

政务微博既能办事又会卖萌 说“政”事尺度是学问

2017年02月19日 10:26:39 来源： 经济日报

【字号 大 中 小】 【打印】 【关闭】 【Email推荐: 提交 】

政务微博除了给全社会带来满满的正能量，还兼任段子手，平添了许多乐趣

网民通过微博，可以随时随地参与对政府社会治理、公共事务和公共服务的评议

还记得那个“风不正经”的“@中国气象局”吗？还有那个请单身姑娘“换个路口再看看”的“@潍坊交警”，以及那个甩出罗一笑诊疗费用的“@深圳市儿童医院”。别看他们天各一方，各干一行，但他们有个共同的身份：政务微博，也被称作官微。

根据人民日报和微博联合发布的《2016政务指数·微博影响力报告》，截至2016年底，我国已开通政务微博164522个，去年共发博7469多万条，总阅读量超过2605亿次，总互动量也超过51亿次。在网友心目中，政务微博除了给全社会带来满满的正能量，还兼任段子手，平添了许多乐趣。

走“政”道 说“政”事

政务微博经常引发“大事件”，无论是每年两会“@中国政府网”的“我向总理说句话”，还是去年底“@共青团中央”与“@国资小新”在微博发起#中国制造日#活动，轻易就能吸引过亿网友参与。

作为政务微博的新成员，2016年，新浪微博与公安部开通了“@公安部儿童失踪信息紧急发布平台”微博账号。截至2016年底，该平台已发布信息1200余条，由其主持的微博话题#儿童失踪紧急发布#收获了6.8亿次阅读，截至2016年12月15日，共找回儿童533名，儿童找回率为93%。

去年兴起的直播风潮，也成为政务微博们的“标配”。2016年11月1日，“@深圳交警”创新“绿椅子”体验式执法，微博“今晚整治乱开远光灯，查到就坐这把‘绿椅子’好好体验一分钟！”一经发出，转评赞瞬间突破数十万。当晚“@深圳交警”借助网络平台同步直播整治过程，观看量高达307万余次。

发布信息、回应诉求、科普知识、处理政务，现在的政务微博更像是一个功能综合、用户众多、信息海量、诉求多元的“超级政务APP”。

“起步早、粉丝多、影响力大是政务微博独有的优势。”人民网舆情监测室秘书长祝华新表示，遇到重大事件，网民习惯于第一时间在微博上查看政府相关部门发布的消息，或向政府相关部门进行咨询，这也使微博成为最大的民意汇集地。

尺度是学问

这些自带权威属性的政务微博，并不是先天就有关注度。在早期，权威反倒是束缚，让政务微博放不下身段，拿不准尺度。就连中国气象局那条“风不正经”的微博，虽然收获了一片叫好，也有网友质疑是不是不够严肃，最后还是被删除了。

同在气象系统，中央气象台官微工作人员刘芯竹倒是很欣赏同行的这次尝试，“气象微博就是要具备准确性、权威性、独特性、趣味性、科普性”。

刘芯竹还记得2011年开微博时，领导就强调中央气象台是一块金字招牌，一定要强调权威性。遇到重大天气过程的时候，尤其造成重大人员伤亡的时候，作为官方政府部门发言一定要谨慎。

但几年下来，刘芯竹发现微博必须有趣才能吸引受众，因为“绝大多数人上微博，第一为了消遣愉快，第二为了获取信息，推送到他面前的信息如果都是正经、严肃的，他们不爱看”。

为了吸引受众，刘芯竹尝试用拟人化的口吻让天气说话，还经常向网络段子手学习。现在“@中央气象台”的微博上，各种网络段子和暴走表情用得纯熟自然。今年1月31日，他们回复一条网友求问“这是什么云”的微博时，说的是“这就是隐形失败的UFO。当其飞越山区时，潮湿的空气会在飞船外部形成水珠，在太阳光的折射下便会现形。不过愚蠢的地球人一般叫他荚状云”。

“我们希望用生动活泼的传播方式改变气象部门严肃刻板形象，做到有趣、有用、有益。”刘芯竹和同事们称自己是预报界的段子手，网友们则送了个“萌台”的称号。

在娱乐化之上，刘芯竹强调专业性和新闻敏感能力，“大家在凑热点的时候，也要掌握好度，知道什么该说，什么不该说，稍微越界一点就是反作用的影响”。

让沉默的大多数开口说话

截至2016年底，我国共开通政务机构微博125098个，公务人员微博39424个。无论账号规模还是类型的丰富程度，微博在政务新媒体“两微一端”中都保持领先，构成了国内规模最大的移动政务平台。

其中，“@公安部打黑除四害”“@平安北京”“@深圳交警”等诸多活跃分子已经拥有数十万级的粉丝，但绝大部分政务微博还是很沉默，要么很久不更新，要么干巴巴地发布一些文件和通知，几乎不跟网友互动。公众遇到问题时找不到相应的政务微博，或相关政府部门在微博上“失语”。

怎么让沉默的大多数开口说话，让他们活跃起来？除了国家网信办、各级宣传部门联合微博举办的培训班，另一个办法就是以组织为单位推进政务微博的线上线下协同联动，建立微博矩阵组织管理体系和配套机制，让那些不爱说话、不会卖萌但会踏实干活的微博也能参与进来，满足公众在互联网上对政务服务不断增长的需求。

现在，不少城市的政务微博在日常运营以及应对突发事件时，已经实现了多部门线上联动。以银川为例，2016年11月8日，有网友反映某停车场门口的地钉对行人安全造成隐患，1分钟后“@问政银川”就在微博上向“@银川市政管理”转办，9分钟后“@银川市政管理”响应回复，次日下午处理完成后又在微博上给出办结答复。

在抢险救灾、极端天气应对等领域，矩阵联动往往能发挥出更大作用。2016年3月19日20时40分许，京港澳高速岳阳段一辆汽车发生爆炸，一时间，网络上出现类似“死伤人数200”“整个岳阳都混乱了”等谣言。事件发生后，中共汨罗市委宣传部官方微博“@汨罗发布”2小时内联动新浪湖南站发布现场图，半小时后，湖南省高速公路交通警察局官方微博“@湖南高速警察”发布了更进一步的信息；次日早晨，“@汨罗发布”将相关部门初步调查结果进行了公布。至此，关于京港澳高速岳阳段爆炸事故的相关谣言基本止步，由于“@汨罗发布”“@湖南高速警察”持续发声，将谣言及时扼杀在了萌芽状态。

中国传媒大学媒介与公共事务研究院政务新媒体实验室主任侯锴认为，微博不仅是网民表达自我、分享生活和交流情感与思想的平台，更是网民通过碎片化传播随时随地参与完成对政府社会治理、公共事务和公共服务评议的“融合讯息通道”。

未来，政务微博还将继续承担艰巨任务。2016年11月，国办印发《〈关于全面推进政务公开工作的意见〉实施细则》，将对重大舆情回应的时间要求从24小时内举行新闻发布会，提速到5小时内发声。政务微博正胜任这种突发舆情中的“灭火员”角色，快速发声、披露信息，表明态度、安定人心。（余 颖）

[更多阅读：](#)

（责任编辑：张爽 ）

[更多图片 >>](#)

