

政务新媒体呈现多元化发展格局

中国传媒大学媒介与公共事务研究院高级研究员 侯锴

随着微博、微信等新媒体的不断涌现，政府与公众的关系也正在发生着改变，我国政务网站正由单一资讯提供功能的“内容导向”平台，向具有网上业务受理与办事功能的智能化“电子政务导向”平台发展。

新媒体是近年来兴起的以微博、微信为代表的社会化新兴媒体形态。随着微博、微信、客户端，以及网络电台、微视频这些新媒体的不断涌现，政府与公众、传统媒体与受众的关系也正在发生着改变。承担着政务信息传送等功能的政务新媒体，正面临着多样化发展格局。

政府网站向智能化政务平台发展

尽管目前 IT 业界和传播学界有关人士认为，政府网站是 web1.0 时代的产物，多数功能侧重于“我说你听”类的静态信息发布，其互动效果不如近年来兴起的微博平台。但实际上，近年来政府部门践行网上群众路线，也在与时俱进地对政务网站的功能进行着不断的改善和提升。

目前，政府门户网站仍是政府部门政务公开、对外提供系统信息检索与数据查询等综合服务的“总平台”，也是信息化时代政府提供政务信息和电子政务服务的窗口。从当前政府“网络问政”的普遍性实践应用来看，我国政府网站正处于转型期：正由单一资讯提供功能的“内容导向”平台，向具有网上业务受理与办事功能的智能化“电子政务导向”平台发展。

政务微博进入精耕细作阶段

经历 3 年多的快速发展，国内政务微博在加强政务信息公开、增进政民对话交流，以及处理突发事件、澄清不实传言和舆论引导等方面，发挥了重要的传播功能，取得了积极的社会效益。

2013 年 10 月 15 日，国务院办公厅发布《关于进一步加强政府信息公开回应社会关切提升政府公信力的意见》，这是我国政府第一次以文件的方式，将“政务微博”正式确立为继政府网站、政府新闻发布会及新闻发言人制度之后的第三大官方权威信息发布途径。

虽然最近一年多来微信的火爆发展客观上分流了一部分微博用户，使政务微博的活跃度受到了一定的影响。但是综合观察，微博与生俱来的媒介属性，使其重构了一个与现实社会真实相嵌、镜像交映的网上“微社会生态”。因此，政务微博在政务传播与政民互动方面依然具有很大的优势和旺盛的生命力。

尽管当前政务微博的运营现状还存在信息发布流于形式、微博功能定位不明确，以及建设投入严重不足和绩效管理不尽合理等方面的问题，但其在发展过程中显示出的勃勃生机，表明政务微博在精耕细作层面仍有着巨大的发展空间。尤其是在移动互联网环境下，如何进一步丰富政务微博的移动式现场发布、碎片化信息即时发布等信息发布形式，都是政务微博顺应媒介传播环境变化，实现从理念到行动升级而亟待提升的关键能力。因此，持续重视和深化发展政务微博的问政效能，是当前及未来较长时期内政务微博发展必须明确的一个重要方向。

政务微信谨慎前行

从 2012 年 8 月腾讯推出微信公众平台至今，政务微信的发展路径可谓跌宕起伏。在 2013 年 8 月微信升级为 5.0 版之前，一些政府部门建立的微信公众平台在应急管理、舆论引导、社会组织动员等方面发挥了突出的作用。微信升级为 5.0 版并完成“去媒介”功能之后，由于功能上“订阅号”与“服务号”的划分以及一系列限制规则的制订，政务微信的发展一度受到影响，但随着国家出台相关文件大力推动政务微信发展，使得政务微信在数量上又呈现了激增态势。据中国传媒大学媒介与公共事务研究院不完全统计，全国政务微信数量目前已接近 6000 个，仅今年第一

季度增量就已达到了去年全年增量。

微信进入 5.0 时代后,政务微信进入到以“服务号”为核心主导功能的“后政务微信”时代。相比“订阅号”,微信“服务号”虽然具有信息即时到达显示、信息查询和提醒功能,但每月只能推送发布 4 条信息,且具有较高的技术门槛等因素,影响了政务微信“服务号”应用的拓展速度。最新统计数据显示,当前 80.31%的政务微信为“订阅号”,点开率、阅读率和转发率普遍较低,且用户增长缓慢;“服务号”在总量中仅占 19.69%,且其中 90.21%的“服务号”因未进行二次功能开发,已名存实亡。

中国传媒大学媒介与公共事务研究院 2013 年底的专项调查结果显示,政务微信对自身平台功能的定位从高到低依次为:“行业知识与政策法规的普及宣传” 17.41%;“政务信息公开与及时权威发布” 16.94%;“主动听取民意,积极接受监督” 14.79%;“热点事件解读,及时引导舆论” 12.14%;“回应社会关切,强化互信机制” 10.72%。而能够体现政务微信“服务号”功能的“微信平台数据查询办事功能”恰恰在功能排名中居后,仅占比 10.34%。

值得注意的是,当前微信平台的功能和运行规则仍处在调整期,其规则和功能存在不稳定、不确定性,因此政府部门在考虑开通和运营政务微信时要充分认识到其中的风险。政务微信的功能和应用未来正面临着适应性调整和策略转型。

政务 APP 悄然兴起

随着移动互联网技术的不断成熟、无线高速宽带网络的全面覆盖以及智能手机日渐普及,中国手机网民正在迅猛增长,新媒体的应用逐渐趋向移动化。与此同时,基于独立业务流具有小、快、多特点的移动电子政务,正成为电子政务的发展新趋势。

目前,我国已有不少党政机构开发出了自己的政务 APP 客户端,如:掌上即能预知风云变幻的深圳市气象局 APP“深圳天气”;为广州市民提供路况、交管、出入境、户政等领域业务查询和定制服务的广州公安手机客户端“警民通”;既有法治信息又具备举报、申诉、投诉等功能的湖北省人民检察院 APP“湖北检察”,以及用手机即可辨识发票真伪的北京市国税局 APP“发票查询”等。

政务 APP 的悄然兴起,在用户手机上开始形成独特的政府移动政务服务模式,呈现出行业化、专业化、简洁便捷化等特点。不过,政务 APP 的发展目前由于行业限制、专业性精准目标受众少、地域性局限等因素,用户量和发展规模仍然相对较小。

谋定而后动,按需选择新媒体

当前,受益于移动互联网科技突飞猛进的发展,政务新媒体平台呈现出多样性和多元化组合的发展格局。除了政府网站、政务微博、政务微信和政务 APP 客户端等新媒体,一些政务机构也正在“试水”应用其他类型的新媒体公众平台。例如,易信公众平台上的“政务易信”、来往公众平台上的“政务来往”、飞信公众平台上的“政务飞信”等。目前,因为平台用户量较少的原因,这些政务新媒体尚未形成主流。

在近期涌现的可与既有新媒体政务平台实现功能互补,并且附合未来移动互联网发展趋势的一些政务新媒体中,社交短视频应用正呈现上升趋势。例如,新浪秒拍平台上的“政务秒拍”、腾讯微视平台上的“政务微视”,以及“喜马拉雅”等自媒体网络有声电台上的政务电台等。

从近年来政务新媒体的多样化发展路径可以看出,政务新媒体已不是某一个政务单位的“个体”概念,而是政府部门追求高效率政务工作的“群体”行为。在此过程中,种类日趋繁多的政务新媒体平台的选择、有效运营,在为政府部门带来便利的同时,也增加了管理难度和应用风险。

因此,对政务机构而言,在选择新媒体平台时,既要顺势而为,也要谋定而后动,在加强媒介研究的基础上客观冷静的分析和研究自身需求,评估自身职能与新媒体功能的适配性,以便更好地发挥新媒体平台的作用。