

# 政务微博中政府形象塑造的问题与对策研究

朱青

(湖南大学, 湖南省、长沙市, 410082)

**摘要:** 政务微博的出现离不开社会、制度和技术等因素的共同推动, 它具备了作为社会化网络媒体的所有微博的共性, 同时又因其主体的特殊性与一般微博有很大不同。因此, 本文以政务微博为研究对象, 立足于政务微博中的政府形象塑造, 并对当前政务微博发展过程中政府形象所出现的问题进行了归纳分析, 最后有针对性地提出政务微博中政府形象塑造的基本对策, 比如: 明确政务微博的定位, 塑造服务型政府形象; 建立科学的微博运营机制, 塑造高效的政府形象; 培养专业的微博管理团队, 塑造专业的政府形象; 掌握舆情应对技巧, 塑造责任型政府形象。

**关键词:** 政务微博; 政府形象; 对策

**中图分类号:** C93      **文献标识码:** B

## 第一章 绪论

### 1.1 选题背景

国家行政学院电子政务研究中心已连续三年发布的年度中国政务微博客评估报告。报告显示, 2011年堪称中国“政务微博客元年”, 政务微博客进入了爆发式发展阶段; 2012年, 我国政务微博账号数量已经超过17万个, 较2011年底相比增长近2.5倍, 并着眼于落实政府职能的微博建设; 2013年, 中国政务微博客正在从以信息发布、信息公开为主向深化政民互动、提升为民服务的方向转变。可见, 微博对于政府而言, 是一种政府与公众之间交流互动的趋势, 也是一种诚意与智慧的象征, 政务微博把民智、民意汇集在一起<sup>①</sup>, 便能取信于民, 才能善以智慧治世。因此, 政务微博的出现, 为政府形象的塑造提供了新的思路和渠道。

### 1.2 选题意义

20世纪70年代末80年代初, 一场“新公共管理运动”对政府的形象提出了全新的要求, 新公共管理理论提倡政府共管理部门应该像优秀的企业管理那样, 将服务质量、服务效率放在第一位<sup>②</sup>。可见, “新公共管理运动”旨在建设“服务型政府”, 要求政府在角色的扮演上以及政府与公众间关系进行转变。

自20世纪90年代后, 我国便进入了网络化时代, 电子政务作为一种政府处理其与公众间的关系的新型组织管理模式便随之产生, 这种“新型组织管理模式”也可以称之为一种政府与公众间的“网络办公形式”, 而随后电子政务启用微博办公, 因为微博具有发布快捷、传

<sup>①</sup>殷俊, 何芳. 微博在我国的传播现状及传播特征分析[N]. 河南大学学报(社会科学版), 2011年第3期.

<sup>②</sup>陈振明. 评西方的“新公共管理”范式[J]. 中国社会科学, 2000年第6期.

播迅速、即时报道的优势，同时给人们平等的发言权，加强政府与公民之间的互动，提高工作效率和办公质量，同时可以实现办公透明化。微博是一种具有无限潜能的民主治理形式，是政策实施手段多元性、灵活性和公平正义性的反应，同时微博为电子政务进一步完善和发展服务型政府管理治理体系增添了新渠道和方法<sup>③</sup>。政务微博的影响力将逐渐增大，成为承载公共舆论、传播政务信息的重要平台，在传递真情、探寻真相、还原本真的过程中，不断提升政府证明积极的形象，促进社会的进步与繁荣<sup>④</sup>。

可见，政务微博的发展正是顺应了“新公共管理运动”的要求，在建设“服务型政府”、重塑政府的形象和处理政府与公众之间的关系上发挥着不可磨灭的作用。然而，政务微博的发展过程中仍存在着一系列的问题，如果说这些问题未能有实际的措施去解决的话，势必会影响政府形象。显然，浅谈政务微博中的政府形象塑造是一个值得探讨的课题。

## 第二章 概念界定

### 2.1 政府形象

政府形象是政府这一巨型组织系统在运作中即在自身的行为与活动中产生出来的总体表现与客观效应，以及公众对这种表现与客观效应所作的较为稳定与公认的评价<sup>⑤</sup>。所谓政府形象，是政府的整体素质、综合能力和施政业绩在国内外公众中获得的认知与评价，这种认知和评价具体反映为政府在国内外公众中的知晓度和美誉度<sup>⑥</sup>。

不难看出，政府形象既具有客观性又具有主观性，是主客观因素共同作用的结果。一方面，作为行政主体的政府及其行政行为是客观的一种存在，它构成了政府形象的基本。另一方面，这些基本形象必须通过大众传媒的传播来获取社会公众的评价，而公众的评价不可避免地带有主观性和感情色彩。所以，政府形象是政府、媒体、社会公众三者之间动态的平衡，而大众传播媒体是塑造政府与社会公众关系的重要力量。政府要想获得良好的公众认知，就必须处理好政府与公众的关系，注重政府形象的塑造与传播。

### 2.2 政务微博

安徽省委党校崔学敬认为，政务微博就是政府部门及其官员开设的主要用于倾听人民心声、诉求，排解与政府管理有关的实际问题，传达党和政府的声音、及时公布相关数据和事件，从而进行网上知晓、网下解决问题的相关微博<sup>⑦</sup>。李雅认为政务微博是指政府机构及其工作人员在主流门户网站上开设的微博，功能主要以政务公开、听取民意、回应质疑、表达

<sup>③</sup>王天宜. 电子政务发展中的微博功能研究[J]. 当代经济, 2003年第2期.

<sup>④</sup>何芳. 试论政务微博对政府形象的提升[J]. 新闻爱好者, 2012年第8期.

<sup>⑤</sup>胡宁生等编. 中国政府形象战略[M]. 北京: 中共中央党校出版社, 1998.

<sup>⑥</sup>车佳益, 赵泽洪. 政务微博中的政府形象塑造[J]. 理论导刊, 2012年第10期.

<sup>⑦</sup>崔学敬. 我国政务微博的现状、问题和对策[J]. 党政干部学刊, 2011年第11期.

观点为主<sup>⑧</sup>。

归纳来看，所谓的政务微博，就是政府部门及其工作人员因公共事务而开设的微博。而微博从本质上讲，是一个靠信息技术支撑的平台，政务微博则正是利用新的信息化手段，为政府服务人民创建了一个新的平台，从而推进政府工作。

### 2.3 政务微博与政府形象

公众对政府形象的认知是主客观共同作用的结果。一方面政府行为是政府形象的客观存在，另一方面，政府行为在长期与社会公众的接触过程中被公众所接受，反应到公众的脑海中，形成了公众对政府形象的认知。在微信平台这一开放、自由的环境下，网民通过政务微博的“评论”功能对政府行为表达自身的态度和观点，达到向政府传递诉求的目的。而政府通过网民的评论了解网民的意见与态度，及时地运用政务微博的“回复”功能与网民沟通，在听取网民的意见诉求和建议的同时，也向网民传递着服务型政府的执政行为和执政理念。在这样的互动过程中，由于信息是直接、即时的，能够将政府的行为无时无刻地反映在公众的脑海中，减少了大众传媒在传播过程中由于信息的失真或信息不对称而产生的公众对政府行为认知的盲区，避免了公众认知的主观性与片面性，以及对政府形象的误读。

同时，政务微博通过对政府形象的全面展示和主动解读，有利于政府虚态形象的消除，能够促进社会公众对政府形象形成真实合理的认知，即形成政府的实态形象。政府也因此提升了自身的行政效率，加强了自身的执政能力，在社会公众的心目中塑造了真实、亲切的政府形象。

综上所述，政务微博以其即时性、互动性、权威性等特点，在信息的传播以及官民沟通、服务群众方面架起了桥梁，不仅参与了传统媒体对政府行为的解释和传播，更是主动地进行议程设置和形象传播，而且在政务微博发展中提高了政府自身的素质和服务的改进，有效地改善了政府形象，是塑造良好的政府形象的新途径。

## 第三章 问题探究

目前，政务微博在发展中陷入了瓶颈，存在着很多的问题。这些问题的存在都不利于塑造良好的政府形象，具体表现如下：

### 3.1 功能定位模糊

政务微博本身应该是一个政府获取民情、了解民意的平台，但由于对政务微博的认识和定位不清，使得一些政府机构及其官员跟风或是为了应付要求设立政务微博，从而出现了一大批的“僵尸微博”；也导致了政务微博盲目地追求粉丝量，忽略微博的内容和机制建设；此外，大量政务微博在发布内容和使用话语上模糊了私人性和公共性的界限，淡化了政务微

<sup>⑧</sup>李雅. 从政务微博看政府信息公开的发展[J]. 电子政务, 2012年第4期.

博的公共性质，容易给网民造成混乱感和不适感。最终使得政务微博不能发挥其所代表的机构或官员的业务功能，从而造成既不能促进部门业务、管理服务的提升，也无法满足广大微博用户的诉求。

### 3.2 规章制度缺失

政务微博作为新生事物，未来发展具有不确定性，其管理和运行的体制机制至今尚未建立健全，对于如何发布信息、发布哪些内容、如何答复网民、引导舆论等都缺乏制度性规范。由于没有明确的规章制度做保障，就会出现信息的发布和回应不及时、不规范等现象，而这些都给我们掌握微博舆论话语权、主导权，维护微博问政秩序和网络信息安全带来新的风险。

### 3.3 微博管理能力不足

目前，很多政府部门都缺乏成熟的、专业的微博管理队伍，取而代之的都是一些临时性的、被指派的、非专业人员来负责政务微博的运营。但政务微博面临的却可能是立场和意见不一的网民，他们对信息的敏感性和挑剔性很容易酿成舆论的风波。而且政务微博在信息化大发展中，相当于政府部门的另一个发言人，政务微博的影响范围和影响力度都大大超过了现有的个人微博，因此微博管理团队的素养和能力的不足会直接影响到政务微博的建设质量，也会使政府形象大大受损。

### 3.4 舆情应对能力不足

网络舆情突发事件回应能力的有限是政务微博塑造积极政府形象的一大瓶颈。主要表现在舆情监测能力的不足、舆情引导能力的不足两方面。

#### 3.4.1 缺乏舆情监测能力

微博最强大的功能是“关注”与“评论”功能，通过“关注”你可以了解到被关注人的状态，而自由“评论”功能则为自己的意见表达提供了渠道。目前，大多数政务微博虽然“被关注”有所提高，有的甚至在受众人数上突破了十万以上，但仍然缺乏主动“关注”，大多数的主动关注只是介于部门与部门之间，上下级之间，这就对政务微博的搜集舆情、监测舆情功能形成了障碍。政务微博对舆情的监测往往只是通过微博系统的提示功能，从而导致了监测舆情工作不彻底性，无法第一时间发现舆情，及时应对。

#### 3.4.2 缺乏舆情引导能力

政务微博作为政府的网络发言人，不仅要发布事实性信息，还要适时地发布意见性信息和情绪性信息。绝大多数政务微博在舆论引导能力上都比较薄弱，尤其是面对突发性事件时，一些政务微博在面对舆情事件时，仍然采取传统的强制的“封”和“堵”模式，而不去引导舆论、疏导网民的负面情绪；另外一些政务微博又怯于发言，甚至在“鸵鸟心态”的作用下选

择沉默和失语<sup>⑨</sup>。如此，舆论危机出现时，强制“封”和“堵”只会让舆论更猛烈，而沉默无疑会让政府陷于被动局面，一方面谣言的大量滋生和传播会扩大舆论危机的影响范围和影响力度；另一方面，这种在危机来临时装聋作哑当僵尸的举动无疑会否定平时形象维护和塑造的所有努力。

## 第四章 对策分析

### 4.1 明确政务微博的定位，塑造服务型政府形象

政务微博的设立和发展应该始终有着明确的定位。首先是职能上的定位。政务微博是作为政府推行工作的一个新平台，就必须围绕该部门的职能展开工作，才能完善政务微博的内容和机制建设，才能发挥办实事、为民服务的作用。其次是服务上的定位。政务微博为政府与公众沟通和互动构架了一座桥梁，那么政务微博就要在完善其沟通机制的同时，通过深入了解社会公众的所思所想以及个性需求，再结合自身功能特色，发掘部门政务微博的工作重心，明确政务服务范围，确保整个政务微博的运作都围绕定位展开，如此才可能取得切实的效果，塑造亲民的政府形象。

### 4.2 建立科学的微博运营机制，塑造高效的政府形象

政府微博如果仅仅作为一个信息平台，占据它的信息优势，就只能停留在技术层面，无法上升到管理层面，作为新型政府的公共管理工具，作为社会治理的创新平台而发挥其效用。所以，政务微博的管理必须要依靠规章制度来约束，通过制定相应的管理措施，把政务微博的开设、运用、管理等，形成一种规范和制度。

#### 4.2.1 实行领导负责制和工作考核机制

实行领导负责制，一方面可以更好的协调各方面资源使其更好地为政务微博所用，提升了政务微博团队的工作效率，很大程度上能够避免意见失序的风险。另一方面，实行领导负责制能够增强政务微博的回应能力，降低“快发布”下的表达风险。<sup>⑩</sup>

同时，建立政务微博问责制，有利于树立高效的负责任的政府形象。从政务微博出现以来，僵尸微博、作秀微博常常出现，在一定程度上引起了公众对政务微博的抵触和质疑，这些不作为的微博严重损害了阳光政府形象，服务型政府形象。完善政务微博考核机制，对不作为或者乱作为的机构和个人进行问责，是修复塑造政府受损形象、维护政府公信力的有效手段。

#### 4.2.2 健全内容发布机制和信息采集制度

微博最大的特性是“快”，内容发布快、传播快、阅读评论快。这种实时性决定了政务

<sup>⑨</sup>关清. 政务微博对政府形象的塑造和传播[D]. 安徽大学, 2012.

<sup>⑩</sup>胡锦. 政务微博对政府形象构建和传播的作用[N]. 淮海工学院学报, 2014年第5期.

微博要建立时效性很强的服务类信息的发布机制，要突破行政部门层层报批的规制限制，需要有一整套与之相适应的内容发布机制。同时，要建立信息采集制度，及时将其中有价值的信息整理报送职能机构和决策者；形成民意直通车，减少中间环节，提高行政效率。

#### 4.2.3 设立信息公开机制

政府信息是否公开、透明，直接关系到人民群众对政府是否信赖。只有坦诚的信息公开，才能有效地制止流言，让公众更加理性，增加对政府机构的信赖。作为即时信息交流平台，微博真正实现了各个阶层之间、群体之间的交际和联通，政府能在微博环境中充分认识到每个公众个体的存在，也能通过关注和了解公众诉求，形成对社会的整体认识，通过互动充分了解民意，与公众交流。

同时，政务微博的开通是政府信息公开的一座重要里程碑，有利于政府职能的转变和信息公开，在微博环境中，要求政务微博的管理者将整个行政系统的事务完全暴露在公众的视野中，消除了公众对政府执政权力的神秘感。政务微博的发展进一步推进了政府信息的公开化和透明化，让掌握大量信息的政府部门之间实现跨部门的交流，而政务信息公开力度的提高将进一步加快政务微博在全国范围内的普及，有利于提升政府的行政效能。

#### 4.3 培养专业的微博管理团队，塑造专业的政府形象

政务微博不同于私人微博，它代表着政府形象和政府行为。所以，在政务微博的日常管理和维护工作中的人员配备，一应该是配备专人负责，不可由从事其他工作的人兼管；二是可以根据微博粉丝的数量具体安排负责人的人数，考虑机构人员数量的问题，可以采取一人专门负责，另外也可以采取数人轮流予以协助的举措。同时要对政务微博的负责人进行实时培训，使其对于政务微博写作、发布的特性有所了解，紧跟政务微博的发展潮流。然而更应该引起重视的是政务服务内容方面的革新。未来的政务微博将走向业务聚合的移动平台，公众不仅可以通过关注官方微博的形式了解官方信息，还可以在对现有技术的充分利用和二次开发的基础上进行所需信息的查询，实现政务与服务的无缝对接。所以提高政务微博管理团队的网络素质和业务能力，不仅增强了各政务微博管理员之间的协同性，还加强了政府与公众之间的互动性。

#### 4.4 掌握舆情应对技巧，塑造责任型政府形象

##### 4.4.1 慎报原因、速报事实，主动掌握舆论

首先，政务微博在报道突发舆情时必须基于事实，客观地阐述事件原委，还原事实真相，确保报道的真实性与客观性。同时，在信息高速传播的舆论环境下的政务微博应快速对突发舆情做出回应，及时发布突发事件的进展情况，以表明政府对事件的重视，勿沉默回避。其次，作为政府部门发言门户的政务微博需清楚自身定位，在权威部门确定调查结果之前不能对事件发表定性言论，基于舆情谨慎表明立场。客观全面地表达事实才能维护政府公信力，

谨慎表明态度立场才能避免政府陷于舆论的被动，掌握舆论的主动权。

#### 4.4.2 缓解公共情绪，表明决心

微博作为社交新型网络产品为广大用户提供了巨大的虚拟公共领域，公众在自由广阔的平台中表达情感，宣泄情绪。尤其在突发舆情后，群体舆论极端化可能引起民众的负面情绪积聚，这给政务微博的报道和回应提出了挑战，此时政务微博就需要速报事实坦诚回应，切勿隐瞒沉默，放低姿态用诚恳的态度争取公众的理解，赢得认同，同时表明解决问题的决心和信心，只有这样才能积极地排解公共情绪，维护政府的以民为本的良好形象。

### 结论

政务微博的出现无疑给政府形象的塑造与传播带来了新的机遇，那么政务微博中的政府形象塑造这个课题，显然是值得研究的。我们通过研究发现，当前政务微博的发展中出现的一些瓶颈，比如功能定位模糊、规章制度缺失、微博管理能力不足、舆情应对能力不足等问题，都严重影响了我国政府形象的塑造。所以，本文针对这些问题，提出了一些基本的解决对策，分别是：明确政务微博的定位，塑造服务型政府形象；建立科学的微博运营机制，塑造高效的政府形象；培养专业的微博管理团队，塑造专业的政府形象；掌握舆情应对技巧，塑造责任型政府形象。

## 参考文献

- [1] 殷俊, 何芳. 微博在我国的传播现状及传播特征分析[N]. 河南大学学报(社会科学版), 2011年第3期. 陈振明. 评西方的“新公共管理”范式[J]. 中国社会科学, 2000年第6期.
- [2] 王天宜. 电子政务发展中的微博功能研究[J]. 当代经济, 2003年第2期.
- [3] 何芳. 试论政务微博对政府形象的提升[J]. 新闻爱好者, 2012年第8期.
- [4] 胡宁生等编. 中国政府形象战略[M]. 北京: 中共中央党校出版社, 1998.
- [5] 车佳益, 赵泽洪. 政务微博中的政府形象塑造[J]. 理论导刊, 2012年第10期.
- [6] 崔学敬. 我国政务微博的现状、问题和对策[J]. 党政干部学刊, 2011年第11期.
- [7] 李雅. 从政务微博看政府信息公开的发展[J]. 电子政务, 2012年第4期.
- [8] 关清. 政务微博对政府形象的塑造和传播[D]. 安徽大学, 2012.
- [9] 胡锦. 政务微博对政府形象构建和传播的作用[N]. 淮海工学院学报, 2014年第5期.



## The study on problems and strategies of government image shaping in E-governmental blog

Zhuqing

(Hunan University, Changsha/Hunan, 410082)

**Abstract :** The social, institutional and technological factors jointly promote the emergence of E-government blog. It has the common feature of all the blog in social network media. At the same time, because the particularity of its subject is quite different from general blog. Therefore, the paper will focus on the government image in E-government blog. And with the development of E-government blog, there are some problems of government image, so we will analyze in detail. In the end, the paper will put forward some basic strategies. For example, clearing its positioning to shape the service-oriented government image; establishing scientific blog operation mechanism to shape the efficient government image; cultivating professional blog management team to shape the professional government image; Mastering public opinion coping skills to shape the responsible government image.

**Keywords:** E-government blog; government image; strategies