

各类政务新媒体账号为何纷纷关停

过去一个多月时间里,多地政务微信公众号、微博法人号陆续关停。有的主动关停,有的长期停更,还有的正在启动注销程序……

从一哄而上建号开张,到扎堆关停,许多网友担心,今后查询信息会不会变麻烦?办事是不是要多跑路?也有网民吐槽,关注的账号长期不更新,与其僵尸般存在,不如关停了省心。

更多网民表示看不懂:新媒体政务号到底怎么了?

(一)

最近一段时间,昆明、长沙、西安、青岛、南京等地的一大批基层政务微信公众号、微博法人账号停止更新并启动注销程序。根据相关公告,这些政务号停更后,相关信息资讯、公示、公告等内容并入属地政府网站。

互联网时代对政府和民众的沟通提出了新要求。新媒体是发布信息、服务群众的便捷途径。推进基层政务新媒体建设的初衷,就是为了方便群众办事,推进政务公开,拉近政府和群众的距离,促进基层治理更加高效透明。

然而,一些地方在推进政务新媒体建设的过程中,却渐渐跑偏了方向,一味地铺摊子、扯面子,不切实际、贪大求洋。

特别是网络技术一日千里的今天,微信、微博、小程序、客户端层出不穷,个别地方觉得不办个新媒体、不建个公众号,就是落了伍、丢了面子。

一个村也得搞个APP,一个乡镇也得建个融媒体矩阵,有些既有政务软件明明能够覆盖相关服务,却偏要“另起炉灶”;有些账号为了增加活跃度,不得不人工刷新号……这样的政务新媒体,传播效果可想而知。

更有甚者,个别地方为了数字好看,主要精力不是放在内容建设上,而是放在相关账号的推广上,下任务、拉人头,求关注、派转发,一个好端端的新生事物,生生变成了讨人嫌的摊派任务。

难怪有些基层干部吐槽,这些政务新媒体的内容是,更谁谁看,谁更谁看,甚至更了也不看。

(二)

梳理这些关停的政务号,不难发现,内容粗糙、脱离群众、疏于管理是共性问题。

有的号从注册到注销,就没上心更新过。以四川某镇政府的微信公众号为例,自2017年注册到今年4月25日停更,标记为原创的内容只有5篇,大量内容是对其他媒体的全文转载。



满足上级对数据、流量的要求

有的号被养成了工作动态、值班日志,离群众很远很隔阂。要么是工作动态,要么是会议纪要;不是领导去哪儿了,就是又开了个什么会议,把本该面向群众的账号,活生生办成了自家的内部黑板报。

有的号疏于管理,充斥着推销商品、玄学算命等内容,有的甚至公号私用。认证为“中共镇原县委宣传部官方微博”的蓝V政务微博,曾经多次发布“测算、合婚、开财运”等内容,引发网民争议。

还有大量账号,被养成了僵尸号。以最近关停的江苏省某水务局账号为例,要么几日不更,要么一键转载,“注水”的痕迹简

直不要大明显!十几人次的阅读量,半死不活的更新状态,正是部分政务新媒体账号的常态。

一些部门只建号不管号,群众想查的信息查不到,想看的内容看不到,想说的话没渠道。部分政务账号挂出的八股文章长篇累牍,推出的无效信息随处可见。网民不愿看,工作人员还得投入大量物力精力去运维。

以上林林总总,归根到底就一个病因:没有想明白“做新媒体账号给谁看”这个基本问题。

政务新媒体代表着政府的形象,不能只关注账号的设立开张,更应关注有没有影响力、有没有服务性,否则就会沦为“指尖上的形式主义”,既耗费了大量精力,还加重了基层负担。

(三)

政务新媒体能不能搞?必须要搞!网络时代,基层群众对政务信息发布、重大政策解读、公共服务响应、民众交流沟通,都有着强烈的需求。

政务新媒体怎样来搞?用心来搞!回归到为人民服务的初心

本质,把群众的需求当成办号的宗旨,这是不二法则。

事实上,不少政务号已经做出了表率。

不久前,深圳市卫健委微博发布《霸总剧里当医生,我只是他们play的一环》,引发网民点赞热议。短视频以诙谐幽默、通俗易懂的新媒体语言,科普了乳腺癌趁早治、白血病不能献血等专业知识,被网友称赞“好上头,看得想充会员”。

深圳卫健委微信公众号凭借《妖娆》的标题和极具“网感”的内容,成功“出圈”,在全国范围收获大量粉丝。

近期甘肃、吉林、黑龙江等地文旅账号和网民的有效互动,与网民“打成一片”,也起到了上情下达、下情上传的良好沟通作用。纵观“江宁公安在线”“浙里办”APP等优秀政务媒体号,无不是以内容的贴近性、服务性和实用性赢得群众的口碑。

这说明,揣着完成任务的心态敷衍了事,只能让群众平添反感;而以“从群众中来,到群众中去”的立场,以创新的互联网思维,讲好“为民服务”的故事,自然会被群众发自内心的喜欢。

这次政务新媒体账号关停潮,不应该成为政务号发展的终点,而是政务号回炉再造、提档升级的起点。让政务号回归到为人民服务的初心本质,才符合广大群众的迫切期待。

能否真正为群众办实事,是决定政务号去与留的“开关”。

据新华社“千笔楼”

街谈巷议

直接优惠才是最实在的

李英锋

距离今年“6·18”促销还有近一个月时间,但各大电商平台已经开始造势。有平台表示,今年“6·18”将取消预售制。

预售背后往往隐藏着复杂的购物流程,相关优惠和价格也有公式计算。消费者在购买预售商品时,需要做“算术题”。如此,他们的新鲜感和体验感下降,自然会产生抵触心理。

今年主流电商平台取消预

售制,转而采取更直接的促销方式,顺应了市场营销环境的变化,也顺应了消费者的期待。

电商平台和商家的促销变得更加务实,更看重性价比和质价比,消费者才能得到看得见、摸得着的实惠。取消预售制、简化算法,是电商平台向消费者释放的善意。少一些“弯弯绕”,多送直接实惠,才能给消费者的体验做“加法”,从而实现多赢。

画中话

校园不是直播秀场



大学生寝室

直播行业近年来快速发展,年轻学生积极拥抱“互联网”。可有些学生却走偏了,在教室或寝室不分时段直播,影响他人正常学习生活。还有人打着“学生”名号进行直播、引流带货,甚至为求流量擦边球直播低俗内容。

据《法治日报》

回音壁

3岁萌娃走丢“教科书式”自救

近日,湖北宜昌一名3岁小女孩走进便利店,称自己走丢了,请求店主帮忙联系她的爸爸。店主正准备报警时,遇到前来买水的派出所民警。民警协助女孩回忆背出爸爸的电话号码。民警核对信息后,将孩子交到了父母手中。

据@九派新闻

回音:机智的萌娃!

“小小集”再度来袭 多款产品现场福利大放送

5月25日(周六)上午8:30至12:00,备受读者期待的“小小集”再度来袭。届时,沧县绿莞源农业专业合作社的黑猪肉、东光李文焕烧鸡、衡水蜜桃醋、南皮祁家窝头等产品,现场向市民们大放福利,想要购买的朋友千万不要错过。

沧县绿莞源农业专业合作社的黑猪肉

沧州日报社·名优特产品展销中心与沧县绿莞源农业专业合作社合作多年以来,其推出的散养黑猪肉受到了广大市民的认可和欢迎。

无论是“赶小集”还是“小小集”,黑猪肉总是销售最快的。合作社采用果园林地散养黑土猪的方式,引进黑土猪新品种,并且保证黑土猪的生长周期达12个月以上。所有黑猪保证散养,不喂任何饲料添加剂。这种黑猪瘦肉色如玛瑙,瘦而不柴,雪花肉比例增高,瘦肉更加鲜嫩,富含胶原蛋白;肥肉色如玉,肥而不腻,肉香醇厚有嚼劲,是真正土生土长、原汁原味的高品质黑猪肉。

优惠力度:原价35元/斤的散养黑猪肉,现场优惠价25元/斤。

东光李文焕烧鸡

李文焕烧鸡是东光县连镇的特产,以制作独特、形色美观、肉烂脱骨、营养丰富而闻名国内外,备受各界人士的青睐,凡品尝者无不拍手称绝。

相继研制开发出的烧制分割鸡、熏鸡、卤鸡、烧鸡等产品已经在各地、各界人士的餐桌上占据了一席之地,与连镇烧鸡一道被消费者称为正宗的地方特色产品。

优惠力度:原价28元/斤的土鸡,现场优惠价26元/斤。原价24元/斤的烧鸡,现场优惠价22元/斤。

衡水蜜桃醋

蜜桃醋,以深州蜜桃作为优势资源,传承180多年的酿造工艺,精选华北平原优质小米、麸皮等粮食为原料,酿制而成。衡湖故里蜜桃醋色泽棕红有光泽,独特的酯香、熏香、陈香互相协调,口感酸香柔和有点甜,使得酿制的醋带有独一无二的味道。

优惠力度:原价8元的800毫升蜜桃醋、800毫升鸭梨醋,现场买2桶赠1桶800毫升的蜜桃醋。

原价18元的2.5升蜜桃醋、2升鸭梨醋,现场买1桶赠1桶800毫升的蜜桃醋。

活动现场,还有南皮祁家窝头、纯红薯粉条、果蔬脆、暖香、黄金芽茶叶等产品,欢迎大家前来抢购。

活动地址:沧州市运河区浮阳南大道新闻大厦门口北第三个门市沧州日报社·全媒体融合发展交流中心
(乘坐1路、138路、29路、158路公交车即到) 咨询电话:18931777908 19933419614