



从社交媒体看官方态度

以 2013.1-2019.5 部委及央媒账号含 LGBTI 关键词的微博为例

何笑鸥



目录

研究方法.....	3
账号选取.....	3
微博收集.....	5
分类统计.....	6
初步统计.....	7
基本统计.....	7
国家地区.....	9
相关群体.....	9
年龄分布.....	10
内容主题.....	10
人权议题.....	12
撰写者态度.....	13

本研究试图了解中国官方对 LGBTI 议题的态度，通过对部分官方部门微博账号中含 LGBTI 关键词的微博进行收集与统计分析。

自然，研究方法与目的之间存在较大差距，笔者试图通过如下假设和现状趋势来说明此研究设计也存在可取之处：假设中央政府对 LGBTI 相关议题并无统一态度、很多部门实际工作中对 LGBTI 相关议题也并没有明确的应对机制，所以可以通过官方微博内容研究来寻求可能的倡导方向（部门或议题）；尽管官方账号的具体操作有其偶然随机的成分，但政府各部门对社交媒体的使用日渐重视，随之而来的是对微博发布内容的规范与管控，所以可以通过官方微博内容研究来推测整体趋势。

研究方法

研究目的是了解中国官方对 LGBTI 议题的态度。笔者无意对「中国官方」给出定义，基于前述假设，各部门对不同同志议题可能存在不同态度，所以本研究确定的「中国官方」是政府部门和宣传部门；为尽可能减少人为因素干扰，故排除地方单位，聚焦于国务院下属各部及委员会（下称「部委」）及中央媒体（下称「央媒」）。

为便于分析，我们希望收集到的信息数据足够完整、有较统一的形式，所以确定选取（新浪）微博平台上的相关认证账号。下面介绍账号选取、微博收集及分类处理的方法。

账号选取

部委账号：微博对各类机构账号有认证机制，并且联合人民日报推出了《政务指数排行榜》。我们收集该 2019 年 4 月的「政务微博·部委榜」前 100 个账号¹；其中排名前 10 的账号按照排名从高到低依次为共青团中央、中国警方在线、中国消防、中国长安网、中国气象科普、中国反邪教、中国大学生在线、中国气象局、中国地震台网速报和中华全国学联。

¹ <https://gov.weibo.com/rank/hangye/rank?area=buwei&datetype=3> 最后访问于 2019 年 5 月 14 日

央媒账号：查找 18 家中央媒体²对应的微博账号（参考表格 1 中央媒体及对应微博账号）。其中中央电视台、中国国际广播电台和中国纪检监察报名下没有单独的认证账号，这里有不同的处理：在微博网页版搜索名称含有「中央电视台」的机构账号，比较发现@央视新闻 认证为「中央电视台新闻中心官方微博」、拥有超过 8000 万粉丝、发布 11 万条微博，可以认为该账号发布的内容能够代表中央电视台的宣传定位，所以选用此账号；而类似方法搜索「中国国际广播电台」，尽管出现多个频道、节目账号，但无论是账号认证还是粉丝数都缺乏足够代表性，故舍去；搜索「中国纪检监察报」无相关机构认证账号，故舍去。

表格 1 中央媒体及对应微博账号

等级	名称	类别	微博名称
正部级单位 (2 家)	人民日报	报纸-机关报	人民日报
	新华社	新闻社	新华视点
副部级单位 (9 家)	求是	报纸	求是
	解放军报	报纸	军报记者
	光明日报	报纸-机关报	光明日报
	经济日报	报纸	经济日报
	中国日报	报纸	中国日报
	中央人民广播电台	电台	中央人民广播电台
	中央电视台	电视台	央视新闻
	中国国际广播电台	电台	-
	科技日报	报纸	科技日报
正局级单位 (7 家)	中国纪检监察报	报纸	-
	工人日报	报纸	工人日报
	中国青年报	报纸	中国青年报
	中国妇女报	报纸	中国妇女报
	农民日报	报纸	农民日报
	法制日报	报纸-机关报	法制日报
	中新社	新闻社	中国新闻社

² 《18 家中央主要新闻单位排序，原来央广比央视排位还高》 http://www.sohu.com/a/205783791_351788 最后访问于 2019 年 5 月 29 日

微博收集

时间范围：前期准备过程中，我们发现各账号注册并规律发布内容是从2013年起，故研究这116个账号于2013年1月1日至2019年5月31日发布的微博。

关键词：我们结合中国官方微博的表达习惯，选取同志群体及重要事件相关的词「同性」「男同」「女同」「双性」「变性」「跨性别」「间性」「耽美」「百合」「拉拉」作为关键词。

首先逐月收集这116个账号于2013年1月1日至2019年5月31日发布的微博数，以了解同志相关微博出现的相对频率随时间变化情况。然后搜索这些账号于2013年1月1日至2019年5月31日发布的含有关键词（之一）的微博，记录发布账号、微博内容、发布时间，如为转发微博，还会记录原微博的内容。

具体方式是使用Python语言调用相关模块，模拟人工通过网页版浏览器进行搜索与查看的过程。以@人民日报为例（已知@人民日报账号对应的编号为2803301701）：

1. 进入@人民日报搜索页面 <https://weibo.cn/2803301701/search>；
2. 将发布时间设定为[20130101]至[20130131]进行筛选，即可查看@人民日报在2013年1月1日至2013年1月31日发布微博的页数，平均每页有10条微博，进而可估算出该账号在2013年1月1日至2013年1月31日发布的总微博数；用类似的方法可依次获取查看该账号各月发布的微博数；
3. 设定关键字为[同性~男同~女同~双性~变性~跨性别~间性~耽美~百合~拉拉]、发布时间为[20130101]至[20190531]进行筛选，即可查看@人民日报在2013年1月1日至2019年5月31日发布的含关键词微博的列表；
4. 逐条收集含关键词微博的发布日期，如果是原创微博，则收集正文，如果是转发微博，则收集转发内容及转发理由。

这里需要说明的是，网页版微博有不同的访问入口（<https://weibo.cn> <https://m.weibo.cn> 和 <https://weibo.com>）且都提供高级搜索功能。为便于批量爬取数据笔者选取 <https://weibo.cn>，但经过比较会发现三种方式得到的搜索结果并不一致：首先，针对不同微

博，不同入口都有可能显示或不显示，但没有哪一个入口呈现的搜索结果是明显更完全的；其次，含「女同」关键词的情况下任何搜索功能无法实现。一个可能的改进方式是爬取各账号的全部微博再筛选出含有关键词的部分微博，或者使用其他入口访问。

分类统计

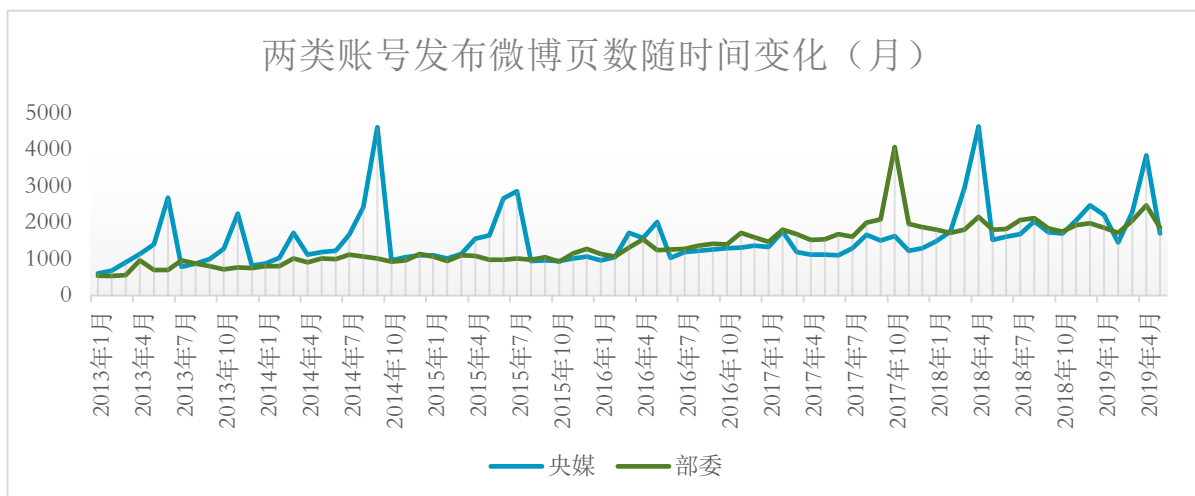
对收集到的全部微博进行基本的筛选与分类。根据微博内容（如果是转发微博则以转发语为主要依据）是否与 LGBTI 群体相关，将全部微博分为有效微博和无效微博，只分析有效微博；再将有效微博按照发布账号的类别分为政务微博和央媒微博。

将所有有效微博按照微博内容按照国家地区、相关群体、年龄分布、内容主题、人权议题、撰写者态度进行分类。

初步统计

基本统计

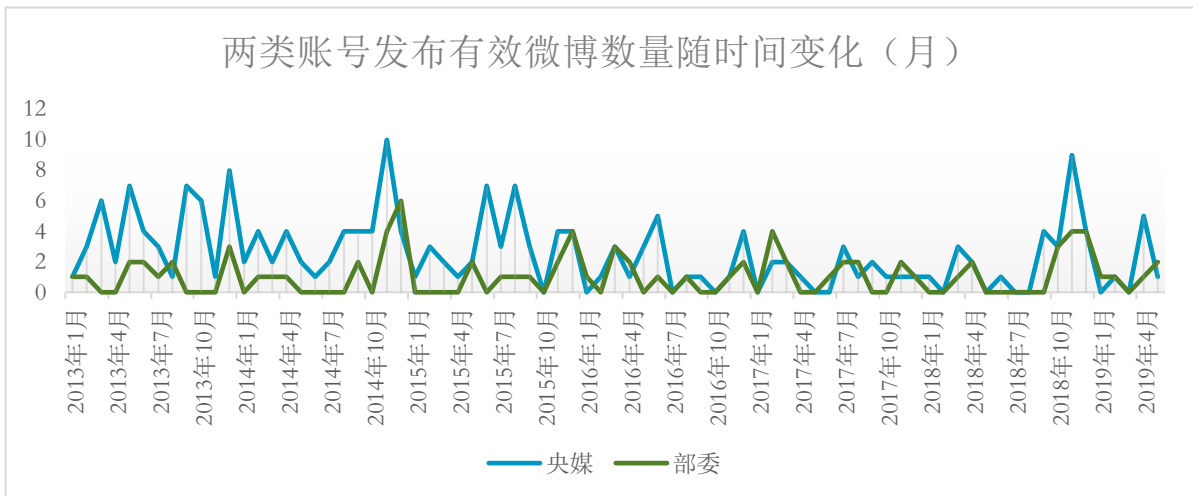
2013年1月1日至2019年5月31日，部委及央媒账号发微博总页数224,702页，其中部委账号发布105,311页（46.9%），央媒账号发布119,391页（53.1%）。按月统计情况见图表1。两类账号发布微博页数随时间变化，可以看出央媒账号发布微博总数分为三个阶段：2013-2014年逐年上升；2015-2017年逐年减少，2018年开始突然回复2014年的「盛况」；与之相比，部委账号发布微博数量则是稳步渐增（其中2017年10月的激增是由于当月认证为「中央政法委新闻网站官方微博」的@中国长安网发布了1945页微博，平均每天发布627条，而该账号在统计时段内其他月份发微博数最高为177页每月，所以有理由认为部委账号在2017年10月发布微博数的「激增」是一个异常数值，可以忽略）。



图表1 两类账号发布微博页数随时间变化（月）

这两种明显不同的趋势，可能是因为央媒账号只有16个，相比100个部委账号数量较少，所以变化情况不够稳定；也可能是因为两类账号的工作定位不同，央媒账号的工作任务在于宣传，其发布微博的明显变化侧面反映中国官方对利用微博平台进行宣传工作的策略有较大的调整。

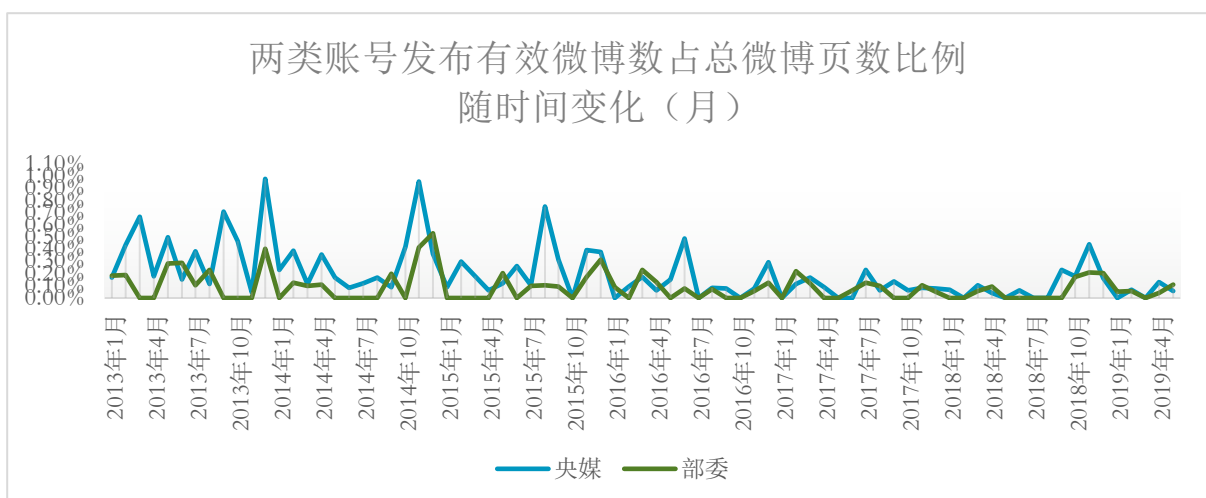
于2019年6月1日和6月2日运行调试好的程序，共获取1150条含有关键词的微博。按照内容是否与性与性别少数群体/权益相关，排除掉871条无效微博，得到279条有效微博。按照发布账号的类型，将有效微博分为部委微博（82条）和央媒微博（197条）。



图表 2 两类账号发布有效微博数量随时间变化（月）

需要指出的是，所统计的部委账号（100个）在数量上是央媒账号（16个）的六倍还多，但是部委微博数量（82条）是央媒微博数量（197条）的一半还少，这可能是由于账号主体的功能定位不同，也进一步导致整个有效微博发布数量随时间的变化趋势与央媒微博基本一致。可以注意到，两类微博发布数量呈现截然不同的变化趋势：2013年至2018年，政务微博数量较为平稳（方差2.97），央媒微博数量则有较大波动（方差185.47）。这种变化趋势值得注意，笔者认为能体现各部委和中央媒体的在微博使用上收到要求不同。

再比较各月两类微博占相应账号所发微博的比例，变化趋势见图表3 两类账号发布有效微博数占总微博页数比例随时间变化（月）。



图表 3 两类账号发布有效微博数占总微博页数比例随时间变化（月）

国家地区

逐条阅读有效微博，确定微博主要涉及的 LGBTI 内容的发生国家地区。（表格 2）

表格 2

国家地区	微博数	占有有效微博比
中国	155	55.56%
大陆	148	
台湾	6	
香港	1	
其他国家	103	36.92%
美国	36	
英国	16	
法国	14	
俄罗斯	6	
德国	5	
日本	5	
泰国	4	
意大利	3	
文莱	3	
印度	3	
卢森堡	2	
西班牙	1	
爱尔兰	1	
荷兰	1	
芬兰	1	
沙特	1	
南非	1	
无明确地区信息	17	6.09%
联合国	4	1.43%
总计	279	100.00%

相关群体

逐条阅读有效微博，确定微博所涉及的 LGBTI 相关群体，除 LGBTI 所具体指涉的各类以外，还有同性性行为者和同妻。注意这里也统计了「动物」群体，相关微博主要涉及自然界的同性恋

现象或同性生殖的科研进展，可以此数据为参照，看到部分群体可见度之低。如此一来，同一条微博肯定涉及某一个群体、可能涉及多个群体。（表格 3）

表格 3

相关群体	微博数	占有有效微博比
同性恋	103	71.33%
非特指的同性恋	119	
男同性恋	59	
女同性恋	21	
同性性行为者	84	30.11%
男性同性性行为者	83	
非特指的同性性行为者	1	
跨性别/变性人	27	9.68%
动物	9	3.23%
双性恋	9	3.23%
双性人/间性人	4	1.43%
未涉及 LGBTI 或相关群体	2	0.72%

年龄分布

逐条阅读有效微博，确定微博所涉及的 LGBTI 群体的年龄分布。注意一条微博可能出现不同年龄段的 LGBTI 群体。（表格 4）

表格 4

年龄（岁）	微博数	占有有效微博比
<14	12	4.30%
14-17	49	17.56%
18-30	59	21.15%
31-60	18	6.45%
>60	10	3.58%
未特指年龄	187	67.03%

内容主题

首先逐条阅读有效微博，确定微博所涉及的 LGBTI 内容中最主要的「具体主题」，然后对具体主题进行总结分类得到「大类主题」（表格 5）。

表格 5

主题	微博数	占有效微博比
医疗与卫生	83	29.75%
HIV/AIDS	71	
扭转治疗	7	
性别重置手术	5	
婚姻或伴侣权益	63	22.58%
婚姻或伴侣权益	63	
暴力与违法犯罪	32	11.47%
性骚扰/性侵	12	
与性/别有关的违法犯罪行为或规定	10	
与性/别无关的（涉嫌）违法犯罪行为	6	
家庭与亲密关系暴力	3	
言论自由与审查	17	6.09%
含多元性/别元素的文化作品	10	
出柜	7	
公众关注	16	6.09%
同性恋成因	7	
心理相关	4	
传统观念与宗教信仰	3	
同性恋普遍性	2	
教育与校园	14	5.02%
性别多元教育	13	
校园环境	1	
一般/综合的反歧视倡导	13	4.66%
公共政策与设施	10	3.58%
公共交通与驾照政策	5	
卫生间使用	3	
其他政策	2	
生殖与养育	9	3.23%
生殖技术进展	5	
人工辅助生殖（妇女）	2	
代孕	1	
收养	1	
经济与就业	9	3.23%
粉红经济	5	
公务军警行业平等就业	2	
一般行业平等就业	2	

基本人权	7	2.51%
人身安全	4	
名誉与隐私权	3	
性别的法律承认	3	1.08%
性别的法律承认	3	
无法确定议题	2	0.72%
公益组织发展	1	0.36%
机构注册	1	
总计	279	100.00%

人权议题

参考《日惹原则》及《日惹原则十周年》，确定微博主要内容所涉及相应的人权（表格6）。

表格6

涉日惹原则	微博数	占有效微博比
参加文化和家庭生活的权利	83	29.75%
原则 24.建立家庭的权利	68	
原则 26.参与文化生活的权利	8	
原则 25.参与公共生活的权利	7	
不涉及《日惹原则》相关权利	81	29.03%
经济、社会和文化权利	51	18.28%
原则 17.获得可能达到的最高健康水平的权利	26	
原则 16.受教育的权利	16	
原则 18.免受医疗虐待	7	
原则 12.工作权	1	
原则 15.获得适当住房的权利	1	
人类与个人安全的权利	22	7.89%
原则 5.人身安全的权利	16	
原则 6.隐私权	3	
原则 4.生命权	3	
人权捍卫者的权利	14	5.02%
原则 27.促进人权的权利	14	
YP+10	13	4.66%
原则 33.免于因性倾向、性别认同、性别表达或性特征而定罪和处罚的权利	7	
原则 35.卫生权利	4	
原则 30.获得国家保护的權利	1	

原则 31.获得法律承认的权利	1	
言论、建议和集会的权利	12	4.30%
原则 19.意见和表达自由的权利	10	
原则 21.思想、良心和宗教自由的权利	1	
原则 20.和平集会和结社自由的权利	1	
广泛享有的人权，在法律面前的反歧视与认同	3	1.08%
原则 1.普遍享有人权的权利	1	
原则 3.在法律面前获得承认的权利	1	
原则 2.平等和非歧视的权利	1	
总计	279	100.00%

撰写者态度

- 研究团队的三位成员逐条阅读有效微博，根据呈现信息的角度和措辞，评定该内容撰写者对其中 LGBTI 群体及其权益的态度，从 1 到 5 打分：1 分对应极度负面、2 分对应较为负面、3 分对应态度中性、4 分对应较为正面、5 分对应极度正面；
- 汇总三个分值。如果针对一条微博既有大于 3、也有小于 3 的分值（即三位成员里，有人认为相应撰写者对 LGBTI 群体态度正面，也有人认为相应撰写者对 LGBTI 群体态度负面），则再进一步讨论、澄清各自的判断依据、更进一步统一判断标准，最终保证每条微博的三个态度分值都同时大于等于 3（中性偏正）或小于等于 3（中性偏负）；
- 计算三个分值的总和，得到介于 3 到 15 的数值，将 3 至 7 分认定为负面、8 至 10 分认定为中性、11 至 15 认定为正面。注意这里认定态度时，没有将数值区间均分，是综合以下两点考虑：首先，3 分和 15 分，对应的是三位团队成员全都认为该微博针对 LGBTI 态度是极负面和极正面，然而这是非常鲜见的情况；其次，从实际意义来看，以交界点的 7 分为例，对应的可能是两个 3 分和一个 1 分，或者一个 3 分和两个 2 分，即要么两个人认为该内容对 LGBTI 的态度是中性、一个人认为是极度负面（TA 可能对相关议题的背景和现状较为了解），要么一个人认为该内容对 LGBTI 的态度是中性、两个人认为较负面，这两种情况下均没有充足理由把 7 分设定为中性。11 分同理。

表格 7

态度	微博数	占有效微博比
正面	124	44.44%
中性	123	44.09%

负面	32	11.47%
总计	279	100.00%