

# 政府“媒介形象”的建构与公务员 媒介素养的培育 ——基于“媒介化社会”的视角

李娟

**摘要：**公务员的媒介素养是提升政府“执政能力”的重要保证，也是建构政府“媒介形象”的基础。基于此，对于公务员来说，在观念上必须深刻理解“媒介化社会”的本质特征；在技巧上，要努力培养自身批判性解读媒介的能力；在实践层面，要掌握不同媒介的使用技能。

**关键词：**媒介形象；媒介素养；媒介化社会

**作者简介：**李娟，女，副教授，新闻学硕士。（安徽广播影视职业技术学院 新闻系，安徽 合肥，230061）

**中图分类号：**G206.2

**文献标识码：**A

**文章编号：**1008-6552 (2016) 01-0123-05

所谓政府的“媒介形象”是指“政府通过大众传媒所展示和传播的形象。它是由政府的现实形象转化而来的。政府的现实形象是其媒介形象展现的基础和依据。所以，政府的媒介形象展现首先与它自身的现实形象有关，同时也与大众传媒的报道方式、传播方式有关，与社会公众的接受与认同有关。”<sup>[1]</sup>从这个意义上说，政府的“媒介形象”与其“现实形象”并不能完全对等，但是，由于媒介所彰显的巨大影响力，很多时候，在大多数社会公众看来，政府的“媒介形象”就等同于其“现实形象”。因此，对于政府而言，树立良好的“媒介形象”，既是政府执政能力的体现，也是其获得民意广泛支持的基础。毫无疑问，影响政府“媒介形象”的因素很多，不仅包括政府的政绩和作为、传播策略与社会口碑，也包括公务员的素养能力与行为举止，而媒介素养则是公务员不可或缺的基本素质。本文从建构政府“媒介形象”的维度出发，着力探寻培育与提升公务员媒介素养的意义与实现路径。

## 一、“媒介形象”建构：政府实践与学界研究的特点及缺失

近年来，政府部门一直在建构其正面“媒介形象”方面不遗余力，学术界的对应性研究也在加大力度，尽管二者都取得了一定的社会效果，但总体看，依然存在不少问题。

一方面，在政府的日常实践中，其“媒介形象”的建构主要呈现两个特点：

其一，不少政府部门为了追求“立竿见影”的效果，往往采取“就事论事”的应景式策略，缺乏系统、长远以及深入本质的视野与方法。不可否认，转型期呈现出来的越来越多的社会问题，常常使各级政府每天都需要处理和应对各种突发事件。于是，政府（尤其是地方政府）常常无暇顾及设计规划“媒介形象”建构的长效机制，只能将形象建构置于“如何应对危机”、“如何应对媒体”、“如何应

对记者”等方面。从短期看,这些做法确实可以有针对性地解决一些具体问题,但长远观之,这些“头疼医头、脚疼医脚”的方式,基本属于“治标不治本”的做法,不能从根本上帮助政府建构良好的“媒介形象”。

其二,在相当一部分政府官员看来,尽管网络等新媒体日益强大,但他们需要应对的媒体依然更多指向“传统媒体”。在笔者对一些政府部门公务人员的访谈中,受访者大多认为,网络虽然传播速度更快、影响力更广,但传统媒体依然是其所在单位要求应对的重点,比如,一些地方政府在对外宣人员和部门的业绩考核中,一个重点内容就是统计每年在传统媒体刊发正面宣传稿件的数量,分值则按照刊发媒体的级别而定,通常是刊发在中央级媒体上的稿件分值最高,省级媒体次之,地市级媒体再次之;刊发在政府内部网站的稿件则是很多部门对于公务员的基本要求。同时,一旦出现突发事件,相当多的政府部门重点“盯防堵漏”的仍是传统媒体记者的采访与报道。与此同时,一些地方政府的官员又往往将这些媒体视为其工作的“对立面”,将“应对”媒体曲解为“公关”媒体,总是想尽一切办法杜绝“负面新闻”出现在大众传媒上。此外,在访谈中我们还发现,“如何应对记者”、“如何应对危机”等不仅是地方政府针对公务人员职业培训的重点内容,也是很多基层公务人员理解的“媒介素养”的主要内容。

应该看到,传统媒体固然是政府媒介形象呈现的重要平台,但在“媒介化”社会中,以“微博”、“微信”等为代表的自媒体的崛起已经深刻地改变了当今社会中传媒的结构。普通人既能轻而易举地掌握和运用媒介,也能通过自媒体来监督政府及其公务人员的行为。有研究显示:我国微信公众账号具有手机上的媒体属性,对舆论秩序的影响可能比微博、论坛和纸媒为甚。全国报纸约2000家、杂志约1万家,但微信公众账号约580万家,而且多为体制外的人士或机构在运营。<sup>[2]</sup>因此,仅仅将媒介形象的建构系于“应对媒介”与“化解危机”之中,仅仅将政府公务人员的“媒介素养”理解为应对媒介的技能,都是一种简单化的思维。

另一方面,学术界的对应性研究也大多聚焦在应用策略层面,“政府媒介形象建构的策略、方法、路径”等等之类的研究比比皆是。这些研究多集中在公共关系、危机传播等领域展开。一个值得关注的现象是,在很多研究中,“培育与提升公务人员的媒介素养”常常作为一种结论性策略出现。亦即,要树立政府的“媒介素养”,就应该培育公务员的“媒介素养”。这种逻辑虽然有一定道理,但是,关于媒介素养的内涵,却被人为地局限在“如何应对媒体”等之类的操作性层面。这里,“媒介素养”俨然已经蜕变为一种“话语策略”,其内涵也被高度“化约”。诚如彭兰教授所评价的那样:“从危机应对等角度提出政府机构与官员的媒介素养问题,本身是一个进步。但是,如果仅仅从‘如何与媒体打交道’,‘如何更好地通过媒体来化解危机’这样的角度来认识政府机构和官员的媒介素养,恐怕是一种短视行为,甚至会带来误导。”<sup>[3]</sup>

综上所述,无论是政府实践,还是学界的研究,都赋予“媒介形象”一个相对重要的地位,但二者都有一个共性的问题,亦即都没有从更深层次去理解公务人员的“媒介素养”与政府“媒介形象”的关系,从而探寻建构政府“媒介形象”的根本路径。

## 二、关系勾连:公务员媒介素养之于政府媒介形象建构的意义

在我们看来,政府的“媒介形象”首先源自政府的现实形象,而作为政府机构的重要组成部分,公务人员本身就是政府现实形象的一个重要组成部分。很多时候,公务员在现实中的举止行为就直接体现了政府形象。例如,在一项关于质检部门的调查中,就哪个方面最能影响到公众对于质检形象的

评价选项，选择“一线质检工作人员的表现”一项的最多，占48.5%；其次是“新闻媒体的报道”，占28.0%；再次是“质检部门的宣传力度”，占18.8%；“其他”占4.7%。<sup>[4]</sup>这起码表明，公务员本身就代表了政府形象，所谓“人人（公务员）都是（政府）形象”。

不可否认，公务员的个人修养、专业水平等都会影响其现实中的表现和行为，进而影响政府在社会公众心目中的形象。但在今天这样一个“媒介化”社会中，伴随公务员媒介接触频率的增多，其行为与媒介之间的关联度日益增大，现实中常常会出现这样的现象：公务员在职业场景甚至在私人生活领域里的一句话、一个动作，经由媒介扩散后，迅速成为社会公众判定政府媒介形象的依据，如此一来，公务员的媒介素养对于政府媒介形象的建构也就显得越发重要起来。通常情况下，拥有媒介素养的公务员，其行为、举止、言语往往都能相对得体，这样，人们对于政府的媒介形象就具有相对正面的评价，反之亦然。这里，“媒介化社会”是我们理解公务员媒介素养与政府媒介形象关系的内在逻辑。

“媒介化社会”的提法是对当今世界大众传媒飞速发展、新媒介不断涌现、媒介在社会生活中逐渐发挥着不可取代的作用这一现状的概括。<sup>[5]</sup>其重要特征就是媒介——作为人类信息传播、互动交流的中介——正逐渐成为人类社会生活的中心，它不仅建构了我们所生活的世界，影响着人们的思维和生活方式，也在很大程度上决定了人们对于现实世界的认知与判断。因此，“‘媒介化社会’从其本质上讲，意味着人的媒介化，或者说，每个人都是在媒介深刻影响下的‘媒介人’，对于生活在媒介化社会中的人来说，不仅对于世界的想象主要由媒介来构建，其思维方式、个体意识也烙上了媒介化的烙印。”<sup>[6]</sup>这表明，无论是作为个体的公务员，还是作为公务员集合的政府，都无法脱离媒介而独立存在。从传统媒体到新媒介，从办公场所到生活空间，来自媒介的监督无处不在，无时不有。

2014年11月18日，一篇《安徽省教育厅女干部骂保安是“看门狗”，六旬保安气绝身亡》的新闻报道引发舆论热议，该报道呈现的事实是：安徽省教育厅一位女干部在非工作时间，与某小区的一位保安发生口角，并骂保安是“看门狗”，最终该保安当场身亡。值得注意的是，女事主的“干部”身份一经曝光，舆情遂发生偏转，人们不再关心事件真相，亦没有等待警方的进一步调查，而将评论的重点放在抨击官员腐败、政府形象等层面。安徽省教育厅官方微博也在11月19日发表声明，指出“涉事者本人已暂停工作，正在配合调查处理”。尽管“媒体的报道是否客观、是否要交代女事主的公务员身份”等问题尚存争议，我们也暂且不论这件事背后的法律与道德问题，但“澎湃新闻”援引一位资深媒体人的话则值得深思：“媒体监督公职人员是职责所在，指责媒体不该曝光其公务员身份是毫无理据的要求，公务人员本应更高标准要求自已。”<sup>[7]</sup>这起码说明两个问题：

第一，“媒介化社会”中，在社会公众看来，政府“媒介形象”与公务员的“媒介形象”，常常是对等的，换言之，媒体中呈现的公务员是什么样，人们对政府的印象也大体是什么样。上述事件虽然发生在公务员的日常生活中，且整件事情与其公务员身份乃至其所在单位都无甚关联，但是，当网民获知其公务员身份后，网络舆情还是迅速转向对政府部门、官员、公务员等的谴责，这恐怕也是安徽省教育厅发出声明的根本动因。

第二，有无媒介素养，不仅关涉公务员自身的媒介形象，也从根本上影响着政府的媒介形象。如果公务员能够真正理解“媒介化社会”的真谛，将舆论监督视为悬在其头顶的一柄“达摩克利斯之剑”，就能始终如一地注重个人的言行举止，久而久之，“媒介化社会”的本质内涵就能内化到公务员的日常工作乃至生活之中，公务员的媒介形象必然不断趋于正面，政府的“媒介形象”自然也就能够获得大幅度提升。

顺着这样的理路，公务员的媒介素养对于建构政府媒介形象的意义也就明确地凸显出来。我们认

为, 公务员的媒介素养是提升党和政府“执政能力”的重要保证, 也是建构政府媒介形象的基础。对于普通公众而言, 政府“媒介形象”首先源自其在现实中的“执政能力”, 而公务员的工作态度、工作能力则是彰显政府“执政能力”的表征。如前所述, “媒介化社会”带来了人的媒介化, 基于此, 公务员的工作能力、工作态度常常又是通过媒介被呈现在社会公众面前。从这个意义上说, 倘若公务员缺乏一定的媒介素养, 就无法理解当今社会的基本特质, 进而无法与媒介进行良性互动, 其个体的媒介形象尚且无法通过媒介予以正面展示, 更遑论建构政府优良的媒介形象。

### 三、路径与方法: 如何培育和提升政府公务员的媒介素养

作为现代公民的一种基本素养, 媒介素养包括三个环节: “接触媒介——获取信息; 解读媒介——批判地接受媒介信息; 利用媒介——借助媒介工作和生活, 通过媒介发出自己的声音并维护自己的利益。”<sup>[8]</sup> 基于此, 当我们将公务员媒介素养置于政府“媒介形象”建构的视野下予以考量, 结合“媒介化社会”的基本特征, 我们认为, 培育和提升公务员媒介素养的路径与方法可以从以下三个层面着手:

#### (一) 观念层面: 必须深刻理解“媒介化社会”的本质特征

“媒介化社会”带来的是人的全面“媒介化”, 这意味着媒介不仅仅是人类传播信息的“中介”, 而且已经成为我们社会的重要特征。“媒介已经完全渗透到我们的日常生活当中, 以至我们经常感觉不到它的存在, 媒介对我们产生的影响就更不在话下。……媒介给我们下定义, 为我们塑造现实。”<sup>[9]</sup> 更为重要的是, 日益普及的媒介技术实现了普通民众传播权利的回归, 也让普通民众对于公务员的现实监督成为可能。近年来的大量案例表明, 来自普通公民的监督对公务员乃至政府形象的影响日益显著。2015年7月1日, 武汉一位网友上班途中发现两名城管在执法车内熟睡, 遂拍下照片并上传网络, 引发网友热议, 两名城管也受到单位处罚。这一案例的启示意义在于: “媒介化社会”意味着对于行使公权力的人和部门而言, 公民的监督无处不在, 无时不有。观念是行动的先导。公务员(官员)首先必须在观念层面充分认识媒介的基本特质与功能, 尤其要深刻理解媒介在当今社会的中心地位。同时, 要把这些观念内化到日常的工作与生活中, 这样, 才能不断提醒自己注意个人言行举止, 树立良好的“媒介形象”。

#### (二) 技巧层面: 培育公务员与大众传媒互动的能力

尽管自媒体高速发展, 但报纸、广播、电视、网络等大众传播媒介依然是强势媒介, 对于公务员以及政府“媒介形象”的呈现与建构都具有巨大的影响。基于此, 公务员要学会与大众传媒进行专业而有效的互动, 这不仅是其媒介素养的重要表征, 也能助力政府形象的构建。然而, 现实中, 这方面的情形却并不乐观。2015年8月12日, 天津港发生大爆炸之后, 天津市政府组织了七次新闻发布会, 面对记者的提问, 新闻发言人屡屡出现“不了解”、“无法回答”等不专业且缺乏诚意的回答, 第二场新闻发布会甚至出现针对记者提问, 参会官员径直离场的情景。人民网舆情监测室的研究表明, “舆论对参会官员的信息掌握程度、自身专业性、基本媒介素养等都产生较强质疑, 极大削弱了新闻发布会应有的正面沟通效果。”<sup>[10]</sup> 如此一来, 由于官员的媒介素养缺失, 直接引发了关于政府形象的负面乃至否定的社会情绪, 这也从另一个向度表明, 今天的公务员和政府面对的是一个日渐复杂的舆论环境, 任何一个微小的疏漏, 都可能会对政府形象产生致命的损害。

因此, 对于公务员而言, 一方面要敬畏民意, 理解媒介。民意是政府执政的基础, 媒介是承载和彰显民意的平台。作为政府的一分子, 公务员尤其是各级官员必须从心底敬畏民意, 尊重传媒。2015年11月17日, 陕西省洛南县国土资源局永丰国土资源所副所长在上班期间玩电脑看电视剧, 面对暗访记



者的询问,该副所长大声怒吼:“我看电视剧跟你有啥关系,上班我在我房子,我还不能看电视剧,你还来查我了,出去,滚出去……”<sup>[11]</sup>类似的官员“雷语”不胜枚举,许多官员之所以敢在公共场合“雷声滚滚”,除了个人修养不足,缺乏“为人民服务”的意识外,更为重要的原因在于其对于民意缺乏敬畏之心,对媒介的特性与功能缺乏基本的了解,对“媒介化社会”中“人人都有麦克风”、“人人都可能是记者”的社会特征缺乏起码的认知。

另一方面,公务员要切实学习与媒介互动的能力。具体来说,政府部门应该定期进行公务员媒介素养方面的培训,当然,其内涵与外延都应超越“如何应对媒介”、“如何应对记者”之类的应景式培训。可以就某一主题,集中调取相关媒体的报道进行专业化解读,也可以深度展示某一媒介事件的发展脉络,对关键节点进行剖析。这样,公务员就能逐渐掌握解读媒介的技巧,从而指导其实际工作。

### (三) 实践层面:掌握新媒介的使用技能

媒介素养的终极目标是应用媒介促进个人的生存发展与社会的进步。对于公务员来说,不仅要熟悉传统媒体的业务流程,更要熟练掌握新媒体的使用技能。2010年,作为“个人信息即时共享综合平台”的微博横空出世。2011年,腾讯公司推出了一个为智能终端提供即时通讯服务的免费应用程序,微信由此诞生。此外,各种客户端也迅猛发展。2015年1月,人民网舆情监测室发布的《2014年度人民日报政务指数报告》显示:截至2014年12月31日,新浪微博平台认证的政务微博达到130103个,较2013年底增加29952个,其中政务机构官方微博94164个,公务人员微博35939个。<sup>[12]</sup>2015年7月,中国传媒大学媒介与公共事务研究院发布的《中国政务微信发展年度分析报告》显示,2014年全国政务微信数达40924个,比2013年增长了10倍。<sup>[13]</sup>这些数据表明,“两微一端”已经成为政府工作不可或缺的组成部分。因此,公务员作为政府的工作人员,需要强化学习各类新媒体知识,学会使用新媒体的话语方式来与新时代的社会公众进行交流和沟通。

### 参考文献:

- [1] 丁柏铨. 论政府的媒介形象 [J]. 西南民族大学学报, 2009 (2).
- [2] 人民网. 2014 互联网舆情报告 [EB/OL]. [http://yuqing. people. com. cn/](http://yuqing.people.com.cn/), 2014-12-31.
- [3] 彭兰. 社会化媒体时代的三种媒介素养及其关系 [J]. 上海师范大学学报, 2013 (5).
- [4] 芮必峰. 安徽舆情与社会发展年度报告 (2013) [R]. 合肥: 合肥工业大学出版社, 2014: 136.
- [5] 李双龙, 王婷婷. 媒介化社会: 现状与趋势——“2004 中国传播学论坛”综述 [J]. 新闻大学, 2004 (4).
- [6] 孟建, 赵元珂. 媒介融合: 粘聚并造就新型的媒介化社会 [J]. 国际新闻界, 2006 (7).
- [7] 卢梦君, 程真. 媒体点名辱骂保安女司机姓名职务, “宛新平”批助燃网络情绪 [EB/OL]. [http://www. thepaper. cn/](http://www.thepaper.cn/), 2014-11-20.
- [8] 匡文波, 曾卫. 公务员媒介素养 [M]. 北京: 新华出版社, 2012: 22.
- [9] [美] 斯坦利·J·巴伦. 大众传播概论——媒介认知与文化 [M]. 刘鸿英译. 北京: 中国人民大学出版社, 2005: 5.
- [10] 人民网详解天津爆炸新闻发布会出现的 4 大问题 [EB/OL]. [http://news. sohu. com/](http://news.sohu.com/), 2015-08-17.
- [11] 陈永辉. 官员上班看电视剧被质问后吼“滚出去” [EB/OL]. [http://news. haiwainet. cn/](http://news.haiwainet.cn/), 2015-11-17.
- [12] 人民网. 2014 年度人民日报政务指数报告 [EB/OL]. [http://yuqing. people. com. cn/](http://yuqing.people.com.cn/), 2015-01-28.
- [13] 中国广播网. 2014 年全国政务微信数超 4 万 [EB/OL]. [http://news. 163. com/](http://news.163.com/), 2015-07-14.