

# 公共能量场中政务微博的话语外化

谢元森

**摘要：**美国公共行政学家福克斯和米勒将公共行政的研究中存在的一系列不确定的现象学要素的集合称为公共能量场，强调公共能量场包含了公众关心的事，同时又是具有活力和能量的场，是表达社会话语的场所，公共政策通过开发性的对话模式在能量场中制定和修订。在公共能量场的视域中，中国政务微博主要呈现出话语外化和释放的特征，具体表现为话语主体平等化、话语内容娱乐化、话语形态碎片化和互动方式狂欢化。

**关键词：**公共能量场；政务微博；话语；权力

**作者简介：**谢元森，男，硕士生。（南京师范大学 新闻与传播学院，江苏 南京，210097）

**中图分类号：**G206.2      **文献标志码：**A      **文章编号：**1008-6552（2014）01-0022-04

从“随手拍解救被拐儿童行动”到“宜黄拆迁自焚案”，从“郭美美事件”到“北京特大暴雨”，从“723 动车追尾事故”到“微博直播雅安地震”，在每一次重大舆论公共事件中，微博几乎无一缺席。毋庸置疑，微博正以迅猛速度发展成为主流的网络媒体，在设置公共议程、推动社会运动等方面产生重要力量。

2011 年被称为中国政务微博元年，经过两年多时间，政务微博不仅在数量上保持持续增长，在覆盖面、微博质量、应用水平、综合影响力等方面也呈现出不断提升的趋势。政务微博作为推动社会管理创新的有效方式，受到越来越多的社会关注，也受到政府的支持及公众的认可。越来越多的政府机构与官员选择开通政务微博来传播信息，在 140 个字中体现话语价值，纷纷同谣言、流言展开竞赛，争夺公共舆论的“拇指话语权”，从而构建网络问政和政府施政之间的桥梁。当前对于国内政务微博的研究数量虽较多，但多为技术实证之论，易于陷入数据之泥沼，缺乏从本体和价值维度上的辨析和厘清，遑论在公共舆论方面展开形而上的思考了。

## 一、作为公共能量场的社会舆论

话语权是当今文化研究的一个热门话题，福柯指出，话语是人类思维活动的唯一工具，任何事物都是话语建构的结果，人和世界之间是一种话语关系。<sup>[1]</sup>如今我们常常提及的“话语权”，简而言之就是说话权，即控制和引导社会舆论的权力。话语权掌握在谁手里，决定了社会舆论的走向。

在政治学领域，查尔斯·J. 福克斯和休·T. 米勒认为，在公共行政的研究中存在一系列不确定的现象学要素的集合，那就是公共能量场。<sup>[2]</sup>他们指出，公共政策只是那些包含了公众关心的事，同时又具有活力和能量的场，公共能量场是表演社会话语的场所，公共政策在这里制定和修订。此处“公共”一词借鉴和混合了汉娜·阿伦特和尤根·哈贝马斯的公共领域概念，但能量场是一个比领域更为生动和贴切的术语。公共能量场不具有很强的抽象性，它包含着情境、语境以及历史性。<sup>[2](102)</sup>

从舆论的本体上来看，社会公共舆论便是典型的公共能量场。整个舆论环境中充满了类似于粒子物理学中的能量，即一种内在的力量，一种不论是否受到推动都起作用的作用力。在这个公共能量场里，各种话语之间产生碰撞和冲击，在这个特定的互动模式下，思想可以通过互动“广为流传”。因此，能量场的概念把人们的注意力直接引向语境，即真实的、生动的事件，也能把人引向建构理解过程的社会互动。<sup>[2](103)</sup>换句话说，作为公共能量场的社会舆论，它的本质在于不同观点的碰撞和多元利

益的交锋，从而产生具有推动力的能量，推进建构基于社会理解之上的良性社会互动。

回到政务微博，在网络舆情这一巨大能量场之中，话语权无疑是众多能量分子的外显之物。各路话语在相对平等的能量场中碰撞、角逐，共同遵守普遍理解的话语规则，共同参与关于公众议题的社区讨论。从这个角度看，当今中国政务微博在公共能量场的视域中，呈现出话语外化和释放的状态。所谓话语的外化和释放，即官方话语姿态的降低，官方话语权的下放，也体现在政务微博创造的一种可能性——官民交流加强，政务信息进一步公开，网络社会良性互动机制粗具雏形。

## 二、话语外化：政务微博成为不落幕的发布厅和服务站

据《2012年上半年新浪政务微博报告》，政务微博的开博数量整体上以月平均3500家的速度增长，相当于每天都有100多家新的政务微博诞生。人民网舆情分析室发布的《2012年新浪政务微博报告》显示，全国政务微博总数已超过6万，这还不包括在其他微博平台（如腾讯、搜狐）上的数据。2012年全国各地党政机构微博数量在各地都有较大涨幅，江苏、广东、浙江、山东4个省份党政机构微博数量处于前4位。我国政务微博仍持续全面发展，各部门微博绝对数量均有较多增长，在政务微博“TOP300”的行业分布中，司法类（54.5%）增长最快，其次为工商税务（50%）、交通（34.5%）、旅游（31.3%）、团委（28.6%）。<sup>[3]</sup>

在2012年，政务微博的“一站式”服务功能进一步提升。一方面是政务微博本身条块化现象有待进一步整合，机构微博、官员微博相互之间都需进一步提升协同性，也让网友问题反映渠道拓宽与方便。另一方面，基层微博和中央部委微博齐头并进，6万个覆盖了各地、各部门的基层政府机构和公职人员微博成为政务微博发展的中流砥柱，同时，包括外交部、公安部、卫生部、铁道部、商务部、文化部等在内的20个国家部委及下属部门积极开通微博倾听民意，体现了中央部委对“微博问政”渠道的重视。<sup>[3]</sup>

随着政务微博热度、活跃度以及社会影响力的持续提升，政务微博越来越走近普通人的日常生活，逐渐成为政府传递政令、网上办公、听取民意的新渠道，网民建言献策、立言维权、网络问政的新方式。2013年3月27日“南京7个污染企业疯狂排污致活鱼入水十分钟死亡”这一消息一经爆出，网友纷纷第一反应是在微博上“@”南京市委宣传部官方微博“南京发布”以“求证实”“求真相”。政务微博及时辟谣，沟通政民，逐渐发展成为信息的发布厅和生活的服务站，究其实质，是政务微博在公共能量场中话语的外化与释放。具体来说，包含话语主体平等化、话语内容娱乐化、话语形态碎片化以及互动方式狂欢化等四个方面。

### （一）话语主体：“官博”的“去官化”

在更大的文化和社会背景中，在后现代主义和后现代性的范畴之下，伴随着“现实”的隐退和超现实的产生，公共行政的研究本体论基础上已发生根本性变化，命令—控制型的官僚制不再是主导论题。<sup>[2](11)</sup>他们转而提出从公共能量场的新切入口对公共行政进行新的考察。在能量场中，各种话语的准入是免费且无门槛的，此前限制的、封闭的状态逐步转向开放性、自由化，此前强势的官僚性质话语历经嬗变，走向“去官僚化”。最终的结果正如福克斯和米勒说的：“假如公共对话不过是强者的角斗场，就必须有大家都能普遍理解的话语规则以及参与互动型讨论会的社区，在那里，不同的观点可以相互碰撞。”<sup>[2](152)</sup>

政务微博由政府职能部门开通，由政府工作人员负责运营和维护，所发布的内容代表着官方的立场和态度，这一切都源自它背后依托着政府的公共行政权力。因此，相比于一般网友的“草根”气，政务微博始终带着与生俱来的“庙堂”气息，政务微博表达的声音往往被默认是同级官方的态度。而另一方面，政务微博实际上是政府职能理念转换的创新之举，是对微博平台民间话语力量的重视与回应，是民间微观政治与国家宏观政治之间的互动。

政务微博主要的使命就是沟通信息,引导舆论,与民方便。因此,行政部门办的“官博”绝不能成为官本位的微博,而需要从庙堂的高位退下,融入济济网民当中。当然,“官博”的去官化也并非全盘放弃政务微博的官方背景,而是应该实现其话语主体的平等化、平权化。体现在政务微博的日常运营中,便是站在网民的立场思考、说话,用真诚的态度、热忱的服务,沟通政民,以建构政令畅通无阻、干群关系和谐的局面。

2012年7月底,由于担心日本王子纸业集团准备在当地修建的排污设施会对民众生活产生影响,数千名启东市民于清晨在市政府门前广场及附近道路集结,抗议王子纸业排海工程项目。参与游行的人数众多,情况复杂,南通公安局启东市南阳派出所官方微博另辟蹊径,在7月28日发布了一条充满人情味的博文:“亲们,其实我们都爱小启东。我们都是在保卫家乡,请大家一定要理性地对待,注意安全”。众多网友称其“可爱”、“人性化”,在只言片语间就拉近了警民之间的距离,并且也达到了预期的传播效果。

## (二) 话语内容:“微语言”拉近官民关系

在“微时代”下,政务微博要尽可能创造“理想话语情境”,在与普通网友相互承认、相互尊重、相互理解的基础上,更要从网民的角度,设身处地地换位思考,按受众的需求调整自身话语态度。具体来说,就是要敢用、会用、善用“微语言”,熟悉、关注、驾驭“微语言”。借助政务微博,解决群众的问题,忌讳刻板的文件语言、程式化的会议讲话。只有掌握网民喜闻乐见的“微语言”,才能真正了解民意,拉近官民关系,使政务微博发挥更大作用。

2012年11月27日下午,南京市公安局白下分局新浪官方微博制作的“航母 style”出警升级版 GIF 图——“警车 style”,迅速引起网民关注,并占据全国24小时热门微博排行榜、热度红人榜第一名。网友纷纷评价“这是全国最萌的警察了。”12月,白下分局又在全国首创推出“三国杀版通缉令”,将逃犯信息制作成“三国杀”卡牌发布。微博发布不到72小时,3名命案逃犯投案自首。随着娱乐化“微语言”的娴熟运用,“小白”(网友对白下分局的昵称)形象深入人心。可以说,“微语言”拉近了官民关系。

## (三) 话语形态:“碎碎念”式的体贴关心

依托新媒体便捷性、互动性、娱乐化、去中心化等特点,政务微博诞生不久就成为政府职能部门改善行政执法方法的试验田,为转变政府部门行政执法方式,完善公共服务添砖加瓦。信息是政务微博的基本产品,提供信息服务是政务微博的基本职能和价值归宿。政务微博内容不能脱离日常生活,政务信息介绍需周全,既要“心灵鸡汤”,也要“柴米油盐”;既要“阳春白雪”,也要“下里巴人”。政务微博定位要像个普通的热心大姐:叮咛复叮咛,润物细无声,用耳旁“碎碎念”的方式,把信息服务做到普通网民的心坎里。

2013年4月17日,人民网舆情监测室推出全国地级市新闻办微博实力榜单,“苏州发布”凭借亲民的互动和贴心的服务在全国地级市中排名第一。<sup>[4]</sup>在“苏州发布”微博内容中,既有关于#突发新闻#、#苏州新闻#等“硬新闻”,也有#生活小百科#、#苏州美食#等生活服务类“软信息”。此外,苏州发布还针对粉丝关注热点,给予大量有针对性的回复。透过平均每天约40条的微博,“苏州发布”在“碎碎念”中释放出对粉丝的绵绵关心。

## (四) 互动方式:“第一世界”转向“第二世界”的狂欢节

前苏联著名学者巴赫金将世界一分为二,划分为官方的、严肃的、等级森严的秩序世界,即第一世界;大众的、戏谑的、平权的狂欢广场式生活,即第二世界。在作为公共能量场的社会舆论当中,各个话语主体地位呈现平等化、平权化的趋势,在政务微博身上则表现为微博的“官味”变淡,官话变少,官样变正。具体来看,政务微博表现出不断改进传播方式,创新话语传播机制,放下身段利用非官方的、活泼的、平等的新语言与网民互动交流,采用的亦是“第二世界”中大众化的常见手法,即

政务微博自身也在主动与受众“狂欢化”，这就直接导致不少政务微博越来越“萌”，越来越逗。在另一方面，网民对政务微博转载和评论的随意性也表现出一定程度的大众话语“狂欢化”，随意性主要是网民对政务微博信息的评论、转发、“@”都可以是情绪性和个人化的，涵盖的主题包罗万象。随着双向互动加深，有不少网民甚至养成了每日必转某政务微博信息来“签到”，时不时“@警察蜀黍”出来“调戏”一番以“加满正能量”。如是，一边尽力“卖萌”，另一边不断“调戏”，二者一唱一和，共同协奏出政务微博互动狂欢节的舞曲。

以久负“萌”名的“江宁公安在线”为例，言必称“蜀黍”，吐槽必定“有木有”，各类表情各种“潮语”满天飞，一提起“江宁公安在线”，不少网友的评价就是“武林萌主”。在其新浪首页置顶的自我介绍中都不吝惜卖萌的机会，用醒目又活泼的字写着“江宁公安在线是南京市公安局江宁分局的官方微博，不是辽宁公安在线，更不是南宁公安在线……”。从“那些你不知道的警察故事”到“警犬传说：不靠谱警犬小分队”，从“家庭防盗的五个误区”到“降狼十巴掌”，从“鸡蛋实验”到“粉碎迷魂药谣言”，“江宁公安在线”用特有的“萌”式语言不断推出种种警务知识、安全常识。在“江宁公安在线”微博上，几乎看不到严肃的说教，清一色都是清新活泼的网络语言，深受广大粉丝的热爱。在电视剧《甄嬛传》热播时，“江宁公安在线”还不忘模仿“甄嬛体”在微博上发出提醒：“今儿个是小长假最后一日，赶着回家虽是要紧，却也不能忘了安全二字。如今的路虽是越发的宽广了，但今日不比往昔，路上必是车水马龙，热闹得紧。若是超了速，碰了车，人没事倒也罢了，便是耽搁了回家的行程，明日误了早班，也是要挨罚的。总之你们且记住了：舒心出门，平安到家。”网友对于“江宁公安在线”卖萌也十分领情，截止到2013年5月底，“江宁公安在线”新浪微博的粉丝数已经突破了25万，每条微博评论数平均都超过100条，收到的“@”和私信也是不计其数，甚至有辽宁和北京的粉丝遇到问题“跨省”向“江宁公安在线”求助。在诸多的互动中，网友们把“江宁公安在线”称为什么都管的“婆婆”，粉丝们也时常带着欢快的口吻进行“调戏”，在晚安帖下，有粉丝留言“睡不着，警察叔叔管唱歌么？”也有网友失恋了，请求“警察蜀黍给个拥抱”。博主的卖力卖萌突破了公安警察严肃的传统形象，配合粉丝的“调戏”，与粉丝共同保持狂欢节式的互动，这也使它在新浪“政府微博影响力”的公安系统榜单中一直排名前十。

### 三、结 论

我国正处于社会转型时期，舆论多元化与矛盾尖锐化是这一时期的典型特征。不同利益的政治表达欲求不断增强，但现实利益表达渠道又不很通畅，无形之中将大量的政治表达诉求压缩至有限的网络空间。在网络舆论的公共能量场中，各种能量因子在相互碰撞，各路话语在不断摩擦交锋，在这样的社会语境之下，政务微博以其话语主体地位平等化、话语内容娱乐化、话语形态碎片化以及互动方式狂欢化共同推动了政务微博话语的外化与释放，政务微博化身为不落幕的信息发布厅和信息服务站，一定程度上满足了网民网上参政议政的需求，符合建设现代服务型行政的发展要求。然而，在实际的操作尤其是危机处理过程中，政务微博往往又转化成“维稳”的工具，呈现权力内化和聚合的状态，具体表现在开博方针聚合化、表达立场权威化、舆论引导向心化和价值指向集中化。囿于篇幅所限，笔者将另著拙文对此加以论述。

#### 参考文献：

- [1] 王治河：福柯[M]．长沙：湖南教育出版社，1999：159．
- [2] [美] 查尔斯·J·福克斯，休·T·米勒：后现代公共行政[M]．楚艳红，等译．北京：中国人民大学出版社，2002：11．
- [3] 2012年新浪政务微博报告发布[EB/OL]．2012-12-03，<http://news.sina.com.cn/z/2012sinazwbbg/>，2013-5-12．
- [4] 人民网舆情监测室：人民网推出地级市新闻办微博排行榜[EB/OL]．2013-04-17，<http://yuqing.people.com.cn/n/2013/0417/c354318-21172648.html>，2013-06-02．