管理视角

媒体参与公共事件的新变化

□ 张 磊

媒体是提高公共事件的公众关注度和影响公众认知度的重要渠道。随着网络信息技术的发展、新媒体的出现以及不同群体对于各类媒体的认同与使用各异，媒体对于公共事件的介入、报道和影响程度发生了悄然变化，出现了新的格局。

主流官方媒体作为一些权威信息的发布渠道，仍然对公共舆情的影响具有重要作用。然而，主流官媒的作用正呈现出冰火两重天的状态。

经过这几年网络社交平台的发展，微博进入了一段时期的低迷，但仍然是公共舆情聚成的最重要平台。

主流官媒遭遇冰火两重天

主流官方媒体作为一些权威信息的发布渠道，仍然对公共舆情的影响具有重要作用。然而，主流官媒的作用正在呈现出冰火两重天的状态。一方面，官方主流传统媒体，特别是其新闻类栏目，受众越来越少。越来越多的公众通过网络、手机媒体等渠道直接获取信息。官方主流传统媒体无论是从传播的速度上，还是报道和评论的深度上，都愈来愈落后于网络媒体、新媒体。另一方面，官方主流的网络媒体影响越来越大。在媒体融合的提倡和鼓励下，主流官媒通过“两微一端”的建设和维护，自身的传播力、影响力和公信力都大为提升。例如，人民日报、央视新闻这两个中央媒体的官方微博账号粉丝量均突破了4000万。特别是人民日报，其人文化、高站位的评论，为其赢得了较高的公信力。

这种冰火两重天的现状所产生的公共舆情意义是，主流官方媒体越来越愿意介入和参与公共事件，特别是对突发事件的报道和讨论。从近两年的情况来看，不少事件中都有主流官方网络媒体，特别是一些主流中央网络媒体的介入，并推动了这些事件的发展，赢得民众叫好。

重要客户端成扩散加速器

随着智能手机的广泛普及，手机客户端近年来受到热捧，成为公众获取信息的重要平台。在公共舆情的聚成过程中，一些重要的手机客户端已然成为信息传播和扩散的加速器。一些新闻报道或者事件爆料信息，经由重要客户端通过标题的加工、精炼，甚至标签化之后对客户进行推送，很快形成扩散趋势，加大了事件的传播速度。

现阶段，在新闻类客户端中，通过大数据计算，对客户的兴趣领域进行分析，基于客户兴趣度向客户推送其可能感兴趣的新闻和报道，实现了目标受众的相对精准化。有的则主要体现在其平台优势上，向其客户端客户推送信息的同时，每天还通过微信进行推送，在对于热点事件报道上的传播力十分强大。

市场化媒体助推信息深度挖掘

虽然主流官媒及其网络媒体和重要客户端在公共事件的传播力上发挥了重要作用，但舆情的聚成离不开对事件深度信息的挖掘，市场化媒体在此方面进行了填充。

与主流官方媒体一样，市场化媒体同样受到了新媒体的巨大冲击。与此同时，市场化媒体还不具备主流官媒的信息来源资源和重要客户端的受众资源，更是在夹缝中求生存，深入挖掘和深度报道就成为了其“破茧而出”不得不选择的路径。例如，在2015年的天津港危险品爆炸事故中，关于天津瑞海公司背景等诸多深度信息的挖掘，就是出自一些市场化媒体之手。还有一些市场化媒体借助新兴技术，如无人机、虚拟现实等，深度拍摄和报道公共事件。在很多公共事件，特别是重特大突发事件中，这些市场化媒体几乎都不缺位。不同的是，各家市场化媒体参与过程各有特色。有的以新闻调查为特长，有的以视频梳理和无人机报道作为新的增长点，有的借助信息源渠道的优势并以专题跟踪报道见长。

问答平台成为新的策源地

网络问答平台在今年以来的重大舆情事件中扮演了重要角色。例如，在江苏常州外国语学校污染事件中，在4月17日中央电视台报道之前，某网络问答平台内就已经对常外污染问题进行了很丰富的梳理。而在魏则西事件中，关于某搜索引擎与魏则西死亡的关系问题，最初也主要在网络问答平台中讨论。

网络问答平台在一定程度上替代了以前的网络论坛、网络社区的功能。值得注意的是，与一般的网络论坛、网络社区不同的是，问答平台的两个特征，决定了在未来一段时期内，其将继续充当舆情策源地的角色。其一，互动的相对专业性提升了公众的认同度。问答平台的定位是专业的问答互动社区，问题回答者大多具备较高的专业素养，公众对其的认同和接受度都相对较高。其二，用户的阶层同质性提升了情感的共鸣性。目前，问答平台的用户主要以中产阶层为主，对公共事件的关注和价值取向都较为相近，很容易在互动讨论中形成相对一致的意见。

微博仍是公共讨论主阵地

经过这几年网络社交平台的发展，微博进入了一段时期的低迷，不少人离开微博平台，转移到其他新媒体平台。特别是在微信热火朝天的发展情势中，微博的公共舆情作用稍微减弱。与此同时，微信的舆情功能迅速增长。然而，即便在微博陷入最低谷的2014年，微博仍然是公共舆情聚成的最重要平台。

随着新媒体形势的发展与变化，今年以来，微博的舆情功能呈现出复苏的趋势，处于较高量活跃用户的运行状态，对公共舆情的汇聚功能在增强。诸如“北京和颐酒店女生遇袭事件”“海口秀英区暴力拆违事件”“深圳警察执法不规范事件”等均是通过微博强力传播。与此现象相反的是，微信的用户量虽然在持续增长，但其舆情功能却表现出减弱的趋势。微信舆情功能的减弱，与其自身的平台特点有直接关系。微信是人际传播在网络上的呈现，熟悉的群体、相对封闭的平台，决定了微信使用者难以充分地表达其真实意见，而更多地选择附和或者沉默。更为极端地，微信的上述特点很容易使其沦为谣言的集散中心，渐渐地，这也进一步弱化了其舆情的功能。

除此之外，微信朋友的同质化与同地化，也很容易给管理者带来错觉。一起发生在本辖区内的、区外公众关注较小的公共事件，在管理者的同质化和同地化的朋友中“刷屏”，给管理者造成了出现舆情事件的假象，进而误判和采取不当的措施，从而可能激化社会情绪。微博则不同，作为一个全网性的、完全公开的、非完全实名认证的平台，用户无需考虑熟人的感受，更愿意表达真实意见，尽管这种意见表达更多表现出的是批评性的，但其仍然是迄今公共讨论的最大平台和阵地，也应继续成为公共舆情观察的重要对象。

健全我国创新人才激励体系

中共中央印发的《关于深化人才发展体制机制改革的意见》，坚持问题导向和目标导向，提出了一系列强化人才创新激励措施，释放出党中央加强创新创业人才工作，走一条“人才引领、创新驱动”之路的强烈信号。

□ 孙 锐

中共中央印发的《关于深化人才发展体制机制改革的意见》坚持问题导向和目标导向，着眼于深入实施人才优先发展战略，构建“择天下英才而用之”的人才治理体系，围绕有力提升人才工作服务国家战略和创新发展的能力，提出了一系列强化人才创新激励的措施，对完善知识产权保护制度、推动科研人员离岗创业、完善科研人员和国有企事业单位人才激励政策方面进行了系统部署，释放出党中央加强创新创业人才工作，走一条“人才引领、创新驱动”之路的强烈信号。

健全我国知识产权保护体系

知识产权制度是针对知识产权无形性的特点而设计和制定的许可转让规则，是解决人才创新成果转化为现实生产力的“桥梁”。

知识产权制度是针对知识产权无形性的特点而设计和制定的许可转让规则，它有助于推动在市场经济环境下科技成果顺利实现产业化，是解决人才创新成果转化为现实生产力的“桥梁”。自我国知识产权制度建立以来，我们在知识产权创造、运用、保护、管理、服务和国际交流等方面，取得了重要进展。专利、商标申请量多年世界第一，国际PCT专利全世界第三，版权等文化创意产业产值已达GDP的4%左右。但是，当前知识产权工作距离创新驱动发展的目标要求还有较大距离。具体来说，我国知识产权管理体制方面还存在着多头分散、效率不高的问题，以及确权时间跨度长、维权成本高、侵权赔偿低、惩处执行难等问题。

为此，首先要加快推进创新成果的三权改革，探索知识、技术、管理等要素可产权化的实现途径，解决好科技成果和知识产权的所有权、处置权和收益权的三权问题，处理好国家与单位、单位与发明人、权利主体与广大社会公众之间的平衡关系。其次要建立更加严格的知识产权保护制度，完善权利人维权机制，合理划分权利人举证责任，提高损害赔偿标准。最后要建立高效的知识产权治理体系，大力推进知识产权市场化建设，建立知识产权信息共享机制。同时，健全知识产权制度也有助于甄别和遴选海外高层次创新人才，降低高层次人才流动中的“风险”问题，免除引进人才创新成果被窃取的后顾之忧。

注重人才创新激励实效

深化经费管理制度改革，将物质激励与精神激励相结合，吸引一流人才投入科技创新事业中来，使科技人才群体能够更好地工作生活。

一段时间以来，我国创新政策的推动、落实还存在一些实际问题。当前科技人才技术成果转化渠道建设滞后，事业单位人员奖励支出须计入绩效工资总额，企业和市级及以下人才奖励不能享受税收优惠等相关制度设计不足的问题也导致有些创新政策大打折扣或无法兑现。此外，当前科技人员的薪酬待遇还存在总体水平低、结构不透明、收入变动大，与承担项目课题经费挂钩等问题。受事业单位工资总额、绩效工资总额及调整机制僵化的限制，体制内的科技人才在收入分配上出现了“天花板”效应，对优秀人才激励力度提升，其他职工的绩效工资就会减少，只能“平均主义”，使得“高不能高，低不能低”。更为突出的是，现行科研经费管理制度简单套用党政机关经费管理办法，虽然国家研发经费投入不断增加，但相对而言却没有取得很好的支出效果。基层反映，近年来有些高校及科研院所的科研项目申报数量大为减少，其中科研项目经费支出困难、复杂的科研劳动不能获得智力补偿是被“吐槽”最多的原因之一。

首先，需进一步深化科研院所事业单位改革，建立科研单位人员能进能出、科研人才能上能下、收入能增能减的市场化运行机制，推动建立与国际科技管理和人才管理机制接轨的新型科研机构。其次，改革科技人才收入分配制度，施行符合科技创新特点的绩效工资制度，提高固定收入部分和收入透明性，建立工资正常增长机制，逐步提高科技人员工资福利待遇。再次，进一步拓宽、完善科技成果应用转化渠道。最后，深化经费管理制度改革，建立和完善符合科技创新规律的经费管理制度。将物质激励与精神激励相结合，吸引一流人才投入科技创新事业中来，使科技人才群体能够更好地工作生活。



重视高技能人才成长发展

当前，我们对企业高技能人才的培养、激励重视程度不足。我国要实施《中国制造2025》战略，要培养一批“大国工匠”，需要在加强高技能人才激励发展方面有所突破。

当前，我们对企业高技能人才的培养、激励重视程度不足，相关激励保障机制还未到位。一方面，当前社会上普遍重学历文凭，轻职业技能，高技能人才的社会地位没有得到应有的提升。另一方面，大量企业对技能人才培养投入不足，职工收入分配结构不当，技能要素占工资收入分配的权重过小，一般情况下高技能人才的薪酬和福利待遇远低于专业技术人才和企业经营管理人才，其技能价值未得到应有的价值体现。同时，高技能人才成长的职业发展通道是高级工、技师、高级技师，与专业技术人员助理工程师、工程师、高级工程师的职业路径没有贯通。虽然高技能人才创造的价值可能并不比一个工程师少，但各方面的认可程度和相关待遇低人一等，致使很多年轻人才不愿意走上一条技能人才成长发展之路。我国要实施《中国制造2025》战略，要培养一批“大国工匠”，需要在加强高技能人才激励发展方面有所突破。

为此，我们需研究制定技术技能人才激励办法，进一步打通技能人才与专业技术人才职业发展的立交桥。一方面，引导企业建立技能等级、业绩贡献与经济待遇挂钩机制。另一方面，完善技术带头人制度，探索建立企业首席技师、特聘技师岗位制度，健全高技能人才职务津贴和特殊岗位津贴，推动试行高技能人才年薪制和股权制、期权制，对退休的企业高级技师提高养老金待遇等。

战略参考

用互联网思维推进国家治理创新

□ 吴青熹

习近平总书记在网络安全和信息化工作座谈会上指出，“要让互联网更好地造福国家和人民”。讲话为实践中如何推进国家治理体系和治理能力现代化这一重大现实问题指明了方向和切入点。如何能够真正让互联网造福国家和人民？首先需要转变思维，即从仅仅把互联网当作工具的“+互联网”转变到“互联网+”这一新思路上来，并在此基础上改变工业革命时代的思维模式，从更大的历史视野——超越后工业时代、信息时代——来理解互联网。只有这样，才能真正理解互联网并形成互联网思维，从而有效地应用互联网思维来推进国家治理创新。

比“互联网+”更重要的是形成互联网思维

“互联网+”这一新型工作业态的生命周期取决于该组织的思维方式。正所谓“取势、明道、优术”，组织的思维方式对组织的境界、事业的格局有着决定性影响。

互联网思维是相对于工业化思维而言的，其要义在于将组织的核心竞争力从对资源、渠道和产品的控制转向对产品的重塑和对用户的连接。一方面，要善于增强产品的内容能力，把品牌、特色加入连接，以产品的实际内容促进用户数量的持续增长。另一方面，在消费者主权时代，用户的好评是最有价值的资产，只有坚持以用户为中心、为用户创造更具人文关怀的体验，并通过长期积累形成势能，才能形成稳定的用户连接。此外，还要培养大连接的眼光，把组织本身视为与世界的接口，充分借鉴互联网自由、共享、无边界的思想，实现与用户的跨界融合，重新配置组织资源。

用互联网思维推进国家治理创新

互联网对国家治理是一把双刃剑：一方面，互联网开始成为推动国家治理创新的利器，倒逼各级政府转变治理方式，通过网站、微博、微信、APP等多种形式推进政务公开；另一方面，互联网也日益成为民间表达诉求和宣泄情绪的舆论场。推进国家治理创新必须运用互联网思维，这主要体现在以下三个维度。

产品思维与“立党为公”。互联网时代，国家治理创新的核心在于通过服务创新为人民创造价值。对政府服务这种特殊的国家产品而言，其优劣在于能否解决人民的实际问题。这意味着党员干部必须站在民众的角度，关注政府服务能解决什么问题、能创造什么价值。一是要充分了解民众使用服务时遇到的困惑和问题，从人民群众最关切的问题入手提供服务；二是要从小处着眼，专注于快速、持续不断地改进和完善民众的服务体验，力求办事过程简单、方便、令人愉悦；三是要不断打磨服务、注重细节，特别是要善于吸纳民众的意见建议，并将其变成超出民众预期的服务创新点，提升品牌附着力。

用户思维与“执政为民”。对于互联网企业来说，其最核心的资源已不再是产品，而是“用户”。对于一个政府或政党来说，其最核心的资源则是人民，即所谓自古以来执政者所关注的“人心向背”问题。所谓“天时不如地利、地利不如人和”。正是基于对历史经验的深刻认识，我们党始终强调“以人为本”“执政为民”。如何做到以人为本？首先就要倾听民意。传统的政治组织主要是通过上传下达和层层上报的方式来沟通政府与百姓间的信息交流。互联网时代，国家治理的本质是重构政府与人民的关系。这意味着政府职能应超越简单的政务公开，而要向着倾听民意、化解民怨、调动民众参与、加强政民互动转变。当前，为人民服务的本质就是要将发展成果更多更公平地惠及全体人民。大数据、智能云引擎等技术不仅可以帮助政府及时获知未经充分利用的资源信息、优化资源配置，还能精准连接供需双方分配资源，提高资源使用效率，让人民在共享互联网发展成果时有更多获得感。

党员干部要做到：一是要善于利用互联网了解和贴近民众，高度重视网络社交新媒介中反映出的民情民意，充分应用大数据手段来实现国家治理目标；二是要真诚地为民众排忧解难，真诚是行事的出发点，如果真诚上有所欠缺，只是套路和手法，就难以激发民众的共鸣，也就无法获得民众的认同和参与；三是必须理解民众参与只是表象，国家治理创新的关键在于提升人民的信任感，只有获得了人民的认可和信任，人民才会积极参与与政府的互动。

连接思维与“协同共治”。天下大同是我国自古以来的社会理想。虽然现代社会钢筋水泥的区隔，人为地造成了人际间的冷漠疏离，但互联网的兴起为所有人提供了连接机会和社交平台，人们可以借此自由地分享思想、感受和生活，在多元化选择与参与中体会乐趣、建立信任。互联网社交工具的圈层化和集聚效应让不同阶层的人可以以平等的身份、因相同的兴趣和价值观在网络上以社群的形式存在。社群打破了原有的社会结构，不仅让社群内部不同阶层的社会成员得以实现从线上到线下的直接互动，还以集体的形式参与了各种社会对话和政治对话。这些互动与参与不仅改变了社会关系和文化心理，还在潜移默化中影响和改变着社会的权力结构。领导干部要牢固树立与不同社群建立连接的意识，充分实现党的领导、政府主导、多方参与、共同治理的国家治理新格局。

国家治理