新媒体如何影响社会管理
——兼论新媒体在社会管理中的角色与功能

黄河 王芳菲

摘要

本文聚焦社会管理这一社会建设的重要内容，在梳理社会管理理论变迁、明确社会管理内涵的基础上，从新媒体的角度切入，探讨了新媒体对社会管理的重要影响，并从社会管理的主体、客体和手段三方面论述了新媒体在社会管理中应承担的角色和发挥的功能。

关键词

新媒体、社会管理、角色和功能

作者简介

黄河，中国人民大学新闻学院讲师，中国人民大学新闻与社会发展研究中心研究员，新媒体研究所副所长。

王芳菲，中国人民大学新闻学院博士研究生。

本文为北京市哲学社会科学“十二五”规划项目青年项目“北京市新媒体发展与社会管理创新研究”（项目编号为12ZHC024）和2011年度北京市社会科学界联合会青年社科人才资助项目“北京市新媒体发展与社会管理创新研究”的研究成果之一。

New Media in Social Management: Functions and Impacts

HUANG He, WANG Fangfei

Abstract

This study focuses on the influence of new media on social management. It examines the roles and functions new media play in social management from three perspectives: actors, objects and approaches.

Keywords

new media, social management, role, function

Author

Huang He is assistant professor of School of Journalism Renmin University of China.

Wang Fangfei is Ph.D. candidate of School of Journalism, Renmin University of China.

This paper is a part of the research project “Research of Development of New Media and Social Management Innovation in Beijing”(project number:12ZHC024), subsidized by both Beijing’s 12th Five-Year Plan in the fields of Philosophy and Social Science and 2011 Beijing Federation of Social Science.

© 1994-2013 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnk

自2003年中国共产党十六届三中全会将社会管理定义为政府的主要职能起（政府的主要职能还有经济调节、市场监管和公共服务），至2011年初胡锦涛总书记在中央党校省部级领导干部社会管理研讨班对社会管理提出具体要求，各级党委和政府对社会管理的重视不断升级，创新社会管理的尝试也在全国范围内展开。而在这一过程中，以互联网和手机为代表的新媒体快速发展成为“思想文化信息的集散地和社会舆论的放大器”；其所重构的“所有人对所有人”的传播格局，创造的虚拟社会，以及对公民意识和社会民主化进程的促进，在提升了社会管理难度的同时也为创新社会管理注入了新动力、提供了新机遇。对社会管理的研究不可忽视新媒体这一重要研究对象。基于社会管理的框架体系，明确新媒体在其中承担的角色和具备的功能，对于创新社会管理意识和优化社会管理方式具有重要的指导意义。

社会管理是在借鉴国外公共管理学科思想并结合我国独特语境的基础上，由我国相关研究者提出的概念，即政府和各类社会组织为促进社会系统协调运转，对社会成员的行为进行规范，对公共事务进行组织、协调、服务、监督和控制的过程（向春玲，2011）。总体而言，研究者们对于社会管理的理解由宽到窄分为三类。其中，范畴最宽泛的是指政府与非政府组织对“整个社会的管理”，包括政治子系统、经济子系统、思想文化子系统和社会生活子系统在内的整个社会大系统的管理（郑杭生，2006）；范畴有所收缩的是指政府与非政府组织共同对社会公共事务中除政治统治、经济管理之外其它事务的管理与治理（李程伟，2005），如有一种提法认为“社会管理是国家干预和市场调解的剩余，即当人们不能完全用政府公权力或者商品经济机制协调事务时，就应当纳入社会管理的范畴（胡颖廉，2012）”；而范畴最窄的社会管理则特指政府对与政治、经济、思想文化子系统相并列的社会生活子系统的管理（陈振明，2006）。

综合学界相关研究及党和政府的有关文件，本文对我国的社会管理体系界定如下：（1）管理主体为党和政府、社会组织、公众；（2）管理对象关涉社会大系统中的政治、经济、社会生活、思想文化各子系统，重点应是社会生活、社会组织、社会事务和社会结构；（3）基本任务包括协调社会关系、规范社会行为、解决社会问题、化解社会矛盾、促进社会公正、应对社会风险、保持社会稳定等方面；（4）管理目的是维护社会秩序、促进社会和谐、保障人民安居乐业，为党和国家事业的发展营造良好社会环境。

一、新媒体环境中社会管理呈现的新特征

无论是以信息采集、加工制作和传播的组织形态出现，还是以信息传递新型载体的角色示人，新媒体对当今社会管理的局面、范畴和路径都影响甚大。第一，新媒体环境中政府、企业等社会管理主体面临正面宣传飞沫化、负面危机常态化的严峻局面；第二，新媒体创造的虚拟社会以及虚拟社会与现实社会的联动共振扩大了社会管理的范畴；第三，新媒体颠覆了先前的信息不对称时代的社会管理方式，使得从战略层面认识传播的功能、建构平等合作的对话平台、通过社会化媒体培育和优化关系成为必然路径。

（一）新局面：正面宣传飞沫化，负面危机常态化

1．正面宣传飞沫化

通过宣传影响并组织社会管理对象，是政府和企业等进行社会管理的重要方式。然

© 1994-2013 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cn

而，越来越多的实例证明，政府和企业以常规工作信息和正面成就信息为主的宣传所能取得的效果，和其设想之间存在差距——党报、党刊、党台等主流媒体投下的“重磅宣传炸弹”常常化作对社会几无影响的“空中飞沫”。

这一局面的形成主要有三方面的原因：

（1）政府和企业自身宣传观念和方式陈旧。新媒体时代，受众获取信息更主动、互动欲望更强烈、质疑与批判意识更明显；而管理主体却长期自说自话，多套话、少人话，重视宏大运动式的宣传，忽视与社会管理对象平等均衡的对话，这使其传播很难让受众入耳、入脑、入心，甚至还会引起反感和排斥。

（2）公众对政府和企业刻板印象强化。刻板印象亦称定型化效应，是人们对某类人或事持有的比较概括、固定而笼统的看法。经过新媒体场域的发酵，腐败、低效、高福利、滥用职权、缺乏公正等负面认知已被固化为政府、央企及官员的形象标签，而近年频频发生的食品安全事件、群体事件、贪腐事件等又强化了公众的上述认知。这使政府和企业的宣传尚未开展就已遭到受众的对抗。

（3）政府和企业不适应新媒体营造的全新传播语境。新媒体让“所有人向所有人”传播成为现实，政府、企业、传统媒体垄断信息源并具有强势话语权的格局被打破，普通公众和新媒体意见领袖的话语权和影响力逐渐增强，以角色平等、方式互动、内容时尚为特征的全新传播语境形成。但政府和企业尚不能很好地适应这种传播语境——其传统的宣传渠道不能有效到达目标受众，老套的宣传内容和方式难以引起他们的关注和兴趣，因而无法达到让目标受众愿意听、听得懂和听得进的传播目的。

2．负面危机常态化

除了上面提到的正面宣传飞沫化的难题，政府和企业等社会管理主体还面临负面危机常态化的尴尬。随着微博客等“自媒体”的广泛使用，人人都可以便捷地上传和分享信息，人们由被动的信息接受者变成问题的提出者和质疑者，甚至是对抗行动的组织者。这使得无论是政府和企业的内部还是外部，都充满了可以随时引爆舆情危机的“火药桶”，这些“火药桶”一经点燃，就会产生“核裂变”式的传播，迅速引发网民的规模化围观。并且，网民不仅仅只会通过规模化围观向处于危机中的社会管理主体施压，他们还会评论、批判，甚至采取现实行动将危机进一步深化。

危机常态化使社会管理主体不得不注意下列问题：（1）普通公众拥有随时向社会管理主体发难的渠道和力量；（2）一旦危机爆发，弱者假设和群体极化等效应非常容易将社会管理主体置于广大网民的对立面；（3）新媒体意见领袖的中心力量越来越强，并且可以推动人们从虚拟围观转向现实发难；（4）由于社会管理主体被众人围观，民众以显微镜的方式寻找破绽，如果负面舆情出现并没有得到及时修复，使危机不断扩展的破窗效应就会显示出威力；（5）即使危机平息了，负面信息仍会被重新提起，刻板印象形成，并容易引发新的危机，而这极可能使社会管理主体乃至其所处的行业遭受严重的冲击。前车之鉴如2011年知名媒体人罗永浩几乎以一己之力便将西门子公司这家百年老店置于舆论批评的风口浪尖；而仅仅是“郭美美”的微博炫富行为，就使得我国的整个慈善事业坠入冰窟。

危机常态化对社会管理主体的风险应对能力和公信力的保持与优化提出了更高的要求，这无疑加大了社会管理主体的工作压力。

© 1994-2013 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnk

（二）新范畴：虚拟社会及虚拟与现实的持续共振

新媒体开创的虚拟空间塑造着新的人际关系、生活方式、社会结构和社会形态，从而形成与现实社会有着明显差异的虚拟社会。我们可以把虚拟社会理解为现实社会中的个人和组织在新媒体平台中展开活动、相互作用而形成的社会关系体；随着新媒体的快速发展，虚拟社会已经对现实社会的政治、经济、文化等各个领域产生巨大影响。需要特别注意的是，由于虚拟社会具备跨越时空、可匿名、一定程度上能摆脱现实约束等特性，其也引发了网络谣言、网络暴力、侵犯他人隐私、网络犯罪等问题，这理应引起社会管理者的重视，并将之纳入社会管理范畴。

在群体行为方面。虚拟社会具备社会主体可匿名、社会交往广泛、信息流动开放等特性，为个体的集聚和在公共领域内的意见表达创造了条件，同时也使得网络群体的去个体化、群体极化效应更为明显。去个体化使得个体弱化甚至丧失个人意识和判断理解能力，从而导致其行为脱离社会规范的制约；群体极化则使得群体的判断和决策更趋向于极端，这极易引发网络群体的分裂和对抗，造成混乱的局面。这些均给社会的平稳运行带来不良影响。

在价值观及道德方面。虚拟社会中网民不易受现实社会道德理念和价值观念的束缚，具有解放自我、追求个性等意识倾向，因而往往会对传统主流价值观提出质疑并加以解构，造成虚拟社会的意识形态领域呈现出价值多元或道德规范缺失的状况，并对现实社会产生影响。比如，对于以助人为乐、无私奉献的“雷锋精神”，虚拟社会中有着多元的声音——质疑雷锋其人其事，批评“高大全”、运动式的宣传，调侃“百姓学雷锋”而“官员学和坤”等，这些声音让人们在对“雷锋精神”的理解与贯彻时产生迷茫，同时也一定程度地影响到未成年人正确人生观和价值观的确立。因此，如何有效捕捉、分析和引导虚拟社会中分散、多元的意识形态，重构或优化能凝聚和团结社会成员的主流价值观以引导和规范网民的言行，应成为社会管理主体思考的重要问题。

在虚拟与现实共振方面。我们首先需认识到虚拟社会是现实社会的映射，由于每个虚拟社会角色的背后都是一个有思想、有情绪的真实的人，所以网络言论也可以和现实中人们的观点、态度、情绪等一一对应；而在网民规模不断扩大、网络发言广泛多元的当下，网络意见的表达正在逐渐趋近于社会公众的意见表达。同时我们还应清晰的是，虚拟社会也影响着现实社会，其所盛行甚至潜伏的行为取向、价值倾向等会对人们的现实生活形成直接或间接的影响，而一些如煽动反政府情绪、颠覆主流价值体系、恶意制造并散布谣言的负面指向则会对社会正常运行带来严重的负面影响。因而，只有加强对虚拟社会的管理，不断健全舆论引导机制，才能既发挥出网络在获取和疏导民意方面的优势，也能防止和避免网络被用来制造事端、扰乱社会、破坏国家安全所引发的危害。

（三）新路径：战略设计，对话合作，优化关系

前文曾提及的由新媒体发展而生发的“自媒体”、“公民新闻”等新的传播形态，以及由这些传播形态促成的“去中心化”、“对等沟通”等传播特点，使社会模式正在从“全景监狱”向“共景监狱”转变。

“全景监狱”指代传统的社会管理模式：在传统社会中，只有社会管理者垄断着信息资源，其他人都无法获得信息，由此管理者得以实现成本更低、效率很高的社会治理。而

© 1994-2013 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnl

“共景监狱”则是由新媒体所带来的新型舆论格局：借助于新媒体的传播力量，信息的时空限制被彻底打破，每个人都可以在第一时间获取相同且等量的信息，管理者在信息资源把控方面的优势已经不复存在，这使得传统的试图通过信息不对称实现的社会管理遭遇前所未有的危机(喻国明，2009)。

“共景监狱”所带来的挑战突出地表现在两个方面。第一，通过控制媒体来操控社会舆论的管理方式被颠覆。新媒体将话语权转移到个人，传统媒体和政府、企业等机构的信息垄断地位被打破，社会公众可以通过新媒体便捷地发布和获取信息，彼此沟通，新闻封锁意义不大，舆论洁癖自欺欺人，真相会被碎片化信息立体还原（典型如2011年的抚州爆炸案），由公众自下而上自发设置公共议程和由政府、媒体等自上而下设置议程变得同样重要——2011年的“随手拍照解救乞讨儿童”和2012年的“唐慧事件”就是极好的注脚。第二，传统的以政府为核心的一元管理格局被打破。新媒体促进以参与意识、监督意识、责任意识和法律意识为核心的公民意识迅速崛起，这促使公众主动通过新媒体等渠道参与到社会管理中来，希望以社会管理主体的身份发挥作用。如在7 23温州动车事故发生后，网民既会关注官方发布的信息，以监督政府更好地开展事故原因调查和事故善后工作，同时也会积极地响应献血、寻人、捐款等方面的网络动员，来参与到由政府主导的事故处理工作中去。

针对上述变化，社会管理主体在新媒体环境中也应调整管理方式。本文聚焦传播层面主要探讨三个方面。

1.战略设计

当今的社会管理很大程度上也可被看作是传播层面的管理，社会管理主体的传播意识、传播观念和传播能力，决定着社会管理的进展及最终效果。社会管理主体的传播活动并不只是正面的主动告知和负面的被动解释，从战略的高度看，应是集价值传播、信息管理、危机应对、关系建设和社会责任于一体的框架。其中，价值传播重在提炼价值观念和塑造社会管理主体的社会人格；信息管理关涉信息传播的内容、方法及原则；危机应对以舆情监测为基础，涵盖从危机预防到应对再到形象恢复的全部工作；关系建设以构建和维护社会管理主体与各利益相关者、新媒体平台意见领袖的关系为目标；社会责任旨在唤醒社会各界的相关意识并推动其参与、分享为重心。

2.对话合作

有效的社会管理需要尽可能广泛地挖掘并汇聚各类主体的需求和智慧，而新媒体具有的草根、平等、开放、互动等特征，使民情、民智、民意在其搭建的公共空间中得以充分展现、碰撞和融合，社会管理主体能借此构建对话交流的基本框架。近年来已有不少政府机构利用新媒体平台展开网络问政，如烟台胶东在线“网上民声”等实践取得了积极的效果。此外，在具体的对话过程中，社会管理主体也应秉持关心、亲切、诚实、尊敬等基本情感，来拉近彼此的距离，从而在公共讨论中寻求合作的契机。

3.优化关系

关系是指人和人或人和事物之间的某种性质的联系。在网络社区、网络论坛、微博客、SNS网站等社会化媒体构筑的Web2.0时代，以自我为中心的单向传播模式被消解，注重双向对话的关系传播模式日渐兴起。社会化媒体将一个个散落在世界各地的个人纳入到其编织的实时互动的关系网络里，在这张网络里每个人都可以是某信息的首发者，能对他

© 1994-2013 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnl

人的信息和意见做出评判和分享，并以“关系节点”的身份对“粉丝”进行影响、维护和拓展。在这样的背景下，“信息如同流水，关系则是管道”，缺少关系网络建设的传播既无针对性又难以持久。因而，对于社会管理主体而言，顺应时代潮流，通过社会化媒体建立和优化与其他社会组织、意见领袖及公众之间的彼此尊重、互相信任的关系网络，是其“影响想要影响的人”的基本前提。

二、以主体、客体和工具的角色参与社会管理的新媒体

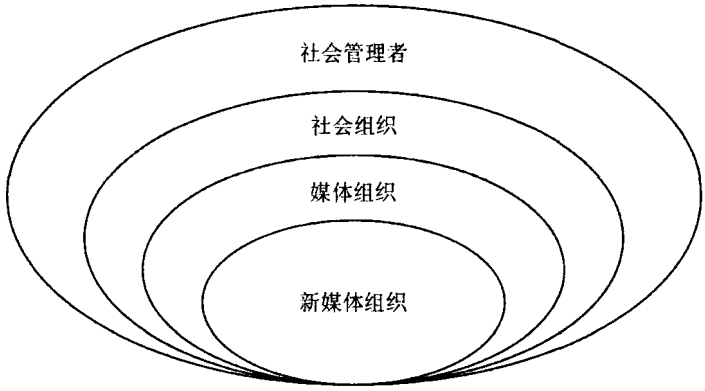
基于上文对新媒体时代社会管理特征的分析，可以较清晰地识别新媒体对社会管理提出的挑战。然而，提出问题的目的是要解决问题，那么该如何应对新媒体时代社会管理的新特点和新要求呢？我们还是要从新媒体这个关键词入手，深入洞悉新媒体在社会管理中的重要角色和功能。

笔者认为，新媒体在社会管理中分别承担管理主体、管理客体和管理工具三种角色。

（一）作为社会管理主体的新媒体

在社会管理主体方面，根据新媒体在社会管理中的隶属层次，其首先是社会管理者，其次是社会管理者中的社会组织，再次是社会组织中的媒体组织，最后是媒体组织中的新媒体组织，这就形成了如下图所示的“贝状”体系。

图: 社会管理主体的“贝状”体系



1.社会管理者。无论是党、政府、社会组织还是公众，在进行社会管理时都应具备区别于一般管理者的基本特性。目前对社会管理者角色的相关研究不多，而国外对于公共管理者角色的探讨亦值得借鉴。比如魏姆斯利等人在《黑堡宣言》（Blacksburg Manifesto）中对公共管理者在民主社会治理中的角色做出如下阐述（转引自张成福，党秀云，2007:37-38）：（1）执行与捍卫宪法；（2）人民受托者，考虑长远的全民利益；（3）贤明少数，众人皆醉我独醒，不随波逐流、追求时尚，并有责任通过吸引民众参与公共事务使贤明的少数变成多数；（4）平衡轮，对外在环境有回应或有反应，以其合法权力及专业判断平衡治理过程中的各种势力；（5）分析者和教育者，向各类人群灌输公共利益的观念，并增进其对公共事务的了解。

2.社会管理中的社会组织。前文曾提及，新媒体既可以是媒体组织，又可被看作信息载体。作为媒体组织的新媒体是社会管理几大主体中社会组织的一种。按照之前我们对社

© 1994-2013 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnk

会管理概念的梳理，社会组织在社会管理中主要起协同配合的作用，是政府职能转移的促进者和承接者、社会自治的推动者、公共领域的服务者、社会冲突的调解者。

3.社会组织中的媒体组织。通常，媒体组织理应发挥以下三方面功能：（1）政治功能，特指收集情报，解释情报，制定、宣传和执行政策等方面；（2）经济功能，指媒体通过为产业发展提供并解释信息，进而达到开创经济行为、活跃和管理市场等目的；（3）社会功能，一般包括环境监视、社会意愿和关系协调、向社会的新成员传递社会规范、提供休息娱乐服务等方面（施拉姆，波特，2010:29-30）。

4.媒体组织中的新媒体组织。除了应具备上述三类角色的特征，结合新媒体自身的独特性，笔者认为作为社会管理主体的新媒体应具备如下的角色和功能：（1）情报员，新媒体可在提供信息服务，搜集、分析和整理社会信息，以及发布信息等方面发挥作用；（2）领航员，新媒体可凭借其用户规模和影响力，发挥为社会设置议程、引导舆论等功用；（3）协调员，新媒体通过为社会管理主体和公众打造对话的平台，汇集民声、民智、民计，解决和调节社会矛盾，从而优化社会管理主体和公众的关系；（4）动员者，新媒体可发挥其影响力，成为传递正能量、实行社会动员的平台；（5）管理者，新媒体机构可通过制定规范、加强技术等手段对虚拟社会进行管理和监督，促进网民规范自身言行，避免隐私泄露、网络诈骗、侵犯知识产权等问题的产生。

（二）作为社会管理客体的新媒体

在社会管理体系中，主体和客体的角色是相对的。包括新媒体在内的社会组织一方面如上文所言是主要发挥协同配合作用的社会管理主体，但另一方面则受到政府的规范和制约、公众的监督，是政府进行社会管理的对象，即社会管理的客体。

新媒体给社会管理带来的相关问题之前已有论述，面对新媒体创造的虚拟社会，和其中网络暴力、侵犯隐私、网络诈骗、网络泄密、网络谣言、网络炒作与煽动等突破传统社会管理范畴的新现象，以及虚拟社会对现实社会直接、快速、强大的影响，社会管理主体有必要从如下方面优化对新媒体的管理：

1.新媒体相关法律法规建设。基于我国已有的互联网法律法规与网络管理执法工作不相适应的现状，“加快互联网立法进程，组织有关力量，区分轻重缓急，抓紧完善我国互联网法律法规体系，进一步明确网络行为主体的法律责任、社会责任和权责关系，使互联网法律法规覆盖网络运行的各环节和全过程”，“加快推进《互联网信息服务管理办法》修订工作和《中华人民共和国电信法》立法工作”（王晨，2012）。

2.对新媒体准入及传播秩序的依法监管。主要是政府对新媒体的接入服务和信息采集、制作、传播过程加以监管，加强执法力度，打击网络违法犯罪行为。前者如对接入服务企业严格执行“先备案（许可），后接入”的规定；后者典型的例子如政府出台规定对微博客实名注册的管理——2011年12月16日，北京市人民政府新闻办公室、市公安局、市通信管理局和市互联网信息办公室共同制定的《北京市微博客发展管理若干规定》，规定微博客用户必须进行真实身份信息注册后，才能使用发言功能。

3.行业自律。行业自律是行业自我规范、约束和协调的机制，目的在于对行业内成员的监督、保护和促进。对国家相关法律法规的遵守和贯彻、用行规制约自身行为是行业自律的主要内容。2004年，遵照“积极发展、加强管理、趋利避害、为我所用”的基本方

© 1994-2013 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnk

针，我国制定了《中国互联网行业自律公约》并有多家企业加入。之后，新媒体行业自律屡有创新，如北京市成立互联网违法和不良信息举报中心、新媒体自律专员上岗、推出不实信息曝光专区（陈华，2011）、各微博运营主体发布微博客社区自律公约等，都为全国范围内进一步优化新媒体行业自律提供了范本。

4.社会监督。动员社会上的多元力量对新媒体加以监视、督促和管理，能促使其运行达到预期目标。社会监督包括公众通过批评、建议、检举、揭发、申诉、控告等方式实施的监督；社会团体通过请愿、对话、示威、舆论宣传等形式实施的监督；社会利用各种传播媒介表达和传导有一定倾向的议论、意见及看法实施的舆论监督。随着微博客的盛行，目前针对新媒体组织的舆论监督成为最主要的监督方式。

5.媒介素养教育。所谓媒介素养是指正确地、建设性地享用大众传播资源的能力，主要包括公众利用媒介资源动机、使用媒介资源的方式方法与态度、利用媒介资源的有效程度以及对传媒的批判能力等。对社会民众媒介素养的教育是有效管理新媒体的基础，是和谐虚拟社会、健康网络文化的重要保障。目前我国媒介素养教育相对落后，加强学校媒介素养教育、发挥各类媒体在媒介素养方面的知识传递和教育功能等势在必行。

（三）作为社会管理工具的新媒体

除了上述两种角色，新媒体还以信息传播载体形式承担社会管理工具的角色——即新媒体有助于促进或完成各类社会管理主体实施社会管理的目标。

对于政府而言，新媒体可在如下方面发挥作用：

1.完善社会管理格局，即借助新媒体所提供的参政、议政平台，鼓励其他社会管理主体积极参与到社会管理之中；

2.构筑问政平台，即通过将新媒体打造为官民沟通和互动的平台，倾听公众的意见和需求、汇集公众智慧，并在此基础上优化政策和行为，从而有效地协调社会关系、化解社会矛盾；

3.加强对虚拟社会的管理和服务，即促进政府突破传统现实社会的管理和服务思维，洞悉虚拟社会的特点，秉持尊重和信任的态度，尝试积极对话的方式，重服务轻管控，优化虚拟社区的运行机制、动力机制和约束机制；

4.防范和应对社会风险，即通过对新媒体舆论场的监测和分析，及时洞察和评估关涉腐败、利益分配、贫富差距、“三农”等方面潜在的社会风险，并在此基础上调整和优化管理思路、管理机制、管理方式，以避免风险成为危机，而即使危机发生也有必要利用新媒体在危机发生的不同阶段及时发布信息、有效引导舆论、重塑政府形象。

对于社会组织而言，新媒体的作用在于：

1.优化服务模式，社会组织可利用新媒体更直接、快捷、有效地在社会救助、扶老助残、文体科普、医疗卫生、“三农”等方面向公众提供服务，比如科学松鼠会通过官网、群博、论坛、微博客等向公众进行科学传播，又如北京市顺义区家政协会开通家政服务网，与家政服务公司建立联系，为市民、企业提供信息咨询、供需对接、人才调配等服务[1]；

2.提供社会动员新平台，方便社会组织依靠关系网络和虚拟社区聚集起与之理念或价值观相同的社会管理主体，从而提出倡议、发起活动，如一些NGO、NPO组织利用微博客、网络社区等发起以环境保护、健康教育、帮助弱势群体等为主题的活动，就引发了社

© 1994-2013 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnk

会广泛的参与。

对于公众而言，新媒体的作用体现在：

1.为公众实施广泛深入的社会监督提供便利，任何一位公民都可以自由地在新媒体平台向政府和社会组织的社会管理细节提出批评、质疑、建议，而由网络围观、网络媒体与传统媒体共振掀起的舆论监督又助于进一步提高社会监督的实效；

2.强化社会自治，通过新媒体，公众得以针对社区、地方、行业等各领域的公共事务建言献策、协商合作、参与监管，促进达成自我管理、自我教育、自我服务和自我监督的目的，从而降低社会管理成本、增强社会管理效果。这方面的典型例子如社区论坛中社区成员对该社区事务的讨论、表决。

结语

从新媒体的角度切入去研究社会管理是一个难度不小的尝试。一方面，社会管理本身尚属较新的概念，学界的研究还未成体系、不够成熟，因此无法给我们提供足够多的学理支撑；另一方面，社会管理源于我国社会现实的需求，既是社会发展的呼应又应是社会发展的指引，对社会管理的研究离不开对现实社会的考察，然而笔者在考察的过程中发现许多社会管理主体连“社会管理”的概念都说不清，更遑论给予我们的研究以建设性的思考。囿于上述原因，本文将研究重点放到新媒体对社会管理的影响和其在社会管理中的角色这两个描述性研究主题之上，希望在进一步讨论新媒体如何在社会管理中有效发挥作用之前，先将新媒体改变的“环境”和新媒体在社会管理体系中理想的“身份”等加以明确。研究还会继续，期盼听到更多有益的批评和建议。

(责任编辑：何睿)

注释 [Notes]

1. 详见北京社会组织公共服务平台网站：http://www.bjsstb.gov.cn/wssb/wssb/xxfb/showBulltetin.do?id=33640&dictionid=904&websitId=100&netTypeId=

引用文献 [Works Cited]

陈华(2011年5月9日). 2010年北京互联网行业自律十件大事回顾.2012年10月10日访问于人民网，http://media.people.com.cn/GB/179618/220929/14587564.html.

[Chen, Hua (May 9, 2011). Review of top 10 self-regulation events of 2010 Beijing Internet industry. Retrieved Oct.10, 2012, from People's Daily Online, http://media.people.com.cn/GB/179618/220929/14587564.html.]

陈振明(2006). 什么是政府的社会管理职能.《新华文摘》，3.

[Chen, Zhenming (2006). The functions of government’s social management. Xinhua Digest, 3.]

胡颖廉(2012年6月4日). 社会管理管什么——剩余法则.《学习时报》，6.

[Hu, Yinglian (Jun.4, 2012). What is on social management? *Study Times*, 6.]

李程伟(2005). 社会管理体制创新：公共管理学视角的解读.《中国行政管理》，5，39-41.

[Li, Chengwei (2005). Innovation of social management system: on perspectives of public administration. *Chinese Public Administration*, 5, 39-41.]

© 1994-2013 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnk

王晨(2012). 理顺互联网管理体制提高虚拟社会管理水平.《中国机构改革与管理》，2，10-13.

[Wang, Chen (2012).Clarify internet management system and enhance management on virtual society. *China Public Sector Reform and Management,* 2, 10-13.]

威尔伯·施拉姆，威廉·波特(2010).《传播学概论》. 北京：中国人民大学出版社.

[Schramm, W. & Porter W.E. (2010). *Men, women, messages, and media: understanding human communication.* Beijing: China Renmin University Press.]

向春玲(2011).论多种社会主体在社会管理创新中的作用.《中共中央党校学报》，15(5)，89-93.

[Xiang, Chunling (2011). The functions of social subjects in social managementinnovation. *Journal of the Party School of the Central Committee of the C.P.C.,* 15(5), 89-93.]

喻国明(2009). 媒体变革：从“全景监狱”到“共景监狱”.《人民论坛》，15, 21。

[Yu, Guoming (2009). Revolution of media: from the panopticon to the surrounding era. *People's Tribune,* 15, 21.]

张成福，党秀云(2007).《公共管理学》. 北京：中国人民大学出版社.

[Zhang, Chengfu & Dang, Xiuyun (2007). *Public administration.* Beijing: China Renmin University Press.]

郑杭生(2006). 社会学视野中的社会建设与社会管理.《中国人民大学学报》, 2, 1-10.

[Zheng, Hangsheng (2006). Sociological perspectives on social construction and social management. *Journal of Remin University of China,* 2, 1-10.]

© 1994-2013 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnk