有一个人是被养着专门发微博的”。

焦点3

开通政务微博说了什么？

及时回应热点事件受关注，行业信息等转发数寥寥

据统计，政务微博发布的信息，活动宣传、行业新闻等最为常见，但这类信息往往受到网友冷遇，转发数寥寥。中国保监会官微“@保监微新闻”，开博不到4个月，发布微博约80条。开博当天发了5条微博，几乎全为保险业形象宣传广告片。全部微博中，30余条是保险公众宣传日活动报道，行业新闻约40余条，转发和评论率均不高，有半数转发不到10次。

而政务微博对一些社会热点事件的回应，即使是淹没在平

实、枯燥的宣传内容中，也能“一石激起千层浪”。

国家卫计委官方微博“@健康中国”有71万粉丝，在近1个月，发布了约140条微博，内容大多为卫生新闻播报、健康知识及常规事务通报。其中，9月27日，直播相关负责人的报告，80余条微博，转发量均在20次上下。

而9月23日该微博转发了“湖南3名医护人员被患者砍伤”的消息，并表态“我们强烈谴责伤害医务人员的暴力犯罪行为

为！望医院配合公安部门尽早侦破案件，采取切实措施保障医务人员人身安全”。该条微博得到了高达1300余次的转发。

记者发现，虽有近一半的国务院单位开设了微博，但微博的名称却五花八门，教育部的“@微言教育”，外交部公共外交办的“@外交小灵通”，民政部的“@民政微语”，国资委的“@国资小新”，证监会的“@证监会发布”，微博名称的不统一，给公众查询带来一定的难度。

专家观点

30个单位接洽开博

中山大学传播与设计学院副教授张志安：政务微博的定位与政府部门的职能、级别等有关，通常有宣传型、服务型 and 问答型。与民生相关的部门，如气象、交通等自然会偏向于服务型，而像财政等部门多偏向宣传型。大部分的政务微博还是介于宣传和服务型之间。

问答型的微博比较受欢迎，也是需要部门一把手的大力支持。

新浪副总编辑周晓鹏：目前全国各地在新浪微博平台开设政务微博超过8万个，其中国务院各部门的账号约20个左右。目前有30个单位正与新浪微博接洽调研，预期将开设政务微博。

政务微博忌“瞎盲”

人民网舆情监测室主任庞胡瑞：目前政务微博主要存在的问题是“瞎”和“盲”。

所谓“瞎”，即有的政务微博“永远看不到问题，永远朝上看”。

所谓“盲”，就是指政务微博因为盲目而忽视了特定环境，因此有些信息发布会适得其反。比如，前

些日子北京空气重污染的时候，“@北京发布”却发微博称北京空气14年连续好转，在微博平台上引起了网民的负面评论。

为了改善上述情况，政务微博运营需改变“朝上看”的现状，应在细节处理上站在网民的角度，考虑其信息需求。

要张开嘴要迈开腿

庞胡瑞：开设政务微博的第一个前提是能接受反面的声音，因此遇到反面声音，就应有包容的心态。如果没有这种心态，在运营的过程中就没有正确的处理方法。

对于敏感性新闻，政务微博首先要张开嘴，敢于说话；其次要迈开腿，多走路，走到基层群众中；第三

是要多学习，要跟得上网民的思路。张志安：政务微博应用通俗的语言发布政策，要与地方相关部门的微博形成联动机制，还应公众关心的问题及时的回应。“比如，二胎放不放开，各地没有解释权，只能由卫计委来回答了”。

(据新华社)