

有66家成员单位进驻的江苏政务微博群上线—— 放下身架，官微努力由“有”到“好”

本报记者 颜芳 陈月飞 王晓映

“江苏政务微博群正式亮相，欢迎关注！总有一个政务微博是你的size！”7月5日早上8时18分，没有任何仪式，江苏政务微博群在新浪悄然上线，66家成员单位进驻。

按照省委宣传部的计划，在今年9月、11月和年底这三个节点，还将有大量政务官微进驻省级微博群。

政务微博集群化成趋势

江苏的政务微博一直玩得不错。截止到今年5月，全省已有3986个政务新浪微博，位居全国第一。加上实名认证的官员个人微博2000多个，我省政务微博数量占全国总量的1/10。

集群化则是政务微博的发展新趋势。早在2011年，南京就开通了南京微博广场，200多个政务微博齐聚一处，成为政务微博群的首个吃螃蟹者。去年10月，“无锡发布厅”政务微博群上线。徐州日前也开通了“徐州发布厅”微博群，共有86家成员入驻。

首批入驻省级微博群的，有17个省级账号，除“微博江苏”、“江苏省人民政府”外，有9家厅局和省级国企：省公安厅、国土资源厅、省环保厅、省工商局、省新闻出版局、省气象局，团省委、省妇联、省电力公司。此外6家是省级机关下属民生单位、官方社团官微，如“江苏省高校招生就业指导中心”、“江苏志愿者”“江苏省学生联合会”等……

9个省辖市的10个官微账号进驻，分别是，南京、苏州、无锡、常州、扬州、泰州、南通、宿迁（两个微博）、徐州。县区共有30个官微进驻。

地方行业账号有9个。记者注意到，这些账号并不以行政级别考量，全部是富有影响力的“大腕”官微。纪委一家，乃南京市纪委“钟山清风”，其他都是公安微博，从大名鼎鼎的“江宁公安在线”到常州市新北分局罗溪派出所的“老戴服务站”。

长期担任新闻发言人培训专家的外交部新闻司参赞邹建华认为，开通政务微博群有利于形成政务微博的合力和“集团效益”，“群”可以克服以前政府网站之间互不往来的弊端，形成政务微博矩阵，通过发布信息、增强相互之间的互动，提高集群效应。

新浪江苏政府事业部总监龚剑评价到，江苏将官微集纳一处成立微博群，有利于打造一个地区在新媒体世界中的整体形象，这也标志着江苏政务微博进入了系统的规划建设阶段。

名博是怎样炼成的

进入江苏微博政务群首页，66家成员单位的最新资讯不断涌入“大屏幕”。在媒体担任政务记者的陈先生很开心，以前他为了及时获得全省各地资讯，必须关注无数单个政务微博。现在只要登录微博群，各地政务资讯就可一网打尽。

微博集群，固然具有规模效应。然而假如单个微博不具活力，集群也会变成空荡荡的“客厅”。政务微博成功的关键，在于政务性质与百姓需求紧密结合。

“南京发布”影响力稳居全国政务微博前十名。拥有267万粉丝的“南京发布”，已经成为该市发布权威信息、回应重大突发事件的第一信息来源。“南京发布”总编辑潘涛告诉记者，在喧嚣热闹的微博社会，他们坚守两个“不为”。不为“排名”：不倚重粉丝数、转评数，注重政务信息的原创数量、传统媒体的引用频度、新闻议程的引导程度；不为“个人”：政务微博的发布者是一个人，但不等于是个人微博，不能被个人情绪、观点所左右。

@江宁公安在线，一个县区级公安微博居然在“全国政务微博影响力”中排名第九。这个微博的两大法宝是“卖萌”和“原创”。“萌”系的语言风格，为“警察蜀黍”网罗了大量年轻粉丝。只会和网友套近乎不是真本事，“江宁婆婆”（网友昵称）的过硬在于大量原创图文。最近南京雷雨频频，微博维护者王警官上街巡逻，一条只发了一半的微博让粉丝们好一阵担心：“江宁婆婆”是不是掉进水沟了——这样的警民关系多么美好！

连续两年获得“全国最有影响力政法微博”的徐州司法局 12348 官方微博，曾经陷入“心灵鸡汤”的转发。该局办公室副主任祝德媛告诉记者，在告别一味追求粉丝和转发量的表面热闹后，司法局主动“细分”市场，并开通微信，为百姓提供一对一服务。“微博主要对外宣传，以一些面上的方针政策为主，微信以个人服务为主，从两个角度共同服务群众。”祝德媛相信，踏实运用这些新媒体，徐州司法局能在百姓心中扎下根。

从汇报到传播，官微还需放下身架

仔细浏览已经入驻江苏政务微博群的 66 个微博，可圈可点处固然不少，但也发现一些共性问题。政务微博从“有没有”迈向“好不好”，还有不少路要走。

有些政务微博“不务正业”。“心灵鸡汤”、“百科全书”类内容过多。例如“江苏共青团”微博，最新发送的 45 条微博中，只有 4 条与自己的管理范围相关，而且还是转自其他微博。

微博互动太少，信息更新少。如“海门发布吧”，首页互动全部都是个位数。而相比起基层微博，省级微博互动更少。

播报内容脱离群众，政务微博办成了政府网站。如“省国土资源厅”的首页微博，国家、部、厅领导活动、会议播报占据三分之一还多；转发内容集中在中国国土资源报官微上，关注点狭窄；新发布的国土政策，只有链接而无解读，缺乏服务意识。

中国传媒大学媒介与公共事务研究院侯锆分析，以上三种现象究其实质还在政务微博的定位不明确。关键在于领导要转变观念，意识到传播力是极为重要的行政能力，要俯下身去将曾经擅长的汇报变成传播。

侯锆说，大部分微博管理员并不掌握一手的政务信息，不了解决策过程，领导不充分授权，他就难以发布有用信息，无法和有效粉丝互动。这就要求有整套制度支撑。比如“钟山清风”微博背后，是南京市纪委整个宣教团队 24 小时维护，支撑各类内容的则是全部纪委系统，有严格的微博回应制度，最快曾创造过微博举报 9 分钟回应速度。

“开官微后，最大的启发是党委政府如何放下身段，你端着架子，网民会骂、会取消关注，官微形同虚设。官对民应有这样的‘求粉’意识。”“钟山清风”维护团队的话，应当为所有政务微博所鉴。