

基于SATI的我国政务抖音研究的文献计量分析

于若萌

扬州大学图书馆, 江苏 扬州

收稿日期: 2024年10月21日; 录用日期: 2024年11月1日; 发布日期: 2024年12月16日

摘要

采用文献计量学方法对政务抖音文献特征分析, 了解该领域文献发表研究现状以及发展水平, 为今后今后政务抖音研究方向提供参考。文章以CNKI (中国期刊全文数据库)中1023篇政务抖音研究文献为研究样本, 运用可视化工具SATI从论文发表时间、主要研究机构、研究热点等五个维度进行分析。研究发现, 当前政务抖音学术关注度仍呈上升趋势, 但存在研究视角较为单一、学术质量不均衡等问题, 为该领域今后研究方向提供参考。

关键词

政务抖音, 文献计量法, SATI, 可视化分析

Bibliometric Analysis of China's Government TikTok Research Based on SATI

Ruomeng Yu

Library, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Oct. 21st, 2024; accepted: Nov. 1st, 2024; published: Dec. 16th, 2024

Abstract

Bibliometric analysis of government TikTok research in China based on SATI Abstract: This paper uses bibliometric methods to analyze the characteristics of government TikTok literature, understand the research status and development level of literature publication in this field, and provide reference for future government TikTok research. This paper takes 1023 government affairs TikTok research literatures in CNKI (China Journal Full Text Database) as research samples, and uses the visualization tool SATI to analyze from five dimensions, including the publication time, main research institutions, and research hotspots. The research found that the current academic attention of government TikTok is still on the rise, but there are some problems such as a single research

文章引用: 于若萌. 基于 SATI 的我国政务抖音研究的文献计量分析[J]. 现代管理, 2024, 14(12): 3054-3063.

DOI: 10.12677/mm.2024.1412367

perspective and uneven academic quality, which provide a reference for future research in this field.

Keywords

Government TikTok, Bibliometric Method, SATI, Visual Analysis

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近年来,政务抖音凭借其娱乐化、贴地气特征,以及公众社交互动的便捷性,满足了用户的猎奇欲、社交欲,在政务新媒体领域快速发展。中国互联网络信息中心(CNNIC)2024年3月22日发布的第53次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2023年12月,我国网民规模达10.92亿人,较2022年12月新增网民2480万人,互联网普及率达77.5%[1]。从2018年4月开始,一些中央和地方的党政机关以及地方融媒体先后入驻抖音开展政策宣讲、信息公开,与公众互动等,已取得了不错的效果,政务抖音也继政务微博和政务微信之后成为当前政务新媒体的重要组成部分。

目前众多学者们围绕政务抖音的传播现状、传播效果提升、公众参与影响因素等方面展开探索,并取得一定研究成果。但主要学科领域仍集中在新闻传播学领域,关于政务抖音的研究综述多为定性研究,缺乏定性研究方法的文献分析和归纳。基于此,本文借助SATI可视化文件分析工具,对国内现有“政务抖音”研究成果进行梳理和分析,构建国内政务抖音的知识图谱,继而更直观地反映该领域发展阶段、核心作者、发文机构、研究热点、主要内容和研究区域,以期为我国未来政务抖音研究指明方向和提供思路。

2. 数据来源与研究方法

2.1. 数据来源

本研究基于中国期刊全文数据库CNKI数据库,以“政务抖音”或“政务抖音号”为主题词进行高级精确检索,来源类别为“全部期刊”,在剔除重复以及与主题无关的文献后,截至2024年8月13日共得到1683篇文献。

2.2. 研究方法

本文利用题录信息统计分析工具(Statistical Analysis Toolkit for Informetrics, SATI)分析从中国知网导出的题录,对政务抖音研究的核心作者、研究机构、期刊分布等方面进行可视化分析,并通过描述性统计分析计算比值,得出作者、机构等在文献中的比重,从而直观清楚地认清研究领域的研究热点及发展前沿。

3. 统计结果分析

3.1. 描述性统计分析

为了得到对相关文献的宏观认识,从作者、关键词、机构数和年份等维度对2018~2023年政务抖音相关研究进行分析。首先是从作者维度来看,文献筛选后所得到的1023篇文献共涉及1214位作者。其

中独立的作者数是 1121 人，这表明政务抖音研究合作者较少，大多为独立研究。其次，从关键词维度来看，政务抖音的关键词总数是 3237 个，独立关键词是 1322 个。意味着有 40.8% 的关键词只出现了 1 次，平均每篇文章有 3.5 个关键词。再次，从机构维度来看，这些研究总共涉及 621 个机构，独立的机构有 491 个，平均每一篇文章有 0.67 个机构参与，这表明政务抖音研究的机构合作仍然较少，大多数机构选择独立研究。

3.2. 文献变化态势分析

笔者借助中国知网自带的可视化分析工具，并利用 Excel 按照时间顺序统计各年发文量，如表 1 和图 1 所示：

Table 1. Statistics of documents sent by government Tiktok

表 1. 政务抖音发文量统计

年份(年)	2018	2019	2020	2021	2022	2023
发文量(篇)	22	126	212	240	245	238

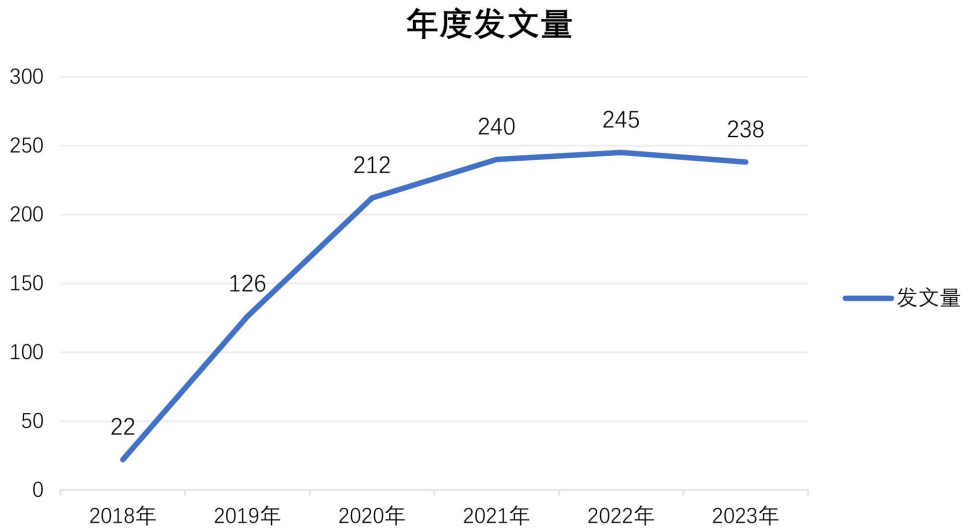


Figure 1. Annual growth of government Tiktok

图 1. 政务抖音发表年增长情况

从表 1 和图 1 可以看出，政务抖音的研究起始于 2018 年，笔者称之为政务抖音元年，第一批政务抖音号开通，吸引了少量学者关注，发表文献仅有 22 篇。进入 2019 年，大批的政府官方媒体平台涌入抖音，关于政务抖音的发文量猛增至 126 篇，出现政务新媒体研究的第一个峰值。到了 2021 年，政务抖音发文量仍呈上升趋势，但增速同比放缓。与此同时 2020 年是政务抖音号大量涌现的关键一年，2022 年开始年度发文量增长放缓，学界对政务抖音的关注度是否继续还会继续上升有待今后的观察。

3.3. 发文作者分析

3.3.1. 期刊分布

笔者通过 SATI 导入题录后分析得出，该 340 篇文献共分布于 133 个期刊，按照发文量选择前 20 个期刊降序排列，统计结果如表 2 所示。从表 2 可以看出，期刊“新闻研究导刊”、“新媒体研究”、“传播力研究”发文量最高，占据前三名。与此同时，从发文量前 20 名期刊来看，除排名第四的《电子政务》

外，其余期刊均为新闻传播类期刊，可以推测政务抖音发文期刊主要集中在新闻传播学领域，存在研究视角单一的问题。

Table 2. Statistics of government TikTok journals
表 2. 政务抖音发文期刊统计

序号	期刊名	发文量	比例(%)
1	新闻研究导刊	19	7.34
2	新媒体研究	16	6.18
3	传播力研究	12	4.63
4	电子政务	9	3.47
5	青年记者	9	3.47
6	视听	7	2.70
7	新闻前哨	6	2.32
8	西部广播电视	6	2.32
9	传媒	5	1.93
10	新闻传播	5	1.93
11	网络传播	5	1.93
12	新闻战线	4	1.54
13	科技传播	4	1.54
14	中国报业	3	1.16
15	人民论坛	3	1.16
16	新闻与写作	3	1.16
17	新闻爱好者	3	1.16
18	新闻界	3	1.16
19	新闻论坛	3	1.16
20	记者摇篮	3	1.16
	其他	131	51
	总计	259	100

3.3.2. 核心作者分析

为了总结出政务抖音研究领域的核心作者，按照发文量降序排列，筛选出 23 位发文量在 2 篇及其以上的作者(见表 3)，其中，马亮有关政务抖音的发文量排名第一，其首次发表相关文献在 2019 年。同时通过 SATI 可视化分析软件绘制政务抖音发文作者图谱(见图 2)，该图谱共有 50 个节点，节点表示政务抖音主题研究作者，节点越大代表作者发文量越多；节点之间的连线代表各个作者间的合作关系，节点间连线越多说明该领域作者合作越紧密。由图 2 可知，有少数较为明显的学者合作关系，如江西财经大学蒋博斌和南昌大学的陈世华、刘静已经形成了该领域相对密切的合作，他们在政务短视频的社会治理层面[2]和政务短视频价值与践行[3]层面作了深入研究。另外，广东外语外贸大学的蔡岚和丁凯利对于政务新媒体矩阵建设实践[4]方面有良好的合作研究。由此可见，目前政务抖音领域只有少数学者间存在一定合作关系，但是大多数学者研究较为分散，大多还处在独立研究状态。

Table 3. Statistics of core authors (Published ≥ 2)
表 3. 核心作者统计(发文量 ≥ 2)

序号	作者	发文量	比例(%)
1	马亮	5	1.0776
2	曾润喜	3	0.6466
3	陈强	3	0.6466
4	丁游淞	2	0.431
5	于晶	2	0.431
6	刘浩	2	0.431
7	刘静	2	0.431
8	宁海林	2	0.431
9	张杨一	2	0.431
10	彭雁翎	2	0.431
11	李墨涵	2	0.431
12	李少强	2	0.431
13	杜乐韵	2	0.431
14	杨化冰	2	0.431
15	王海燕	2	0.431
16	王科夫	2	0.431
17	王莉	2	0.431
18	蒋博斌	2	0.431
19	蔡岚	2	0.431
20	谢泽杭	2	0.431
21	谭玥雨	2	0.431
22	陈世华	2	0.431
23	马晓悦	2	0.431

3.4. 研究机构分析

为了总结出政务抖音研究领域的研究机构情况，按照发文量降序排列，筛选出前 20 个研究机构(见表 4)。由表 4 可知，发文量在 4 篇以上的机构有 6 家，分别是中国人民公安大学、中国人民大学公共管理学院、中国传媒大学新闻学院、宁波大学人文与传媒学院、安徽大学管理学院、西安交通大学新闻与新媒体学院。并且发文量前 20 名的机构基本都是双一流高校，说明目前高校是政务抖音研究的主力军，双一流高校对政务新媒体的敏锐度较高，政务抖音主题的热度逐渐增强，笔者预测该领域会有更深入、更广泛的研究。发文机构存在利用地域优势和地方行政优势的特点。比如吉林省四平市公安局政治部宣传处以“四平警事”为例，探讨政务新媒体平台提升传播效果的手段[5]；南京传媒学院新闻传播学院以南京江宁区政务新媒体为例，来分析 5G 新时代区县级政务新媒体的融合发展[6]。

续表

13	中国传媒大学电视学院	2	0.70
14	中国矿业大学公共管理学院	2	0.70
15	中山大学传播与设计学院	2	0.70
16	华东师范大学政治学系	2	0.70
17	四川大学	2	0.70
18	天津师范大学	2	0.70
19	安徽大学	2	0.70
20	安徽大学新闻传播学院	2	0.70

另外，为了更直观地分析政务抖音主题发文机构的分布及合作情况，笔者利用 SATI 绘制出发文机构知识图谱(图 3)。由图 3 可知，节点几乎无连线，而连线越多表明各机构合作越密切，这就表明政务抖音相关研究机构合作密度低，大部分的研究机构仍处于独立研究状态，各机构学者应加强合作，利用彼此优势资源，更好推动政务抖音研究。



Figure 3. Research institution map
图 3. 研究机构图谱

3.5. 关键词分析

将检索到的 340 篇文献进行关键词共现分析，通过导入题录到 SATI 软件，分析得出关键词 1263 个，独立关键词 599 个，将出现频率排名前十的关键词统计成表(表 5)和关键词图谱(图 4)。其中，短视频的

频率最高，共被提到 93 次，占比 7.76%，这表明短视频和抖音平台的包含关系，多数学者从对广泛的短视频相关探讨细化到对政务抖音的深入研究。其次抖音、政务新媒体、政务短视频、新媒体、政务抖音号的关键词出现频率也较高，均超过了 1%。这反映政务抖音研究领域学者选择关键词大多围绕政务抖音主题而来，关键词类型较为集中。另外，传播效果的词频也高达 14 次，这反映了政务抖音相关研究在传播学领域成果居多，同样发文期刊多为集中在新闻传播类。

Table 5. Keyword frequency statistics
表 5. 关键词频统计

序号	关键词	频次	比例(%)
1	短视频	93	7.36
2	抖音	72	5.70
3	政务新媒体	61	4.83
4	政务短视频	42	3.33
5	政务抖音	27	2.14
6	抖音短视频	20	1.58
7	新媒体	20	1.58
8	政务抖音号	17	1.35
9	传播效果	14	1.11
10	短视频平台	13	1.03



Figure 4. Keyword map of government TikTok research
图 4. 政务抖音研究关键词图谱

4. 政务抖音研究内容述评

4.1. 政务抖音发展现状

政务抖音作为近几年来发展势头迅猛的新兴媒体,在取得大众认可的同时也面临着挑战。邵泽宇、谭天较早地对政务抖音发展情况和出现的问题做了总结,认为政务抖音运作存在定位模糊、内容宽泛、缺乏合作等问题,提出政务类短视频要以塑造政府形象为主要内容,转变观念;链接多种形式,形成政务新媒体链,共同助力政务新媒体可持续发展[7]。马亮探讨了政务短视频兴起的背景与动因,认为政务抖音的兴起与短视频自身的智能推荐和平等性、多媒体性和“短平快”、个性化与互动性强等特征有关。讨论了当前政务抖音运行所面临的挑战,相对于政务微博和政务微信等社交媒体,政务短视频存在功能定位、制作流程和传播方式等方面的差异而表现出不同的发展态势,认为应为其提供更强的公共基础设施支持[8]。何海翔认为短视频具有易模仿性、高参与度、高互动性的特点,但其场景的移动化、表现方式的多样化也对构建互联网健康良性、向善向上的精神家园构成挑战;建议政府要高度重视短视频趋势给政务新媒体发展带来的困境,创新政务新媒体建设思路,重构政务新媒体格局[9]。

4.2. 政务抖音传播效果

随着移动通信技术的发展,短视频平台成为新媒体平台新的焦点,而各级政府也将短视频平台作为舆论宣传和公共服务的新阵地,很多学者通过理论和实证研究探讨了政务抖音的传播效果及影响因素。巫霞、马亮通过限定时间的政务抖音号数据,实证分析了政务短视频传播力及其影响因素,发现行政级别越高的政府,其政务短视频传播力表现越好,同时提出短视频的内容创作与审查应谨慎,政府需要有更专业的运营人员和管理模式等建议[10]。肖显从新冠疫情的角度分析了政务新媒体传播策略,认为政务抖音要争取在最短时间内发布权威消息,避免谣言散布;政务短视频在利用网络“吸粉”“接地气”的同时,要注意避免陷入“庸俗、低俗、媚俗”的境地[11]。

4.3. 政务抖音等新媒体协同发展

何海翔认为短视频与政务新媒体并不是完全独立的概念,而是相同时代背景下,面临相似的机遇与挑战的相重合的新兴媒体产品,政府应该合理建构符合短视频机制的政务新媒体话语体系,利用短视频为政务新媒体扩大自身影响力,从而实现共生互赢[12]。陈刚、王卿从强化3.0时期网络问政的能力角度,建议政务新媒体平台应在避免“形式化”的基础上,进一步开发和强化基于抖音、快手等社交短视频平台的政务短视频号的建设和运营,利用更加丰富的拍摄方式,引导公众有序地参与到公共管理中来[13]。

5. 结语

从2018年第一个政务抖音号出现至今的三年里,政务抖音相关研究虽然势头很足,但依然存在“质”不高、“量”不足的问题,如何推进“质”与“量”的协同发展,是今后学者需要探讨的关键。笔者根据有关政务抖音的文献统计分析结果,从宏观上概括提出政务抖音研究呈现的几个显著特点:第一,研究方法较为单一。从研究方法来看,大多数研究仍停留在基础的描述性统计分析,探讨政务抖音发展情况提供建议对策等纯理论研究。与此同时,很多研究理论内涵不足,文章逻辑性不足,多数停留在表面的探讨,没有探究政务抖音发展的深层问题。第二,研究的数量和质量分布不均。从量与质两方面对当前政务抖音研究考察后发现,虽然当前研究数量急剧增长,但是属于北大核心、CSSCI、CSCD的期刊论文仅有63篇,占比不到20%;得到国家科研基金资助的文章仅有22篇,占比不到10%,优质论文数量明显偏少,学界重视程度有待加强。第三,研究学科视角局限。当前政务抖音研究的学科多集中在新闻传播学、公共管理学、文献信息学,又以新闻传播学为主导视角[14]。这使得政务抖音研究很难多元化发展,

限制其吸引更多优秀学者拓宽领域深度。政务抖音作为新兴的政务信息平台，以其丰富的多媒体性、传播便捷性吸引了海量用户，其中不乏已经出现的政务抖音大 V，如“共青团”“央视新闻”“四川观察”等，但是政务抖音究其本质属性依旧是政府信息资源传播平台，如何发挥其政府公关管理和社会治理功能，如何发挥好抖音平台爆炸性传播的优势，用“正能量”引导人们的价值观，提升公共管理效率，是今后学者需要探讨的问题，也是未来研究的前景和导向。

参考文献

- [1] CNNIC. 第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》[R]. 北京: 中国互联网络信息中心(CNNIC), 2024.
- [2] 陈世华, 蒋博斌. 政务短视频参与社会治理的价值和路径[J]. 社会工作, 2020(6): 77-89, 110.
- [3] 陈世华, 刘静. 政务短视频的价值与践行: 基于行政合理性原则[J]. 浙江学刊, 2019(6): 69-75.
- [4] 蔡岚, 丁凯利. 政务新媒体矩阵建设实践与发展路径探析——基于“共青团中央”新媒体账号的研究[J]. 岭南学刊, 2020(4): 50-56, 63.
- [5] 董政. 四平警事 寓教于乐, 小剧场普法接地气[J]. 网络传播, 2019(3): 48-49.
- [6] 陈卓. 5G 时代区县级政务新媒体的融合发展——以南京江宁区政务新媒体为例[J]. 中国广播电视学刊, 2020(8): 40-43.
- [7] 邵泽宇, 谭天. 2018 年政务短视频的发展、问题与建议[J]. 新闻爱好者, 2018(12): 33-36.
- [8] 马亮. 政务短视频的现状、挑战与前景[J]. 电子政务, 2019(7): 2-10.
- [9] 何海翔. 短视频趋势下政务新媒体困境与进路[J]. 中国出版, 2020(23): 30-35.
- [10] 巫霞, 马亮. 政务短视频的传播力及其影响因素基于政务抖音号的实证研究[J]. 电子政务, 2019(7): 22-30.
- [11] 肖显. 从抗击疫情看政务新媒体传播策略[J]. 青年记者, 2020(30): 62-63.
- [12] 何海翔. 短视频趋势下政务新媒体困境与进路[J]. 中国出版, 2020(23): 30-35.
- [13] 陈刚, 王卿. 话语结构、思维演进与智能化转向作为政治新图景的中国网络问政[J]. 新闻与传播评论, 2020, 73(6): 17-28.
- [14] 王法硕. 中国政务微博研究综述[J]. 电子政务, 2013(9): 27-34.