

政务微博中传播权力和传播信用的博弈^{*}

■ 姜 飞 侯 镔

【内容摘要】 随着移动互联网的快速发展与网络信息技术的普及应用，媒介环境在媒介技术的推动下不断变迁，进而在“不可逆”的开放式传播浪潮下，推动着传统政府政务信息公开和新闻发布理念的升级和转型，也使得传统媒体时代以政府官方主导的传播信用体系正在遭受前所未有的挑战和考验。在微博发展抵达一定阶段以后，全面反思政务微博对社会文化的传播价值，尤其是对于中国传统政治生态的再造功能，深研其在虚拟空间对于认知层面的力量博弈，正当其时。通过长期关注政务微博并深入地方政务微博实践一线进行调研，以个案的方式将学理和思想与对策实现合理对接，借此推动政府层面对于政务微博的政治传播深厚价值和意义的重视。

【关键词】 政务微博；虚拟空间；新媒体；政治传播

传播致效的基础是传播信用，就像银行有信用才可以有存贷一样，政府、媒体有传播信用，受众才会去收听、收看，才可以将信息有效传递。^①政治生态打造了传播信用的基础，传播技术和媒介形式构建了传播信用的结构与平台。传统媒体（报刊、广播、电视）建构的旧的传播信用体系正面临着新媒体的挑战；当前，基于移动、互联、通信三位一体的新媒体、新文化正在重构着传播生态；如何充分认识新媒体在传播信用建构中的角色和作用方式，进而充分利用其新的特质，为提升媒体的传播信用指数，提升国际传播能力，在“创造良好的舆论环境”^②方面发挥独特作用，是一个兼具理论和实践高度、难度，且非常紧迫和前沿的课题。

一、充分认识传播信用生态构成正在发生的巨大变化

1. 新媒体正推动着传播信用构造主体位移，从政府可控的媒体，部分转移到了普通大众的自媒体

当前，新媒体在中国已全面进入移动化发展，并呈现平台多元化格局，在既有“两微一端”的基础框架下，已逐渐拓展到6大新媒体族类的10多个移动媒介平台。尤其是以移动视频直播和移动网络电台为代表的视听类新媒体，进一步实现了新媒体从“时移”到“位移”的开放式融合，移动化、社交化、视听化等非线性发展趋势明显。如果说微博让网民人

人手里都有了“麦克风”，那么时至今日，移动网络电台则让网民有了自己的“网络广播”，而移动视频直播应用更让网民人人都有了属于自己的“电视台”。常态下他们是散落流动于社会中的城市公民，而在紧急状态下，转身掏出手机，打开社交媒体应用，他们则转身成为了移动互联网传播条件下无处不在的移动自媒体和公共传播的“扩音器”。

移动互联网的快速发展与网络信息技术的普及应用，媒介环境在媒介技术的推动下不断变迁，进而在“不可逆”的开放式传播浪潮下，推动着传统政府政务信息公开和新闻发布理念的升级和转型，也使得传统媒体时代以政府官方主导的传播信用体系正在遭受前所未有的挑战和考验。

2. 网络媒介新技术正在成长为政府传播信用重构和提升的第一空间。

截至2016年12月，中国网民规模达7.31亿，其中手机网民规模达6.95亿，占比网民总量95.1%。另据新浪微博2016年底提供的微博后台数据显示，网民在微博平台所发布的信息90%来自于移动客户端，此比例连年保持上升趋势。^③再据不完全统计和统计观察，近年来，突发公共事件面前，首发披露事件的“新闻”信息，90%来自于事件现场的目击者、亲历者和围观者，而并非由职业化的新闻单位媒体人撰稿发布。如：2010年“舟曲‘8·7’特大泥石流灾害”事件中，首发社会新闻是

^{*} 本文系教育部人文社科重大攻关项目“‘一带一路’沿线国家新闻传播业历史与现状研究”（项目编号：17JZD042）的研究成果。

一位90后的大学生利用微博在“直播”；2011年“7·23”甬温线特别重大铁路交通事故，出现在微博上的第一条信息来自事故列车最后一节车厢的乘客；同年“9·27”上海地铁10号线追尾事故的首发新闻来自车厢内的上海市民；2012年12月8日，十八大后国内考察首站到达深圳，深圳网民利用微博实时报道了习近平总书记在十八大后考察深圳期间不封路的新风新政，并一举打破草根网民和新闻媒体不得在官方新闻通稿发布前发布国家领导人地方考察的新闻规划；2014年“3·1”昆明火车站严重暴力恐怖案件、北京天安门“10·28”暴力恐怖袭击事件的首条信源均来自于现场的目击者手机终端；2015年元旦跨年夜“上海外滩踩踏事故”的首发微博来自于现场的市民……

由此可见，无论是坏事好事，新媒体在移动互联网下的即时新闻发布已成为影响社会舆论的第一媒介，新闻发布的移动性、现场性、即时性，已成为微博抢占重大社会热点事件和突发公共事件新闻舆论“第一空间”的绝对优势。

3. 政府与民众的信息传播博弈构成当下国家传播信用重构和提升的重大机遇与挑战。

政府传播信用是政府的公众形象，是政府传播的无形资产，更是国际传播能力的基础。尤其是在突发公共事件面前，当不少的地方政府官方机构还纠结于说与不说、怎么说、谁来说，甚至于考虑以“冷处理”的拖延策略来应付舆论危机的时候，新媒体社会文化传播领域由网民参与的“草根新闻”、不实信息甚至于谣言，却早已铺天盖地抢占了互联网舆论的第一空间、第一时间和事件的第一定性权，从而政府屡屡遭遇尴尬和被动局面，甚至出现官员的“权势”分离，变成有权无势，而网民则通过“造势”以生权的现象。^④在舆论关注、社会关切面前，由于政府官方的缺位失语带来了严重负面社会效应，就是政府对公共利益的漠视和诚信的缺失，以及在“真相饥渴”的公共舆论面前，公众对政府传播信用的不信任，并直接造成了政府的公信力危机。

政府官方与民众在媒介技术面前是平等的，尽管微博以其裂变式的快速传播被誉为“秒媒体”“快媒体”，但对于政府官方利用微博来以快制快，及时、快速、准确地进行官方权威发布并不存在排他性的例外“待遇”。譬如，政府官方具有在第一时间接受群众求助、报警等信息的“公信力优势”，具有在知情

后赶赴现场的“第一时间优势”，具有在抵达现场之后即时展开全面调查、讯问、拍照摄像等“第一空间优势”，进而具有掌握第一手信息资料的“准确性优势”等等。^⑤而网民虽然占据了现场优势在第一空间和第一时间进行了信息披露，但是就其信息的实质而言，仅仅是对现象的只言片语描述，起因、发展、结果、处置等全面客观准确的信息根本无从谈起，真正意义上的新闻舆论空间仍然有待于政府官方的权威信息去积极作为。然而根本的问题在于“只做不说”“多做少说”是长久以来在传统媒体时代所沿习下来的惯性，在积极利用新媒体来主动发布、引导舆论的理念、态度和行为技能等层面的媒介策略和媒介素养，政府传播已经严重滞后甚至于落伍于信息媒介技术在社会化层面的应有水准。

在微博主导的新媒体传播舆论场下，尽管习近平总书记在系列重要讲话中不断强调重视互联网和新闻舆论工作，中央政府也不断出台政策文件要求政府部门开通微博，及时回应社会关切，但时至今日，依然有大量的地方党政机关并未认真领会和执行，在新媒体的新闻舆论阵地上陷于“失守”状态，没有掌握话语权。甚至于一些党政机关开通了微博，却并未尽责，热点事件面前不见官方权威信息的及时发布来公开透明地引导舆论，却偏执地积极协调相关关系，片面地进行删帖、禁言，对网络信息进行“围追堵截”，结果事与愿违。或者，政府传播在第一时间迟滞发声，第一时间没有权威声音，或者第一时间发布“挤牙膏”、笼统模糊不准确的信息，然后进行第二次、第三次修补，最终造成一次又一次的舆论冲击波，适得其反，在传播信用的构建工作中不断失分。正如学者范以锦所说，“政府开了微博，公民问政多了一种渠道，但开了微博，却不回应、不互动，说明官员的政治意识和媒介素养需要提高。”^⑥

二、新媒体对传统的传播信用体系带来哪些挑战？

互联网上没有日出日落，新媒体传播空间更不存在“早安晚安”。微博一经出现，即被誉为“永不谢幕的新闻发布会”^⑦，传统媒体和传统政府新闻发言人制度下新闻发布的定时、定点、定版的出版发布和传播弊端，正面临着空前的挑战和变革。

基于微博所代表的新媒体微传播的特性，与传统新闻发言人制度相比较而言，新媒体政务新闻舆论的工作具有空前的开放性，微博在快捷满足了公众对信

信息公开的要求方面，能够及时发现舆情并顺应公众知情权力的诉求，在很大程度上弥补了传统政府新闻发言人制度的不足，微博正在催化、助推中国新闻发言人机制进行着以下方面的变革：

1. 滚动式传播、碎片化传播、确认式传播。

即从事件发展的阶段性“新闻发布”，到动态“全程性”参与，并要做即时性对“网传”类的“碎片化”信息进行事实性、客观性的确认，从而成为一种新型的新媒体新闻发布方式。

2. 即时新闻发布。

即从以往新闻发布的“有准备发言”，至利用政务微博平台“时刻准备发声”。与传统新闻发言人机制相比，政务微博新闻发言人的信息发布具有较大的机动性和较大的灵活性，从某种意义上讲是与谣言、不实信息在“赛跑”，时刻需要准备澄清谣言、还原真相并对有价值的信息线索进行排查确认，以便积极地公布真相、引导舆情、稳定社会公众情绪，并争取到舆论空间“第一空间”和“第一时间”，也能够更好地满足和维护社会公众的知情权。

譬如，2010年广东省肇庆市公安局利用政务微博进行命案现场即时新闻发布的优秀实践案例。2010年11月6日凌晨4时许，位于肇庆市七星岩景区的端州区岩前村发生一宗爆炸案，一辆小汽车尾部严重受损，一名男子当场身亡。且据肇庆市公安局的重要警务安排，当日上午8点半，时任广东省委常委、宣传部部长林雄将率专家和政协委员等一行到肇庆视察绿道，而肇庆市距离广州市高速行程只需一个多小时。在接报警情后，肇庆市公安局立即出警，主要领导同时赶赴现场组织调查。当120急救车到达现场急救时，证实该男子已经死亡。

当时在现场，原肇庆市公安局局长郑针和（现已退休）对原警察公共关系科科长陈永博说，“带电脑没？马上开机登录微博，发新闻！此时不用，何时用？”于是，关于此次刑事命案的首发新闻在郑针和口述、陈永博现场操作编辑下，通过笔记本电脑即时发布在了肇庆市公安局的官方微博“@平安肇庆”平台。“@平安肇庆”是自微博出现后，全国公安机关第一家开通上线的政务微博。现场滚动式发布的3条微博信息，及时公布了突发事件真相，避免了谣言滋生，并迅速得到网友的大量转发，也成为当天各大新闻媒体报道此案的重要信息来源。

6年前肇庆市公安局在命案现场即时发布微博新闻的创新，打破了以往突发性公共事件后被媒体追着

采访然后首发报道的先例，遇事不捂，主动发布，既避免了被民间误传讹传的舆论风险，更不必再跟着不实信息声明校正或权威辟谣。这种“边干边说”媒体意识和媒介思维，值得“微政时代”的政务微博思考和借鉴。

3. “原声”发布，“保真”传播。

新闻发布从面对传统型的媒体，到面向包括传统媒体的网络全生态网民参与群体。传统政府新闻发布主要面向参加新闻发布会的新闻媒体和记者，政务机构与社会公众之间的信息传递是间接的，且时效性弱。而政务微博直接架设了政务机构和社会公众之间即时沟通的桥梁，这不仅仅有利于保证政务信息传播的“原声发布”与舆论反馈的保真度，更极大地提高了新闻发言人的工作效率。

4. 新闻发布从“效率”转向“效能”。

传统政府传播主要基于新闻发言人制度，通过电视、广播和报纸等“程式化”的输出模型一次性完成的，衡量一地政务公布做得好与不好的重要考量指标，大多是周期内召开了多少场新闻发布会。然而在新媒体时代，政府传播的资讯可能需要通过多次互动反馈和确认来完成，同时随时面临着舆论的“拷问”，因此政务新媒体平台上的高效传播，明显有利于提高政府传播的工作效率和传播效能。譬如课题组2016年在对“银川政务微博模式”的调研中发现，近年来银川市委市政府线下召开的传统政府新闻发布会场次数据呈明显的下降趋势。尤其是近三年来，连续实现了11.06%的负增长。其中，2012年较2011年减少6.25%，2013年较2012年减少16.67%，2014年较2013年的减幅更高达28.00%。”^⑧银川传统政府新闻发布会场次数量的减少，并非是政府与公众沟通不够，而是由于银川市非常注重借力政务微博进行多部门参与、高效率的新闻发布，随时回应社会关切，而且从政府传播的表现来看，社会参与面更广、形式更多样、速率更快捷、舆论效果更好。

三、政府传播信用的媒介策略选择

“不忘初心，继续前进”。政府新闻发布会仅仅是政府传播的一种手段和方式，新闻发布的根本“初心”和初衷意图，是为了不断增进政府与社会民众间的信息互通、理解沟通和情感互信，而绝不是为了发布新闻而召开新闻发布会。新媒体时代的政府传播工作，更应该不拘一格来创新开展，这是更加符合媒介

执政时代党委政府不断满足公民的知情权、参与权、表达权和监督权，取信于民，建构民主社会的必然需求。因此，政务微博在了解社情民意、与公众直接沟通、建立良好的公共关系、突发事件舆论引导等方面都具有不可替代的作用。

与其让网民在不知情的猜忌间质疑我们、疏离我们，与其让媒体在得不到及时客观准确的信息的时候四处去捕风捉影“挖”新闻，与其我们在惶惶然间面对社会、媒体和民众，既无法实现在网络空间管控信息，更无法与无时无刻不散布于社会各个角落的各种“记者”匹敌，莫不如顺势而为，自信坦荡地公开和发布，赢得信任，争得主动。^⑨这也就必然地要求我们党委政府勇于打破沉默螺旋，主动设置议程，加强自我开放，以更好的满足和尊重民意诉求、解决实际问题去引导社会舆论。

通过作者对银川等地利用政务微博的调研，他们积极有效地开始政府传播、回应社会关切的经验做法值得反思和借鉴。

1. 空间博弈：抢占现场目击和政务微博两个“第一空间”

移动互联网传播，“移动性”既可以说是政府传播在严谨性方面的首要的条件限制，也可以说是抢占话语权的首要优势。不能抢占现场的“第一空间”和网络信息流动的“第一空间”，传统理念上的“第一时间”无从谈起。同时，离开了对党委政府政务新媒体工作者日常和前置性的媒介素养培训，同样无法触及行动。

近年来，银川等地的党政机关将媒介素养作为政府公务人员的基础业务素质，利用日常的空余时间、会议及专题性学习等机会，进行轮训，以使公务人员了解什么是新闻传播、什么是舆论、什么是新媒体，以及互联网舆论在业务职能间的关联性表现特点，演练突发公共事件面前的新媒体新闻发布和舆论对话技巧，以确保随时受理和回应民意诉求，以及应急状态下分步骤、有策略的新闻发布技能，确保“有情况”的时候可以随时应对。

2. 时间赛跑：把握四个不同范畴的第一时间

在新媒体传播场景中，这里的“第一时间”应该分解为四个“第一时间”：事发后的第一时间、网民自媒体参与“爆料”前的第一时间、舆论形成前的第一时间、媒体记者采访前的第一时间，核心工作即是确保官方掌握的信息及时满足公众的知情供给，以形成权威发布的“信源中心”，牢牢把握事件第一

定性权。譬如，2015年4月15日15时44分，内蒙古自治区阿拉善盟阿拉善左旗发生4.0级地震，震中距离银川市区约145公里，银川市震感强烈。地震发生后，银川全市政务微博矩阵立体协同响应，线下迅速评估并确认震情对本单位职能内公共服务与民生所造成的破坏性程度和影响，线上立即通过政务微博发布新闻，速报结果。同时，全市政务微博、媒体微博积极参与转发传播，并及时监测不同于官方发布的准确信息进行辟谣，极大压缩了不实信息传播的机率，有效疏导了社会恐慌情绪。

银川政务微博这种集群参与，积极主动设置议程，并提供个性化震情政务信息服务的卓越表现，书写了中国政务微博发展以来第一次以城市政务微博矩阵式协同、联动化应对突发公共事件新闻发布和舆情引导的示范式样本。研究和借鉴这种应急式新闻发布的政府传播样本，对于更好地发挥政务微博作为社会化媒体在社会动员方面的功能具有重要的借鉴意义。

3. 认知博弈：态度优于信息

话语权决定主导权，时效性决定有效性。政府传播如何“跑赢”不准确的“草根新闻”和网络上道听途说的不实信息甚至谣言，这是一个时代的新命题。既然我们在绝大多数情况下无法在“第一时间”抵达现场的“第一空间”，那么就需要想方设法去抢占另一个“第一空间”，那就是让官方的声音“挤进”事件相关的舆论场“第一空间”。

虽然在突发公共事件后政府官方与网友一样处于不知情的“懵懂”状态，但是关于对事件处置的党委政府的立场、原则、态度等掷地有声的、有担当的信息却是可以跨越时空而提前发布介入的。实践证明，政府传播以积极的“表态”来主动设置议程就是在创造新的“新闻中心”，第一时间发出政府官方声音，能够迅速将网民凝聚到“政府中心”的做法是行之有效的。

4. 效果博弈：现状优于事实，事实先于原因

“事实”是“事情的真实情况”，是基于客观严谨的认定性表述。当秒速交互的舆论场急切需要事实真相来满足迷茫不解的“是什么、为什么”的时候，政府传播与舆论引导依然无法快捷地给出前因后果。但是，事件发生后所存在于表象的基本现实状况信息，却是可以碎片化地持续发布以赅舆论的。

(下转第146页)

- ⑬ Abowd G D, Dey A K, Brown P J, et al. (1999). *Towards a Better Understanding of Context and Context - Awareness*, International Symposium on Handheld and Ubiquitous Computing. Springer - Verlag, pp. 304 - 307.
- ⑭ Alice Crawford. (2008). *Taking Social Software to the Streets: Mobile Cocooning and the (An -) Erotic City*. Journal of Urban Technology, 15 (3): pp. 79 - 97.
- ⑮ McCullough M. (2006). *On the Urbanism of Locative Media*. PLACES - A FORUM OF ENVIRONMENTAL DESIGN, 18 (2): pp. 26 - 29.
- ⑯ [美]曼纽尔·卡斯特:《网络社会的崛起》,夏铸九、王弘志等译,社会科学文献出版社2003年版,第466页。
- ⑰ 袁方:《社会研究方法教程》,北京大学出版社2016年版,第63页。
- ⑱ 陈向明:《质的研究方法与社会科学研究》,教育科学出版社2000年版,第12页。
- ⑲⑳ [英]安东尼·吉登斯:《现代性与自我认同》,夏璐译,中国人民大学出版社2016年版,第49页、第49页、第93页。
- ㉑ [英]安东尼·吉登斯:《现代性与自我认同》,赵旭东、方文译,生活·读书·新知三联书店1998年版,第15页。
- ㉒ [英]安东尼·吉登斯:《失控的世界》,周红云译,江西人民出版社2001年版,第2页。
- ㉓ 季念:《手机传播中的时空重塑——2000年以来国外学者关于手机与时空关系研究述论》,《文艺研究》,2008年第12期。
- ㉔ E Relph. (1976). *Place and Placeness*. London: Pion, Routledge Kegan & Paul, p. 40.
- ㉕ 谢静:《地点制造:城市居民的空间实践与社区传播——J市“健身坡”的案例解读》,《新闻与传播研究》,2013年第2期。
- ㉖ 姜奇平:《定位会成为下一代改变价值观的技术吗?》,《互联网周刊》,2010年第17期。
- ㉗ 汪民安,陈永国:《后身体文化、权力和生命政治学》,吉林人民出版社2003年版,第411-412页。
- ㉘⑳ 彭兰:《移动互联网时代的“现场”与“在场”》,《湖南师范大学社会科学学报》,2017年第3期。
- ㉙ 江琴:《论埃里克森的自我同一性理论解析》,《怀化学院学报》,2011年第11期。
- ㉚ [美]欧文·戈夫曼:《日常生活的自我呈现》,冯刚译,北京大学出版社2008年版,第61页。
- ㉛ 刘涛:《社会化媒体与空间的社会化生产:福柯“空间规训思想”的当代阐释》,《国际新闻界》,2014年第5期。

(作者徐苒系山东大学新闻传播学院博士研究生,山东建筑大学艺术学院讲师;刘明洋系山东大学新闻传播学院教授、博士生导师)

【责任编辑:潘可武】

(上接第139页)

新媒体舆论事件面前,网友秉承的舆论逻辑是“打破沙锅问到底”,但是新媒体环境下“碎片化”的政府传播恰恰需要谨言慎行,不武断、不轻言,但却又必须紧跟舆论关注,持续释放负责任的官方权威准确信息。因此,认定事实应当先于因果分析,这也与政府新闻发言人“速报事实,慎讲原因”的原则是一致的。定义“是什么”是“果”,定性“为什么”是“因”,完整陈述事实真相的一般逻辑顺序是来龙去脉、“先因后果”,但是在新媒体舆论围观情境下,政府传播的严谨顺序却只能是“先果后因”。因为在除却特殊性和意外性因素外,“事实”背后的因果关系涉及到事件最终处置的问责程序,必须把握“前果后因”的合乎科学和情理,尤其是对事件所关联的多主体之间的问题、成因、矛盾、主次、焦点等

信息,解构阐述要经得起科学的鉴定、广大网友的“质疑”“辩论”和“推敲”。

四、结语:新媒体释放新空间,创造新文化

新媒体是“秒媒体”“快媒体”,更是“活媒体”。“活”的特征体现于新媒体传播的发布者、参与者以及纯粹“观而不语”的“围观者”之间,存在着一种鲜活的互动关系、双向交互的碰撞关系,和信息“需求”与“供给”之间的源源不断滚动衍生的互生关系。网络信息技术建立了政府与民众之间永不停歇的对话机制,不说、不听、不应都可谓政府传播无法弥合的“过错”之责。中国道路上的政府传播,事关“四个自信”,事关政府在新媒体公共社交空间的“传播自信”,任重而道远。

注释:

- ① 姜飞:《更新信息贵金属时代的传播理念》,《中国社科报》,2015年4月10日。
- ② 史安斌:《敢为天下先的新媒体尝试》,《新闻知识》,2012年第8期。
- ③ 数据来源:CNNIC年度报告。
- ④ 姜飞、黄廓:《新媒体对中国“权势”文化的颠覆与重构》,《探索与争鸣》,2012年第7期。
- ⑤ 侯鐸:《微政时代》,五洲传播出版社2012年版。
- ⑥⑦ 徐滔:《政务微博风起编织官民互动》,《南方日报》,2011年4月26日。
- ⑧ 数据来源:银川市委宣传部和网信办。
- ⑨ 侯鐸:《问政银川:“互联网+社会治理”方法论》,国家行政学院出版社2015年版。

(作者姜飞系北京外国语大学国际新闻与传播学院教授、博士生导师;侯鐸系中国传媒大学媒介与公共事务研究院高级研究员)

【责任编辑:潘可武】