

信源意识淡薄陷“谣言倒逼”窘境 盲目跟风无力经营造就僵尸账号

地方政务新媒体遭遇两大挑战

本报记者 赵丽

网络对传统地方政务的打破难以避免地带来部门利益冲突；技术发展甜头伴随数字鸿沟问题；公民表达能力、政治素养和参与意识参差不齐导致的表达鸿沟在网络空间不减反增；地方服务型政府构建的强烈愿景与当前服务水平有限产生对比的现实无奈等,均是目前一些地方政务新媒体亟待解决的问题

观察者说

从当前中国地方政务新媒体发展的现状来看,对互联网本身及其规律性的认识尚处于一种浅表层面,发展的短视与浮躁氛围日渐暴露。此外,现有网络政务新媒体具有的安全性脆弱、信息过载、垃圾信息泛滥和隐私担忧、支付风险、恶意使用隐忧等问题,依旧是网络助政发展的障碍。

今日,民政部政务微信“中国民政”正式开通。

两天前,国家禁毒委员会办公室打造的微信公众平台——“中国禁毒”正式上线。

同月,中央纪委监察部在官方网站手机客户端上开通“反‘四风’一键通”举报窗口。此举更是得到社会广泛关注,截至6月21日下午,中央纪委监察部网站客户端在苹果 app store 免费新闻应用类的下载量排名即已跃升至第三位。

十余天内,各类中央级重磅政务新媒体的上线,让民众应接不暇。

中国社会科学院新闻与传播研究所主持编写的新媒体蓝皮书《中国新媒体发展报告 No.6(2015)》显示,中国政务新媒体全面进入移动化发展,并呈现平台多元化格局。

良性发展的同时,一些问题开始浮出水面。

“网络对传统地方政务的打破难以避免地带来部门利益冲突；技术发展甜头伴随数字鸿沟问题；公民表达能力、政治素养和参与意识参差不齐导致的表达鸿沟在网络空间不减反增；地方服务型政府构建的强烈愿景与当前服务水平有限产生对比的现实无奈等,均是目前一些地方政务新媒体亟待解决的问题。”湖南大学舆情研究所所长阳美燕分析说。

数量显著增长功能不断完备

“2014 年,政务新媒体数量显著增长,功能不断完备。从中央到地方再到基层,一大批影响力强,活跃度高的政务新媒体账号不断涌现。”中国传媒大学媒介与公共事务研究院高级研究员侯锬介绍说,以引人关注的中纪委客户端为例,它进一步拓宽了政务信息传播的新渠道和新方式,抢占用户有限的碎片化阅读时空,从而实现了党政机关在移动互联网时代积极传播与沟通社会的能力。

此外,《中国新媒体发展报告 No.6(2015)》显示,除了大家熟知的微博、微信、客户端等政务新媒体外,以短视频和网络电台为代表的视听类政务新媒体以及基于移动搜索应用的“政务直达号”为代表的政务新媒体也进一步实现了从“时移”到“位移”的开放式融合,移动化、社交化、O2O 服务化、视听化等非线性发展趋势明显。

“以地方政务短视频为例,‘秒拍’和‘美拍’打通微博实现一键注册、登录和调取认证信息,地方政务短视频用户量居前两位,数量分别为 891 个和 810 个。”在侯锬看来,2014 年,全国党政机构的公务人员已经从此前的“惧网”和“拒网”心理,开始积极转变为自信、从容面对互联网和新媒体。“善用网、会用网、用好网”,“网民即市民、舆情即民生、抱怨即期待”已成为各级领导干部的普遍性认同,利用新媒体了解社情民意,倾听群众呼声、解决群众疾苦并服务于政策的基本

网络执政理念已获得普遍认同。

阳美燕注意到,地方政务新媒体原创度增加,“灌水”类内容明显减少,民生、政务内容构成占比大幅走高;地方政务“两微”运用丰富多样的媒体形式,采用“萌萌哒”的亲民网络表达增加账号内容的可读性;从国家机关到地方、从中央到基层,越来越多的政务新媒体定位清晰化,发布的政务内容具有受众针对性与地方特色。

面临“谣言倒逼”和僵尸账号窘境

在侯锴看来,尽管当前一些地方政务新媒体在移动互联网发展的浪潮中勇立潮头,及时“占领抢位”,大胆体验,呈现一派欣欣向荣的发展景象,但仍旧存在一些问题。

“信源意识”,这个相对专业化的词汇在地方政府新媒体蓬勃发展之后,也成为相关政务机关人员需要面对的问题。不过,侯锴通过调研发现,一些地方政务新媒体对此选择了“漠视”。

“新媒体对于信源的资质资质并无特殊限制,任何一个网友的‘草根报道’都可能成为信源。但是,新媒体媒介环境的变迁并没有使政务新媒体意识到这种‘信源’的珍贵,第一时间掌握大量信息但无发布意识,或不敢发、不懂发、不会发,甚至不愿发,依旧沿袭和采用传统的新闻传播套路——提供‘信源’/通稿给媒体——媒体组稿/发布——转发媒体报道,从而造成在重大事件、突发事件和社会热点事件面前一次次错失最佳舆论引导时机,甚至处于‘谣言倒逼’的被动窘境。”侯锴说。

同时,“僵尸账号”也成为政务新媒体发展过程中无法回避的尴尬。

“进一步的观察调研显示,一些地方政务新媒体平台均存在大量的‘僵尸账号’,对新媒体研究和认知不足、盲目跟风、无力运营、顾此失彼是存在‘僵尸账号’的四大因素。”侯锴以政务短视频举例说,在已挂有显著认证标识的政务官方账号中,57.33%的账号是零发布或久不更新,另有24.73%的账号或因早期进驻平台“试水体验”,发布了与党务政务毫无关联的,完全私人化的家庭生活场景类短视频且长期存在,政务短视频账号整体活跃度和内容符合度不足5%。

“从当前中国政务新媒体发展的现状来看,对互联网本身及其规律性的认识尚处于一种浅表层面,发展的短视与浮躁氛围日渐暴露。”侯锴说,一如有了微博和微信之后,便有了随后出现的一系列新锐的“微媒介”的格式化概念追逐;或者在创新传播方面时常出现诸如“国内首家”“全省首个”“本市第一”等虚名化的口水仗与争夺战;抑或仅仅将地方政务新媒体单纯理解或定位为一种媒介、平台或渠道,作为一种延伸宣传的工具应用。

此外,阳美燕注意到,互联网的运用存在一些不确定性风险,比如复杂国际形势下的网络信息安全问题。现有网络政务新媒体具有的安全性脆弱、信息过载、垃圾信息泛滥和隐私担忧、支付风险、恶意使用隐忧等问题,依旧是网络助政发展的障碍。

本报北京7月1日讯