

浅谈政务新媒体存在的问题及建议对策

山西新闻网记者 杨昊

摘要：政务新媒体是政府机构和党政干部开通的新媒体渠道，具有提高政府公共治理能力、推动服务型政府建设的重要功能，然而近年来，政务新媒体逐渐暴露出缺乏公信力和亲和力、平台整体和长远性规划欠缺、专业管理不足等弊端，面对当下错综复杂的媒体舆论环境，政府部门需要从加强顶层设计、制定长期规划、科学运维平台、加强运营团队建设等方面重新评估自身职能与新媒体功能的适配性，合理有效的提升政务工作水平，从而实现“沟通”“便民”“施政”的价值。

关键词：政务新媒体；政务微博；政务微信；电子政务

一、政务新媒体的定义

根据 CNNIC（中国互联网络信息中心）发布的最新数据现实，截止到 2017 年年底，我国的网民总数达到 7.72 亿。网民总数的增加直接促进了在线政务服务用户规模的扩大，CNNIC 的数据显示，当前政府微信公众号、网站、微博、手机端应用等在内的在线政务服务用户规模已经占整个网民数量的 30%以上。

互联网的普及和移动智能设备的进步，使越来越多的网民可以通过微博、微信等平台接收和传播信息，由此也就催生出与传统媒体有本质区别的新型媒体形态——新媒体。在网络信息时代，以新媒体为载体推动党政机构和党政干部接受人民监督，强化党政机关和个人与民众的接触交流，既是信息技术发展和网络普及的必然趋势，也是党政机关和个人提高政务处理能力、转变政府职能和强化政府与民众交流的内在要求。政务新媒体正是在这种背景下发展起来的。新媒体是以数字信息技术为基础，通过网络信息传播，实现网络用户之间的个性化、快捷化互动和沟通的媒介。政务新媒体可以有效实现党政官员和政府机构就其政务活动和工作内容与民众进行直接的沟通交流，同时也在这种交流中促进政府服务职能的强化，拉近与民众之间的距离。

二、政务新媒体存在的问题

基于新媒体在当前政务活动中重要性的不断提升和网民数量的庞大规模，政务新媒体的规模也逐渐扩大，并初步实现了信息公开、交流互动和网络问政等政务与民众之间的沟通形态和目标。但是，在经过一段时间的快速发展之后，政务新媒体存在的问题也逐渐暴露出来，分析和解决这些不良问题，成为政务新媒体发展过程中的重要课题。（一）缺乏公信力和亲和力

政务新媒体是党政机构与民众沟通和传播信息的渠道，其政治性较强，具有鲜明的主流价值倾向，在信息的发布和舆论导向上明确体现国家意志。政务新媒体的信息传播和沟通交流都依靠具体的政府工作人员，在信息传播和对外交流过程中，受个人情感、性格和心理等多种因素的影响，信息的传播、表达和情绪都可能存在偏差，并由此造成公众的误解，从而导致政务新媒体公信力的缺乏。网络媒体的发达在带来快捷庞大信息的同时，也造成信息来源可靠性和全面性的缺失，政务新媒体所发布的信息也可能因其片面性而引起公众的不信任。此外，党政机关新媒体的开通本来就是要接受民众的监督 and 质询，民众在接受这些新媒体的信息时，自然带有一种质疑的心态，甚至会对一种信息产生完全相反的解读。这些都造成当前政务新媒体公信力的不足。

此外，当前的政务新媒体还缺少亲和力。这主要体现在，政务官微在与网友交流的过程中用语不当，某些工作人员甚至和民众形成对立的情绪。这一方面在于政务新媒体的工作人员有其自身的性格和心态，另一方面也在于在网络虚拟环境下，交流双方往往无法准确接收到对方的真正想法和情绪，从而造成一些误解。此外，一些工作人员虽然处于网络环境下，却抱有高高在上的

心态，与网民的交流不能使用网民能接受的态度和语言，从而导致亲和力的匮乏。（二）平台整体和长远性规划欠缺

政务新媒体的发展推进很快，并同时在社区网站、微博、微信和一些 App 上布局发展，以形成多渠道、大覆盖式的沟通互动形式，并扩大党政部门在互联网中的影响力和主流价值、信息的传播。但是，这种多点快速的发展，没有根据各个新媒体平台的优势和受众特点进行整合，因此，众多平台中与民众的沟通和信息的传播效果各不相同。

具体来说，互联网网站是最能全面展现政务信息的平台，并能提供快捷的信息检索和查询功能。但是，目前很多政府部门的官方网站却存在信息更新缓慢和数据录入不全等问题，使得一些政务信息网站形同摆设，网民自然也就无法有效获得政务信息；微博以其庞大的用户量是当前政务信息交流和舆论引导的主要阵地，很多官方微博在公共事件的信息发布都具有广泛的阅读量和转发量，在舆论引导上优势明显，但是，由于微博是浅社交、泛传播、弱关系的平台，其信息的公信力不够；微信是深社交、精传播、强关系的平台，传播方向更为精准，且服务功能丰富，但是当前政务信息在微信上的影响力还比较低。由此可以看出，虽然当前政务部门在各个平台都开始布局，但是却没有有效整合各个平台的优点，在一些公关事件的信息传播和沟通上，各个平台的信息和沟通没有形成合力。（三）专业管理不足

政务新媒体是政府与民众沟通的新渠道，其受网络环境 and 新媒体平台的影响较大。比如，在一些信息的发布上，在不同的平台就需要使用不同的网络语言和信息展示方式。与微信的深社交和精传播相比，微博在信息和交流上都更加泛化，这就需要针对两个平台的网民特点和平台优势，选择不同的信息传播方式。而如何在信息传播之后和网民交流，也需要针对不同的评论和不同的对象进行专业性的操作。但是，当前很多政务部门新媒体的运作者都是一般性的工作人员，新媒体运营人员的思想政治修养和网络环境、信息内容编辑的需求不匹配，由此也造成一些政务信息的发布无法得到有效的传播以及在与网民交流过程中的冲突现象。

三、政务新媒体的建议对策

（一）加强顶层设计，制定长期规划

互联网的发展日新月异，信息数据具有明显的碎片化和即时性特征。同时，互联网具有其独特的文化特点和信息传播特点，网民的沟通交流也有独特的语境和方式。为此，我国应该根据我国互联网的发展趋势和政务需求，设立专门的机构，统筹中央到地方的政务新媒体工作，设定全国性的政府信息化中长期总体目标，并根据各个平台功能和优势，整合政务信息的共享和发布机制，实现各个平台在信息发布、沟通交流上的互补，避免信息发布和舆论宣传的重复或缺失，从而形成高水平的规模效应。

（二）科学运维平台，提升黏性

通过网络大数据分析，政务信息部门可以有效分析民众的行为习惯和心理特点，由此，依托各个平台的自身优势和对民众需求的科学分析，政务信息部门可以有针对性地发布和传播信息。比如，微博用户活跃期具有一定的时间规律，政务微博可以选择用户活跃时发布信息，以提高阅读量，增强信息传播效果。同时，微博的互动性较强，政务微博可以提高和粉丝之间的互动频率，精确把握粉丝的心理，提高粉丝对政务微博的忠诚度和信息、舆论的认可度。特别是在一些重大突发事件和公共事件中，各个平台的政务新媒体可以结合自身优势，在信息发布、舆情监测和舆论引导等方面全方位展开工作，达到第一时间发布信息、引导舆论的效果。

（三）加强运营团队建设

运营人员政治意识、服务意识和媒介素养的高低，决定着政务新媒体的成败。所以，政务信息部门要根据自身的机构特点选择专门的新媒体运营团队，以提高政务新媒体的服务能力、沟通能力和信息传播、舆论引导能力。首先，要加强运营团队的专业培养，提高不同部门政务新媒体运营人员的专业素质；其次，要对运营人员的责任意识、沟通方法和新媒体素养进行专门的培训教育，以提高其服务水平；最后，还要规范政务新媒体运营人员对新媒体的使用，使政务新媒体

运营制度化、常态化、规范化。

参考文献

- [1]2014 年全国政务新媒体运营 分 析 及 发 展 趋 势.[R/OL].(2014-12-10)[2015-07-19].
- [2]侯锷.国内政务新媒体发展格局与趋势[N].中国税务报,2014-04-28.
- [3]张超.政务微博传播效果策略浅析.[EB/OL].[2015-07-19].
- [4]陈龙.对立认同与新媒体空间的对抗性话语再生产 [J] .新闻与传播研究 2014, (11).
- [5]李明.政务新媒体传播的创新 [J] .新闻战线, 2016, (2).
- [6]王建华.政务新媒体话语应用与传播研究 [M] .上海: 上海交通大学出版社, 2017.
- [7]王建华, 胡云晚.浙江政务服务网站语言文字应用现状调查 [A] 中国语言生活状况报告.北京: 商务印书馆, 2016.