

文章编号:2095-0365(2012)03-0086-04

论地方政府官员微博的公信力

杜莹¹, 武文静², 王凤飞¹

(1. 河北经贸大学 学报编辑部, 河北 石家庄 050061;
2. 河北经贸大学 人文学院, 河北 石家庄 050061)

摘 要: 地方政府官员微博作用的有效发挥, 依赖于微博公信力的树立, 但目前我国地方政府官员微博仍存在形式主义、微博内容不合网民期待、以官方姿态对待网友、格调不高等问题, 很大程度上影响了民众对官员的信任, 阻碍了官员微博功能的良好实现。因此, 从官员修养、网民互动、信息发布、微博经营等方面着手, 提高地方政府官员微博的公信力和影响力。

关键词: 地方政府官员微博; 公信力; 官员修养; 微博经营管理

中图分类号: G206 **文献标识码:** A

一、公信力对地方政府官员微博的意义

自2009年8月新浪微博内测版推出以来, 微博在我国取得迅速发展, 各级地方政府官员相继开通微博, 在了解民意, 聚拢民心等方面起到巨大的作用。由于微博具有良好的开放性、便捷性、互动性和即时性的优点, 目前, 党政机关的官员开通微博已经成为一种趋势。根据新浪微博2012年3月公布的数据, 目前该平台上的官员微博已达1 503个, 比2011年11月底增加了67%。官员微博的迅速发展, 使微博成为言论表达的新平台、参政议政的新工具以及政府和各级官员管理社会的新手段, 阳光执政、互动执政的新方式。

微博作为一种个人媒介, 其放大个人声音的能力是十分巨大的。有人将微博的传播比喻为“蜂巢式传播、病毒式传播, 指微博在人际传播的基础上通过关注与被关注, 形成了核裂变式传播的能量。”^[1] 微博迅速的传播方式, 使得广大网民可以在第一时间获知地方官员微博发布的内容, 并经过转发、评论等方式, 快速传播到各个角落。

由于地方政府官员身份的特殊性, 往往具有

比普通民众更大的影响力, 他们发布的微博更能引起社会的关注。地方政府官员通过微博成为社会舆论引导者的同时, 也常常成为舆论的焦点。基于微博传播的快捷性和其影响的广泛性, 地方政府官员必须对自己的微博给予高度的重视, 树立起良好的公信力, 从而使官员微博发挥正确的导向作用。在以往的微博事件中, 民众在对政治制度信任的同时表现出对官员个体行为的不信任, 在对中央政府信任的同时表现出对地方政府的不信任。所以, 加强对地方政府官员微博公信力的建设十分必要。

依据《现代汉语词典》的解释, 公信力即是公众信任的力量。公信力是指在社会生活中, 公共权力面对时间差序、公共交往以及利益交换表现出的一种公平、正义、效率、民主、人道、责任的信任力。地方政府官员微博的公信力可以理解为地方政府官员微博具有的使公众信任的力量。官员微博公信力的影响因素主要包括信息的真实、全面、及时, 内容的思想高度, 官员个人的素质修养等方面。官员微博的公信力对其发展和作用的有效实现具有重要的意义。

收稿日期: 2012-08-26

基金项目: 河北省社会科学基金项目(HB12DD012)

作者简介: 杜莹(1958-), 女, 教授, 研究方向: 新闻伦理学、经济伦理学。

(一) 公信力是地方政府官员微博的生命力

正如真实是新闻的生命一样,公信力是地方政府官员微博的生命力。地方政府官员是当地百姓的父母官,他们的决策直接决定百姓生活中的各种利益,因而他们也多为百姓所关注。可以说,官场是一个十分敏感的地方,官员身份的特殊性加上微博的公信力和影响力,地方官员在微博上的失误足以将一个人或一件事推到风口浪尖,使得公众对官员的不满和质疑加深。官员微博的言论影响着官员个人的形象,官员形象的好坏直接影响到政府的形象,人们往往根据官员的形象来判断政府的形象,而地方政府官员的形象,又与官员发布的微博的公信力紧密相关。有了公信力,才能赢得网民的信任和信赖,官员微博才能建立起良好的信誉,取得更多网民的关注,听取到更多网民的声音和意见。

(二) 公信力是地方政府官员微博发挥作用的保障

地方政府官员微博作为政务微博的重要组成部分,具有特殊的现实意义。不同于党政机关微博与生俱来的权威性,官员个人微博的公信力主要来源于日常积累的声誉。只有树立起良好的公信力及权威性,才能赢得网民的关注和支持,地方政府官员微博才能更好地发挥作用。

一般认为,官员微博除了表达官员自己的声音外,还承担着公开政府信息、答复群众疑问、处理群众投诉等责任。这些功能的发挥,都需要公众的信赖作保障。官员微博缺失了公信力,群众便不愿通过微博反映问题,而是另谋渠道。官员微博也就失去了存在的最重要的价值。

二、地方政府官员微博公信力缺失的表现

近年来,微博作为地方政府官员比较青睐的一种新型媒体,在传播党和政府信息,聚集民智、民意,引导舆论等方面发挥了重要作用,成为网络问政的新形式。特别是2010年以来的两会期间,官员微博更是广集议案提案,受到公众的关注和支持。但也不可否认,许多地方政府官员微博在公信力方面仍然存在不足,主要表现在以下几个方面:

(一) 形式主义,空壳微博频现

有相当比例的地方政府官员把微博当作一种追赶时髦和讨巧的工具。开通微博不久便不闻不问,对其置之不理,既不及时更新微博内容,又不回应网友反映的问题,沦为了“空壳微博”。有人质疑,“官员开微博很多时候并不是他自己操作,而是秘书代为行使‘职责’,本人发表的观点甚少,甚至就一句‘你好’”。^[2]

获得新浪微博身份认证的名为“hangq”的微博用户,其认证身份为“江苏泰州市委秘书长”,于2010年开通微博,但其微博数却只有6条。首条微博2010年1月14日发布的“大家好”,到同年3月转发两条微博后便再也没有更新。这种现象并非个例,不少官员开通微博后便选择“潜水”或穿上“马甲”。不少网友指出,与当年的政府网站和博客一样,官员在一窝蜂似的开通之后,大量官员微博便被“打入冷宫”。

在考量“微博信访”的现实功能方面,有纵横两个参照物,一是微博反腐,即把微博作为制约监督平台,二是“市长信箱”和“民生热线”。但不幸的是,这两种途径中都更新甚少,多数官员微博回复不及时或千篇一律,引起部分网友的不满。空壳微博的出现导致了部分微博访问者甚少,使官员及所在政府机构的公信力受到重大影响。

(二) 地方政府官员微博内容与网民预期存在差距

由于历史原因,我国民众对官员普遍具有一种青天情结,对官员有着较国外更多的期待。虽然官员是以个人身份出现在微博上,但在普通民众眼中,他们不仅代表着自身形象,同时也代表了所在政府部门的形象。基于民众的期待,地方政府官员微博发布的信息内容应该包括以下三个方面:一是告知类信息。主要是指官员的个人行程,所在单位的最新动态,本地的突发事件等,目的在于使公众及时了解政府决策,便于进行监督。二是互动类信息。这类信息主要在于吸引民众对某些问题进行讨论、交流。例如两会期间官员通过微博向民众征集议案提案。互动性信息有助于拉近官民距离,提升官员及相关单位的形象。三是反馈类信息。即针对网民提出的问题给予解释和回答,帮助网民摆脱信息的不确定性,消除自身的疑问,使官员微博真正做到有助于民。

在官员微博中往往存在着一种矛盾,“即发布信息与宣传自己的矛盾”。^[3]即使是办得较好的云南省委宣传部副部长伍皓的微博,也有相当比例的表达自身价值观的内容,这类信息与民众的期待具有一定的差距。此外,许多官员微博还存在信息发布不及时、不全面、不真实的问题。虽然部分官员微博在发布量上达到了要求,但在信息质量上还有待提高。民众想知道的信息不公开,公开的信息民众又不想知晓,这也影响了地方政府官员微博的公信力。

(三)官方姿态,不能与网民平等对话

在我国,官民往往属于一种上下级的关系。“官员一向高高在上,对于普通民众来说,具有某种神秘色彩。官员与民众的这种关系形成了与之相适应的官民对话体系。”^[4]微博的出现很大程度上消解了这种不平等,使得话语权得到重新分配。但许多官员很难适应这种改变,在微博上发布信息时依然表现出日常工作中形成的官方姿态。

这种官方姿态主要表现在两个方面。一是微博内容的官方口吻;二是与网友互动的不足。虽然微博可以广开言路,问政于民,但是相当一部分官员在微博上仍旧习惯使用官话、套话、空话。微博如同政务公告,显得生硬和呆板,在无形中拉远了官民之间的距离。在与网友的互动方面,许多官员显示出不足,更有一些官员甚至关闭了微博的评论功能。对于网民提出的问题,部分官员充耳不闻,不予回复。同时,官员微博的粉丝数与关注人数之间也存在着巨大的差异。许多官员微博拥有数万粉丝,但其关注者却寥寥无几,这也从一个侧面反映了官民之间的不平等。

(四)定位模糊,格调不高

虽然地方政府官员相继开通了微博,但从总体上看,仍有部分官员对微博的定位缺少清晰的认识,影响了微博的使用效果。相当一部分官员并没有把微博当作一种常态化的工作对待,也没有将微博视为问政于民、树立自身形象的工具。这主要表现为信息发布不及时、更新无规律,在发生突发事件时,尤其是发生与官员自身或所在政府部门相关的突发事件时,官员往往不能积极应对。

微博作为树立官员自身或所在政府机构形象

的渠道之一,许多官员并不能充分利用和发挥这一功能。虽然绝大多数地方政府官员在微博说话如履薄冰、中规中矩,但也有部分官员不能做到这点。据新浪新闻2011年6月21日发布的一则消息,2011年6月20日一微博上出现“房卡怎么给我?我不到前台拿”“我拿好后送你”这样一来二去的打情骂俏开房信息。男女当事人的网名分别为“为了你5123”和“Y珍爱一生Y”,后经调查证实,双方分别为江苏溧阳卫生系统某局长和一名已婚女子。虽然此后该博主将当天发布到微博上的这类信息全部删除,但该事件仍旧引起网友的强烈“围观”,给当地政府形象造成较大的不良影响,该男子也受到严重处分。可以说,政府官员微博的一举一动都会吸引大量网民的目光,官员微博格调不高将造成很大的负面影响,降低地方官员微博的公信力。

三、提高地方政府官员微博公信力的策略

作为一种新媒体,微博本身并没有好坏之分,关键要看使用者如何对待它。只有官员合理利用微博,使其具有较强的公信力,才能更好地发挥微博的作用。而官员微博公信力的提高,需要官员自身和社会各界长期理智地对待微博。提升官员微博公信力的策略主要包括以下几个方面:

(一)提高官员自身修养,明确社会责任

官员微博公信力的高低,在很大程度上取决于官员自身的形象。我国历来具有重内容轻形式的传统,怎么做比怎么说更为重要。“微博上的问题发生在现实,发酵在网络”。^[5]地方官员微博公信力的塑造,不能只靠微博上的言论,更在于日常生活中积累的良好形象。

对社会的管理是一项复杂的工程,需要公众对官员的高度信任。有人认为,官员是国家事务的管理者,凡为官者应当是社会的精英。近年来,政府官员的公信力频频受到质疑,引起人们的关注。官员要明确自身的社会责任,以民为本,真正做到为百姓谋福利,这样才能使国家保持和谐的状态。对此,在现实生活中,地方官员应学会为官之道,想民之所想,急民之所急。具体应做到以下几点:

第一,不断提升自身的知识文化修养和执政

能力。地方政府官员是群众中的精英,只有具备渊博的学识和高度的政治觉悟才能具有处理各种复杂问题的能力。因而作为官员要勤于学习,多读书,多看报,多上网,了解我国传统文化的主要内容,掌握马克思列宁主义基本理论,懂得科学发展观,熟练掌握地方政府的各项方针政策,依据上级指示严格要求自己。

第二,地方政府官员应做到清正廉洁。有人认为,许多官员打着“执政为民”的旗号,却干着“执政为己”的事情,这种观点其实不无道理。官员贪污受贿之事常见报端,大大降低了百姓对官员的信任度和官员自身的公信力。因此,地方政府官员要做到为官清廉,不贪不占,耐得住清贫,守得住寂寞。要真正做到为官一任,造福一方。

第三,地方政府官员应当言行一致。部分官员喜欢说大话、空话、套话,思想上是巨人,行动上 是侏儒。作为地方的管理者,应当尽力完成对百姓的承诺,踏踏实实为人民办事。即使是网民在微博上的一些合理要求,地方政府官员也要尽量满足,这样才能赢得民众的信任和支持。

(二)推开“玻璃门”,加强官民互动

在地方政府官员发布的微博内容中,往往存在过多的单纯的工作动态和方针政策介绍。许多官员微博对网民的诉求敷衍了事,或者不予回答,或者答非所问。对于负面言论,部分官员微博采用封堵、关闭的强硬方式,这一方面影响了官员微博的公信力,另一方面也挫伤了网民的积极性。有学者总结,“微博的本质是服务,灵魂是互动。”^[6]对此,地方政府官员必须加强服务意识,增强与网民的积极互动。

地方政府官员微博必须树立民本意识,真正关注网民的切实需求,并结合现代社会需求的特点,细分微博群体,增强针对性。作为网络问政的平台之一,地方政府官员微博应当努力加强与网民的互动,积极回应网民提出的问题,尽量解决网民的合理需求,使官员微博摆脱“我说你听”的局限,走向“你问我答”“你说我说”的互动交流状态,达到相互沟通、相互理解的目的。

有人指出,网民并不需要官员微博能为自己做什么,他们需要的只是信息的互动和交流。地方政府官员只有做到对网民答疑解惑,解困谋利,才能真正树立起自身的亲民形象和公信力,得到群众的认可和信任。

(三)敢于发表个人见解,及时、全面发布相关信息

地方政府官员开通微博,往往面对着个人行为 and 公职身份之间的矛盾,基于对这种身份特殊性的顾虑,许多官员在微博上不敢说话,不敢发表太多个人意见,怕被网友批评指责。但这种态度更容易引起人们的不满。在网民心中,说总比不说要强。有人指出,“党政机关和官员微博的开设,就说明了相关机构和领导愿意将自己的信息公开于网上,这本身就会赢得网民的好感。”^[7]

地方政府官员微博不仅要及时公布自己的行程,让网民了解官员的日常生活状态,知道官员都干了些什么,还要将自己职权范围内可以公开的所在机构的最新动向公布到微博上,使网民更好地了解这些部门的工作情况。在表达个人意见和观点的同时,官员要准确把握官员个人和公职身份之间的关系,避免发布与自身身份相冲突的个性化观点,特别要注意不能挑战社会常识和伦理底线。官员应了解民众的需求,敢说敢言,面对网友的质疑应积极应对,多做解释,尽量避免与网友的激烈争辩,在无法解决问题时,政府官员应主动“休战”,做到求同存异。

官员微博直接代表着政府官员自身及所在党政机关的对外形象,所以,地方政府官员必须重视发言的语气和用词,努力提升与公众的沟通技巧。对此,入住腾讯微博的中共浙江省委组织部部长蔡奇表示,官员要重新学会说话,“不讲官话、大话,而讲白话,百姓听得懂的话,否则谁听你的?”正因为如此,他在微博上给自己贴的标签为“老童鞋”“苹果控”,并坚持每天发微博,坦诚、平等地与网民交流,这也是得到网民信任的首要前提。少说官话、大话、套话才能赢得网民的好感,树立起自身的公信力,增强自身的影响力。

(四)实名认证,注重微博管理

地方政府官员微博公信力的缺失,也与虚假官员微博的存在有很大关系。2011年出现的郭美美微博炫富事件就是一个典型的虚假官员微博事件。郭美美的认证身份为“中国红十字商业总经理”,后经调查证实与其真实身份不符。真相公布之后,网友依旧众说纷纭。这件事的出现也导致官员形象和官员微博公信力的大大受损。

2011年12月16日,北京市公布并开始实施

《北京市微博客发展管理若干规定》,明确规定不得制造虚假的微博客用户,在注册微博账号时,应当使用真实的身份信息,后台实名,前台自愿。新浪、搜狐、网易等各大网站全区实行实名制。但不难发现,注册认证的程序依旧十分简单,伪造身份信息的行为仍然存在。对此,笔者建议各网站官员微博参考党政机关网站设置专门的标志,统一认证标识,方便广大网民的辨认,以提高官员微博的公信力。此外,可以以地区为界,各级地方政府建立“微群”,将官员与党政机关微博组织起来,由宣传部门统一监督,协调管理。官员不仅可以宣传自己,也可以将官方信息链接到“微群”中,这样便同时达到自我宣传与加强政府透明度和公开性的目的,有利于官员微博公信力的提高。

在微博的经营管理方面,地方政府官员微博应谨慎操作,定期更新,及时查看并回复网友的留言。“官员微博加粉丝、加关注,需要考虑公众形

象。”^[8]对于具有色情、暴力以及商业性的人物或机构,不宜添加关注。在微博内容中,如果出现商业广告跟帖应当及时删除。这种维护举措十分必要,可以体现出官员对微博这个公共言论空间的重视以及对网友的负责。

此外,对微博的良好管理,离不开对网络技术的掌握。地方政府可以向官员组织开设微博的相关课程,使地方政府官员熟知微博各项操作的具体方法,做到准确地使用微博,避免因操作失误引起误会,影响政府官员微博的公信力。

总之,地方政府官员微博公信力的提高,需要官员自身与广大公众的共同长期努力。地方政府官员在日常的微博使用中,要时刻考虑到其特殊的身份和广大公众的真实需求,努力做到为人民服务、替人民办事。只有如此,才能提高百姓对官员自身及政府部门的信任,使地方政府官员微博真正成为互动执政的平台,构筑和谐社会的长堤。

参考文献:

- [1]罗佳.论微博时代的政府公信力建设[J].理论导刊,2012(3):48.
- [2]谢良兵,陈勇,马莉.政府机构和官员的微博热[J].理论导报,2011(7):5.
- [3]潘姝妹.我国政府微博现状分析及建设思考[J].今传媒,2011(6):111.
- [4]柯敏.浅析党政机构和官员微博的产生、发展与影响[J].今传媒,2011(6):107.
- [5]微博公信力的考量[J].政协天地,2011(12):49.

- [6]公信力是政务微博的生命力[EB/OL].(2012-05-04)中国日报网,http://www.chinadaily.com.cn/hqpl/zggc/2012-05-04/content_5827966.html.
- [7]给党政机构和官员微博的七点建议[EB/OL].(2011-03-26)人民网,http://www.people.com.cn/GB/209043/212786/14244765.html.
- [8]吴根平.我国政府微博发展的困境分析及对策思考[J].甘肃社会科学,2011(6):232.

Public Trust in Micro-blogs of Local Government Officials

DU Ying¹, WU Wen-jing², WANG Feng-fei¹

(1. Editorial Department, Journal of Hebei University of Economics and Business, Shijiazhuang 050061, China;

2. School of Humanities, Hebei University of Economics and Business, Shijiazhuang 050061, China)

Abstract: The effective achievement of the function of the micro blog of local government officials depends on the establishment of credibility of the micro blogging, but the micro blogging of local government officials still have a lot of problems, such as “formalism”, “the content of micro blog cann’t meet the expectations of the internet users”, “the official attitude towards others”, “low style” and so on. All these problems have affected the trust of people in the government and the achievement of the function of the micro blog. Therefore, we can improve the credibility and influence of the micro blog of local government officials from self-cultivation of the officials, interact of net-users, information dissemination, micro blogging operation and other aspects.

Key words: micro blogging of local government officials, Lack of credibility, Official’s self-cultivation, micro blogging operation and management

(责任编辑 杨继成)

论地方政府官员微博的公信力

作者：[杜莹](#)，[武文静](#)，[王凤飞](#)
作者单位：[杜莹, 王凤飞\(河北经贸大学 学报编辑部, 河北 石家庄 050061\)](#)，[武文静\(河北经贸大学 人文学院, 河北 石家庄 050061\)](#)
刊名：[石家庄铁道大学学报（社会科学版）](#)
英文刊名：[Journal of Shijiazhuang Railway Institute \(Social Sciences\)](#)
年，卷(期)：2012(3)

本文链接：http://d.g.wanfangdata.com.cn/Periodical_sjztdxyxb-s201203020.aspx