

新媒体时代政府创新社会沟通:政务微博何以有为*

丁 杨

(重庆工商大学 宣传部,重庆 400067)

摘 要:创新社会沟通是加强和创新社会管理的重要方面。当前,我国政府利用政务微博这一新型媒介工具促进社会沟通的成效不佳,究其原因,既有主观意识问题,也有网络公共性受限等因素。新媒体时代,政府及公务人员要借助政务微博实现有效的社会沟通,需要从加强制度建设、提高信息质量、缩小“数字鸿沟”等方面做出努力和探索。

关键词:政务微博;社会沟通;社会管理;民意;数字鸿沟

中图分类号:G203 **文献标志码:**A **文章编号:**1672-0598(2014)01-0097-04

近年来,政务微博的兴起,搭建了“民众问政”与“政府施政”的沟通新渠道,然而,实际效果却不是很理想,如何借助政务微博这一新型媒介工具促进社会沟通是当前亟待思考和回答的问题。

一、当前政府社会沟通存在的主要问题

(一)沟通意识不强

以“什邡事件”为例。2012年7月2日,由于担心四川省什邡市宏达钨铜多金属资源深加工综合利用项目引发环境污染问题,当地部分群众到什邡市委、市政府聚集,并最终演变为群体性暴力事件。“什邡事件”的发生正是祸起当地政府缺乏社会沟通意识。居民作为城市的主人,对于涉及城市建设发展的事务享有知情权和决策参与权。宏达什邡钨铜项目投资金额高达百亿,并称通过国家环保部审批。但由于该项目的环评报告不公布,政府与企业又没有提前就项目建设

问题广泛听取公众意见,民众自然顾虑重重,政府施政缺乏社会沟通,民众意见表达不畅共同点燃了群体事件发生的导火索。“什邡事件”带来的启示是,在现代民主社会进程中,政府须转变传统“刚性”管理模式,加强“柔性”管理,增强政府与社会组织及民众的主动对话、沟通、协商意识。

(二)沟通渠道不畅

费孝通先生曾经指出:“政治体系是不可能在一根从上向下的单轨上发展起来的。在任何政治体系下,人民的意见都不可能完全被忽视。这意味着必须有某种方式的从下向上的平行轨道。一个完善的体系必须保证这样的‘双轨’。”^[1]目前,我国政府上情下达的渠道较发达畅通,而与之相对应的下情上传的渠道则显得不那么畅通。虽然理论上民众并不缺乏反映意见的渠道,比如人大、政协职能的发挥,还有新闻媒体、政府网站、公开信箱、投诉电话等等,但由于回复时效性弱、信息过滤失真等因素,在现实生活中民意表达渠道往往未能实现完全真正顺畅,这对民众通过正式

* [收稿日期]2013-11-27

[作者简介]丁杨(1983—),女;实习研究员,硕士,在重庆工商大学党委宣传部工作,主要从事新媒体传播研究。

渠道表达意见的积极性无疑是致命打击。由此,近年来随着社会矛盾的凸显,民众在正式渠道诉求无果的情况下,更愿意尝试静坐、堵路、罢工、游行等体制外、成本低、见效快的意愿表达方式。可见,政府在社会管理中,为了营造和谐、有序、稳定的环境,畅通民意表达渠道是当务之急。

(三)沟通诚意不足

人与人的交往有诚意才长久,政府与民众的对话沟通同样需要彼此的诚意。目前,政府在社会沟通上诚意不足的表现之一是政府信息公开缺乏诚意。政府作为社会管理的主体,天然具有信息优势,在与普通民众信息不对称的态势下,要实现有效沟通,政府信息公开是前提和基础。我国于2008年施行《政府信息公开条例》,民众起初是满怀期待但后来却诟病不断,其中缺乏诚意恐怕是主要原因。由中国社会科学院法学研究所法治国情调研组完成的《关于“2011年政府信息公开工作年度报告”的调研报告》显示,“影响社会稳定”“涉及国家秘密”等理由成了政府信息拒绝公开的借口。政府社会沟通诚意不足还表现在对待民众的诉求、建议、批评、曝光等,拖沓、随意、推托、搪塞等现象依然大量存在。

二、影响政务微博社会沟通功效的主要因素

微博作为一种新型的社会化媒介,具有开放性、平等性、便捷性、互动性等特征,这些特点从理论上分析,是有助于政府利用微博促进社会沟通的。

但在实际操作层面,政府利用政务微博进行社会沟通的实际成效却没有想象中那么好。以《2012年新浪政务微博报告》评选的十大政务机构微博排名第一的@上海发布为例。笔者随机选取2012年5月21日、11月7日,2013年2月1日这三天进行数据统计,@上海发布三天共发原创微博78条,被评论量过百的微博仅7条,对于拥有290多万粉丝的@上海发布来说,这样的被评论量是十分微不足道的,深入沟通显然也是不成立的。那么,具体是什么因素影响了政务微博的社会沟通效果呢?

(一)政府“推送”≠网民乐意“接受”

还是以@上海发布为例,仔细研读其发布内容就会发现一个“顽疾”,那就是发布的信息大多

属于“可有可无”的“鸡肋信息”。以2013年2月1日这一天为例,对@上海发布发送的信息进行内容归类,大致可以分为如下几类:一是生活服务类,如畅销书推介、文体活动宣传、交通安全提示、天气预报等。二是新闻报道类,如“殷一璀当选上海市人大常委会主任,杨雄当选市长”。三是文件政策类(与新闻报道界限模糊),如《上海市商品包装物减量若干规定》今天起正式施行。虽然,政务微博的管理者在发布上述信息过程中使用了大量网络语言,力图做到亲民,但由于发布内容与公众利益相关重要性不足,信息不具备独家优势,最终还是无法吸引广大博友。

此外,信息发布中还存在一个突出问题——“推送”意味比较重,即使因上海“两会”召开而开设的关于“文化上海”的“微问答”系列微博,仍存在较重的宣传色彩,如《微问答:市民文化节3月启幕》等等类似的微博没有征求民意、互动问答的意味,更多只是单向的信息推送,本质上属于政府宣传信息。

@上海发布内容建设上存在的问题,同样也存在于其他政务微博。笔者通过搜索@平安北京、@成都发布、@南京发布(新浪十大政务机构微博排名第2、3、6位)2013年2月1日发布的微博,发现同样存在转发量、被评论量低的问题,所发布内容大致在生活服务、新闻报道的框架内,并没有充分利用政务微博平台,实现“问需于民”“问政于民”“问计于民”,社会沟通有名无实、收效甚微。

(二)微博平台不等于理想公共领域

网络空间具有公共领域的最根本特性——公共性,因此它属于公共领域,而且是当代中国公共领域的一个重要组织部分。^[2]但由于网络空间公共性具有一定限度,因此,它又不是当下中国理想的公共领域,微博平台作为网络空间的一部分,也难逃这一宿命。

1.信息接收受限

微博开辟了一个便捷、开放的信息发布接收平台,它赋予普通百姓更大的话语权,再加上微博传播“核裂变”式的效应,导致信息的无限激增及交叉重复,加大了微博空间的信息噪音。冗余信息的大量存在,必然造成有价值信息的接收强度衰减。目前,普通微博用户关注人数少则几十,多

则成百上千,假设政务微博是其关注对象之一,一个时间段内所关注用户发布的信息越多,那么政务微博的信息被读取率就会越低。微博空间信息接收受限,势必影响政府与民众以及民众与民众之间通过政务微博就公共事务展开对话交流。

2. 理性对话受限

经验的共享、理性的商谈是理想的公共领域范型的本质。^[3]但在微博平台上,大量用户在“马甲”的掩护下,错把偏激当个性,围绕社会公共事务所需的理性商谈被大量谩骂、恶搞所取代,网络空间成了“狂欢场”“暴政地”“泄愤所”,使得政府与公众难以就公共事务展开理性对话,几乎每一次公共事件的发生、每一个公共话题的讨论,都会伴随网络群氓的骚乱。

造成原因主要在于当代中国公民政治文化发展滞后,公民精神的缺失。“当人们只从一个角度看世界,当人们只允许世界从一个角度展现自己时,公共世界就走到了尽头”。^[4]

3. 存在“数字鸿沟”

“数字鸿沟”是“不同社会经济水平的个人、家庭、商业部门和地理区域,在接入信息和通信技术和利用互联网从事各种活动的机会上存在的显著差距”。^[5]

微博理论上是开放自由的,每个人都有平等的使用权和话语权。但由于网络资源分配不均衡以及个体在经济、文化、社会地位、关系网等方面的差异,造成了媒体接入能力、信息判断利用能力、舆论影响能力等方面的差异,微博空间实际存在较明显的“数字鸿沟”。当“信息弱者”无法进入网络空间或进入后无法有效发挥公共事务的商讨能力,那么网络公共领域的公共性就大打折扣了。

三、借助政务微博促进社会沟通的对策

(一) 完善制度建设

制度是保障一切工作规范有序开展的前提和保障。目前,政务微博在开通、命名、管理上存在诸多“乱象”,想开就开,想关就关,命名方式层出不穷,信息发布随意性大,“僵尸微博”仍有存在,没有发挥出政务微博在加强信息公开、引导社会舆论、促进社会沟通等方面的功能,严重影响了政

务微博的高效有序运转,对其影响力、公信力也造成了较大的伤害。造成原因主要在于政府部门重视程度不够,认识不到位,开通属于“应景之作”^[6],尚未形成很明确的管理体制和运行机制。微博作为开放、便捷的社会化媒介,政府若“巧用”“善用”是有助于加强社会沟通的,这一点应该毋庸置疑。因此,要充分发挥出政务微博社会沟通的功效,首先要解决政务微博管理运行的体制机制问题,明确管理机构、管理职责、考核指标、奖惩制度等等,只有建立了科学的制度体系,政务微博才可能走上有序发展的快车道。

(二) 提高信息质量

当政务微博作为政府与群众沟通的渠道时,它属于媒介范畴,当把它看作信息发布平台时,它就属于媒体范畴。显然,政务微博只有先做好媒体的角色,才有可能成为沟通政府与民众的媒介。

因此,要提高政务微博的社会沟通功效,信息质量是关键,这就需要回答政务微博“发布重点是什么”的问题。是生活服务信息?是热点新闻?抑或政策文件?如果上述内容是重点,那么政务微博和政府网站、新闻网站的区别在哪?回答政务微博发布内容的重点问题,其实也是在回答政务微博的核心价值问题,政务微博是昙花一现,还是舍我其谁,关键就在于解决发布什么、沟通什么问题。笔者认为,政务微博既然由政府机构和政府官员所开,那么它就具有政府第一手信息的资源优势,在遵守相关法律法规以及防范风险的原则下,加强信息公开是必然选择,只有政府真心诚意地向社会公开与公众利益联系紧密的信息,不断提高信息公开质量,主动、真诚地“问政于民”“问需于民”“问计于民”,^[7]并通过微博平台综合、分析、研判社情民意,政府与民众的社会沟通才可有效并且长久开展下去。

(三) 缩小“数字鸿沟”

目前,无论是微博使用群体,还是网民的理性分析能力以及话语影响力都存在较大的局限性和不均衡性,这些都束缚了微博空间作为公共领域的构建。

根据 DCCI 互联网数据中心发布的 2012 中国微博蓝皮书显示,中国微博用户通过智能手机进行访问的用户达到了 89.35%,微博用户正在大规模向移动端迁移。^[8]此外,根据《中国手机网民

上网行为研究报告(2012年11月)》显示,手机网民主体呈现年轻化、低学历、偏城镇用户的特征。10~29岁青少年用户占比达64.2%。低学历水平用户是手机网民的主体,其中,初中学历手机网民占比36.9%,高中学历手机网民占比32.3%。城镇用户在总体手机网民中占比72.5%,高出乡村手机网民45个百分点。^①

因此,要提升政务微博的社会沟通功效,还需要在扩大微博使用群体,提升公务人员和网民的媒介素养等多方面做出努力。对于扩大微博使用群体,笔者认为一方面需要加大宣传,使微博走进平常百姓的心里,使政务微博在民众当中的知晓度、接受度更高。另一方面,政府需要主动做文章。笔者所在城市的某一区县,为了做好民间舆情信息的收集工作,政府拿出专项资金,在全县的出租车司机中选拔舆情信息员,为当地政府提供百姓日常的所思所想,以便于政府改进工作。这一实践,也可以在扩大政务微博参与群体上做出尝试。对于公务人员和网民的媒介素养提升问题,笔者以为一方面需要依靠系统、操作性强的法律法规,规范网络行为。另一方面,需要培育公民健康理性的政治文化,通过整合政府、学校、社区、

媒体等多方面的力量,营造关心社会、理性表达、辩证思考的氛围,把个人的一言一行融入社会的大发展潮流中。

[参考文献]

- [1] 费孝通.中国绅士[M].北京:中国社会科学出版社,2006.
- [2][3] 谢金林.论网络空间的政治沟通[J].社会科学,2009(12):19-27.
- [3] 谢金林.论网络空间的政治沟通[J].社会科学,2009(12):19-27.
- [4] [美]汉娜·阿伦特.竺乾威,等译.论人的条件[M].上海:上海人民出版社,1999.
- [5] 汪明峰.互联网使用与中国城市化——“数字鸿沟”的空间层面[J].社会学研究,2005(6):112-135.
- [6] 林亚芳.社会管理创新的微博问政[J].重庆邮电大学学报(社会科学版),2013(2):99.
- [7] 祝阳,等.微博的政治影响研究[J].重庆邮电大学学报(社会科学版),2013(4):84.
- [8] DCCI:中国微博用户超3亿九成用智能机访问[J].新闻记者,2012(10):55.

(责任编辑:石泳)

Social Communication of Governmental Innovation at New Media Era: How Administrative Blog Is Effective

DING Yang

(Propaganda Department, Chongqing Technology and Business University, Chongqing 400067, China)

Abstract: Social communication innovation is an important aspect to strengthen and innovate social management. Currently, the effect of administrative blog, a new-type media tool, used by Chinese Government does not attain the expected goal, the reason for this includes the factors such as subjective consciousness problem and the limitation of network publicity and so on. At new media era, governments and public officials should take the advantage of administrative blog to realize effective social communication and should make efforts to explore the consolidation of institutional construction, information quality promotion, and digital difference reduction and so on.

Key words: administrative blog; social communication; social management; public will; digital difference

^① 数据来源于CNNIC《中国手机网民上网行为研究报告(2012年11月)》