

长江师范学院

本科毕业设计（论文）开题报告

策略

课题名称： 酉阳政务新媒体矩阵存在问题及应对

姓 名： 吴科哲

学 号： 202027011201

专业年级： 网络与新媒体

指导教师： 刘贺

教务处制

一、课题意义

理论意义：

拓展政务新媒体研究领域：本文关注地方政务新媒体传播策略，为政务新媒体研究提供新的视角和思路。

丰富传播策略理论：通过分析酉阳政务新媒体矩阵的传播策略，本文有助于丰富现有传播策略理论，为未来研究提供参考。

促进政务新媒体发展：本文的研究结果有望为地方政府提供有益的参考，从而推动政务新媒体的更好发展，提高政府与民众的互动效果。

现实意义：

提高政府信息传播效果：通过对酉阳政务新媒体矩阵的研究，可以为其他地方政府提供借鉴，提高政府信息传播效果，增加政府的透明度和公信力。

促进民众参与政府事务：通过分析政务新媒体传播策略，可以激发民众参与政府事务的积极性，提高民众对政府工作的满意度。

优化地方政府形象：地方政府通过有效利用政务新媒体，可以塑造良好的政府形象，提高地方政府的知名度和美誉度。

推动社会治理创新：政务新媒体在传播政府信息的同时，还可以促进政府与民众的互动，推动社会治理创新的发展。

总之，本文以酉阳政务新媒体矩阵为例，分析地方政务新媒体传播策略，具有重要的理论意义和现实意义。研究成果有望为地方政府提供有益的参考，推动政务新媒体的更好发展，提高政府与民众的互动效果。

二、文献综述

理论的渊源及演进过程

政务新媒体传播策略的理论渊源主要来自于公共关系、传播学、政治传播等领域。这些学科为政务新媒体传播策略提供了丰富的理论基础和研究方法。

公共关系领域为政务新媒体传播策略提供了关于如何建立和维护政府与公众之间良好关系的理论。在公共关系理论中，政府需要通过有效的传播策略来增进公众对政府的了解、信任和支持。政务新媒体传播策略借鉴了公共关系的原理，以帮助政府更好地与公众进行沟通 and 互动。

传播学领域为政务新媒体传播策略提供了关于如何有效传播信息的理论。传播学研究涵盖了传播媒介、传播过程、传播效果等多个方面。政务新媒体传播策略运用了传播学的理论，选择合适的传播渠道，制定有效的传播策略，以最大化政府的信息传播效果。

政治传播领域为政务新媒体传播策略提供了关于政治信息传播的理论。政治传播研究主要关注政治信息如何通过媒体传递给公众，以及公众如何接收和回应这些政治信息。政务新媒体传播策略借鉴了政治传播的理论，以帮助政府更好地传递政治信息，并了解公众对政治信息的反应。

演进过程：随着移动互联网和社交媒体的普及，政务新媒体传播策略逐渐受到关注。学者们从多个角度研究了政务新媒体传播的策略、效果和影响。

在早期，政务新媒体传播策略主要关注如何通过新媒体平台发布政府信息。然而，随着社交媒体的兴起，政务新媒体传播策略逐渐转变为互动式的传播模式，政府开始通过社交媒体与公众进行实时互动和沟通。

在此期间，学者们开展了大量研究，探讨政务新媒体传播策略的效果和影响。例如，一些研究关注政务新媒体传播对政府形象建设的影响，而另一些研究则关注政务新媒体传播对公众政治参与的影响。

近年来，随着大数据和人工智能技术的发展，政务新媒体传播策略进入了智能化发展的

新阶段。政府开始利用大数据分析公众需求，制定更加精准化的传播策略。同时，人工智能技术也在政务新媒体传播中发挥作用，例如通过聊天机器人回答公众疑问，提高政府服务的效率。

总之，政务新媒体传播策略的理论渊源主要来自于公共关系、传播学、政治传播等领域。随着移动互联网和社交媒体的普及，政务新媒体传播策略逐渐受到关注，并进入了智能化发展的新阶段。未来，政务新媒体传播策略将继续依托于新技术和新媒体平台，为政府与公众之间的沟通和互动提供更为有效的途径。

三、课题研究内容与方法

(一) 研究内容

了解酉阳政务新媒体矩阵的发展现状，分析其传播特点和存在的问题。研究各地政务新媒体传播策略的实践案例，比较优劣，提炼有效策略。根据酉阳政务新媒体矩阵的特点和问题，提出针对性的传播策略建议。分析酉阳政务新媒体矩阵在提高政府透明度、公众参与度和社会满意度方面的作用。具体的提纲框架如下：

引言

一、当前我国地方政务新媒体的现状分析

1. 研究背景
2. 研究意义
3. 文献综述

二、基于 5W 模型下的酉阳政务新媒体矩阵分析

- 1 传播主体的分析
- 2 传播内容的分析
- 3 传播媒介的分析
4. 传播受众的分析
5. 传播效果的分析

三、制约酉阳政务新媒体发展的内在原因探究

- 1 人员队伍建设滞后
- 2 内容质量不高，缺乏吸引力
- 3 全媒体矩阵建设不完善
- 4 受众群体年轻化，需求多元丰富
- 5 互动性不足，区域影响力不高

四、我国地方政务新媒体良性发展机制探究

1. 整合宣传资源，加强内部协同
2. 坚持内容为王，突出区域特色
3. 树立用户思维

结语

参考文献

致谢

研究方法：

文献综述：查阅相关研究论文、案例和报告，了解政务新媒体传播的策略和方法。

案例分析：收集酉阳政务新媒体矩阵的传播案例，分析其成功经验和存在的问题。

比较研究：比较各地政务新媒体传播策略的实践效果，提炼出适用于酉阳的策略。

问卷调查：设计问卷调查，收集酉阳民众对新媒体传播的看法和建议，以便改进传播策略。

深度访谈：对酉阳政务新媒体管理人员进行深度访谈，了解他们在传播过程中的经验和挑战。

四、课题研究进度安排

交写作提纲、开题报告、任务书 2023 年 12 月 10 日
交初稿 2024 年 1 月 26 日
交二稿 2024 年 2 月 26 日
三稿、定稿 2024 年 3 月 26 日
学生上交全部资料 2024 年 4 月 20 日
指导老师交所写评语 2024 年 4 月 30 日
答辩 2024 年 5 月 12 日

五、主要参考文献目录

[1]张星影. 地方政务新媒体在疫情防控中的内容呈现特征及传播效果研究[D]. 苏州大学, 2023. DOI:10. 27351/d. cnki. gszhu. 2023. 000024.

[2]毛昕宁. 新冠疫情期间地方政务新媒体呈现状况与传播影响力研究——以“黑龙江发布”政务微博为例[J]. 新闻传播, 2022, (23):50-52.

[3]李楠楠. 公安政务新媒体传播策略研究——以“正警事儿”为例[J]. 江西警察学院学报, 2022, (05):123-128.

[4]张雅馨, 范晓玲. 重大突发自然灾害事件下影响政务新媒体传播效果的因素研究——基于郑州发布微博实证分析[J]. 今传媒, 2022, 30(06):11-13.

[5]樊晓燕. 自然灾害危机事件中政务新媒体传播导向研究[J]. 新闻前哨, 2022, (11):4-6.

[6]叶艺帆. 服务与“善治”：地方政务新媒体智库构建与传播研究[D]. 浙江工商大学, 2022. DOI:10. 27462/d. cnki. ghzhc. 2022. 000693.

[7]厉文杰. 基层团组织政务新媒体传播效果研究[D]. 安庆师范大学, 2022. DOI:10. 27761/d. cnki. gaqsf. 2022. 000078.

[8]王清, 陈明, 郑静. 地方媒体政务微信号的运营路径探析——以“十堰发布”微信为例[J]. 新闻前哨, 2022, (05):29-30.

[9]陈仕泽. 政务新媒体传播的优势、困境及提升路径[J]. 东南传播, 2021, (09):130-131. DOI:10. 13556/j. cnki. dncb. cn35-1274/j. 2021. 09. 036.

[10]郑泽宇. 健康类政务新媒体传播创新研究——以“深圳卫健委”公众号为例[J]. 新闻前哨, 2021, (08):33-34.

注：本表装入学生资料袋。