

检察微信公众号传播效果实证探究

□ 冉诗玉, 张 雷

(重庆市人民检察院第四分院, 重庆 409000)

摘 要: 当下, 检察微信公众号已成为加强检察机关与社会公众互动的新渠道、推进阳光检务的新媒体。通过对重庆市检察微信公众号发展现状的实证研究可以看出, 检察微信公众号的传播效果具有时效性、检务性、服务性、区域性等特征。本文在对检察微信公众号传播效果的功能进行定位的基础上, 针对检察微信公众号存在的推广力度不够, 传播频次不规律, 栏目设置不完善等问题, 提出以下建议: 强化推广力度, 扩大受众范围; 加强双向互动, 设置固定栏目; 丰富内容和形式, 建立良好的运行管理机制, 等等, 以增强检察微信传播效果, 提升传播效能。

关 键 词: 检察微信公众号; 传播效果; 功能定位

中图分类号: G206

文献标识码: A

文章编号: 1007-8207 (2018) 05-0057-09

收稿日期: 2018-01-02

作者简介: 冉诗玉 (1972—), 男, 苗族, 重庆酉阳人, 重庆市人民检察院第四分院法律政策研究室主任, 法学硕士, 三级高级检察官, 研究方向为刑法学、检察实务; 张雷 (1992—), 男, 苗族, 重庆酉阳人, 重庆市人民检察院第四分院法律政策研究室科员, 法学硕士, 五级书记员, 研究方向为刑法学、检察实务。

基金项目: 本文系重庆市人民检察院2017年重点研究课题“律师参与化解和代理申诉案件实证研究”的阶段性成果, 项目编号: CQJCY2016B14; 重庆市人民检察院第四分院2017年重点研究课题“检察工作与大数据发展”的阶段性成果, 项目编号: CQJCYSFY201703。

微信公众平台的迅速发展为信息传播提供了更为便利和有效的渠道。在新媒体信息传播的大趋势下, 检察微信公众号应运而生。检察微信公众号包括各级检察机关登记注册的官方微博公众号和检察机关工作人员注册的公开职业身份信息的个人微信公众号。^[1] 本文所指的检察微信公众号(以下简称检察微信)是官方微博公众号。

传播效果是指传播对人的行为产生的有效结果。从广义来说, 检察微信传播效果即为检察微信公众号传播行为所引起的客观结果, 包括对他人和周围社会实际发生作用的一切影响和后果。^[2] 从狭义来说, 检察微信传播效果的核心

在于受众能够获取有效的媒介信息, 并对受众产生影响和作用, 即吸引更多的受众对检察微信所传播的媒介信息进行阅读、评价是检察微信传播效果实现的主要目标。受众对检察微信所传播信息的阅读量和点赞量可以直接反映出受众的注意度和信息获取度, 是媒介信息二次传播的基础要件, 对其进行分析可以找出检察微信的传播特点及发展趋势。^[3]

笔者选取了重庆市45个检察微信中影响力位居前列的“重庆检察”“重庆检事儿”“大渡口检察”“渝北检察”“巴南检察”“南岸检察”“长寿检察”“涪陵检察”“渝中检察”“江北检察”10个检察微信, 通过2017年1月至6月间推送信息数

量、推送内容、互动情况等调查数据,在比较研究的基础上,分析其特征和功能以及掣肘检察微信传播效果提升的原因,进而提出了增强检察微信传播效果的对策。

一、重庆检察微信的现状

(一)推送信息总数和推送频次逐渐增多

相较于2017年第一季度,第二季度10个检察微信的推送信息总数从514条增加到了857条,增长率为66.7%。虽然推送信息增多并不一定能够使阅读量和点赞量上升,但推送信息总数的增加还是使阅读量和点赞量有了明显的上涨(如表1所示)。在10个检察微信中,除“重庆检事儿”能够保持每个工作日更新外,其他9个检察微信的推送频次并不确定。以推送频次来看,每3个工作日推送一次的检察微信最多,占70%;每5个工作日推送一次的检察微信其次,占20%,而且有时会出现2或4个工作日推送一次的情况。从推送信息的每次推送数量来看,推送5条以上的仅有“重庆检察”和“重庆检事儿”,占20%,其他的从1条到3条不等,占80%。而且从早上9时上班到下午5时下班都有可能推送信息,并无明确的推送时间。所以说,检察微信的信息推送频次和推送信息总数并无明确限定,随机性较强。

表1 重庆市检察微信2017年上半年信息发布情况

| 检察微信 | 推送信息总数 | 推送频次(日) | 每次推送数量 | 阅读量和点赞量 |
|-------|--------|---------|--------|---------|
| 重庆检察 | 112 | 5 | 5 | 13456 |
| 重庆检事儿 | 456 | 1 | 5 | 45732 |
| 大渡口检察 | 107 | 3 | 1 | 4533 |
| 渝北检察 | 96 | 3 | 3 | 3478 |
| 巴南检察 | 109 | 3 | 2 | 3309 |
| 南岸检察 | 112 | 3 | 2 | 3108 |
| 长寿检察 | 123 | 3 | 3 | 2904 |
| 涪陵检察 | 99 | 3 | 2 | 2878 |
| 渝中检察 | 89 | 3 | 1 | 2760 |
| 江北检察 | 68 | 5 | 1 | 2652 |

注:各区县检察微信阅读量和点赞量仅统计重庆市检察院所转发的重点微信信息影响力。

(二)推送内容涵盖范围扩大

通过对10个检察微信在2017年上半年共1371条推送信息进行分析可以发现,2017年第一季度推送信息内容主要以业务信息、拍案说法为主,第二季度的推送信息内容更为多样化,除增加了业务和说法栏目,还增加了科室职能介绍、重大活动推介、先进人物宣传、普法知识宣传及其他内容(如表2所示)。由此看来,检察微信推送的信息更加注重从社会公众的角度来思考问题,并经常通过直播推介、线下活动来激发受众的感知和共鸣。如“巴南检察”的“对话检察官”栏目,自2017年6月起,每期栏目推出的内容都是实地直播,并有受众参与问答和互动,其被区委、市检察院、市政法委转发之后,阅读和点赞量总计达到了1万+。内容的多样性得到了受众的认同并激发了受众的兴趣,从而成为检察微信媒介信息的“二次传播者”。

表2 重庆市检察微信2017年上半年信息

发布内容情况统计

| 检察微信 | 特色栏目 | 推送数量 | 日常推送方式 | 阅读量和点赞量 |
|-------|-------|------|-----------|---------|
| 重庆检察 | 无 | 0 | 图片+文字 | 0 |
| 重庆检事儿 | 拍案说法 | 20 | 文字+庭审问答图片 | 11090 |
| 大渡口检察 | 莎姐检务 | 14 | 音频、H5、图文 | 1109 |
| 渝北检察 | 检察风采 | 11 | 图文、音频+视频 | 1302 |
| 巴南检察 | 对话检察官 | 5 | 视频直播、互动问答 | 908 |
| 南岸检察 | 无 | 0 | 图文、视频、H5 | 0 |
| 长寿检察 | 检史展览 | 8 | 视频、图文+音频 | 1459 |
| 涪陵检察 | 环保动态 | 4 | 图文、视频、H5 | 560 |
| 渝中检察 | 无 | 0 | 图文、互动问答 | 0 |
| 江北检察 | 无 | 0 | 图文、视频、H5 | 0 |

注:检察微信阅读量和点赞量仅统计本系统数据,未统计被政府机关转发数据。

(三)推送技巧更为多样化

相对而言,“重庆检察”作为重庆市检察机

关的最高一级检察微信,其推送形式较为固定,主要以“图片+文字”的方式推送重大检务信息和法律问题解答。而其他检察微信作为地区性微信,传播方式和技巧更为灵活多样,图文并用、H5、互动问答、视频直播等传播方式引导受众产生充分的阅读需求,而且经常采用夸张、疑问等方式来制造悬念和渲染氛围,以增加受众阅读的趣味性(如表2所示)。根据调查结果显示:在2017年第二季度推送的信息中,只有4.8%属于纯文字,67.1%采用了图文并用形式,28.1%配有视频、音频或是电视直播。以“长寿检察”的西南地区首个检史馆宣传为例:第一季度的宣传主要以图文为主,题目多为某某领导参观西部首个检史馆,第二季度则改成了音视频混搭辅以图文并用形式,并增加了互动和网络直播,宣传标题也改为“揭秘中西部首个检察简史展览馆之《重庆篇》《世界篇》”等,其阅读量和点赞量远远高于第一季度的普通传播方式。

(四)增加了互动留言功能并取得了良好效果

信息从接收到反馈的过程反映了传播效果。作为官方公众号的检察微信因其职能特殊,所以主要是通过受众的留言来进行互动。调查发现,2017年第一季度10个检察微信都未开通互动留言功能,而在第二季度,“巴南检察”“渝北检察”“大渡口检察”3个检察微信相继开通了留言功能,与受众进行互动。受众可以通过留言发表看法,检察微信通过回复与受众进行良好的互动来解决一些检务工作中存在的问题。

二、检察微信传播效果的特征

通过对检察微信的信息传播特点进行分析后发现,检察微信除了具备一般官方微信公众号的功能和特点外,同时还具有推进阳光检务

和便民服务等特征。^[4]

(一)时效性:树立检察机关形象,适时传播准确、权威的检务信息

为了确保检察机关在应对社会舆情时不缺位、不失声,检察微信必须保证能够及时高效地发布检务信息,也就是必须在合理界定社会公众对重大案件和检务活动评判参与的情况下,通过快速的社交移动平台发布第一手的正面信息。例如巴南区检察院办理的一起小区居民划破乱停车辆案件,在公诉阶段,被告人将此事公布于网络引发了市民热议,“巴南检察”随即作了一条微信推文《“划破乱停车辆”引市民热议,泄愤报复划车,这样好吗?》回应公众的疑问。检察微信在第一时间传递出检察机关的声音得到了受众的认可。按照最高人民检察院2016年出台的《检察微信公众号管理暂行办法》中的相关规定,检察微信必须采取编辑初审、科长把关、分管领导终审的信息发布模式,对于重要的案件信息传播还需经过检察长和上级检察机关的重重审核,这就确保了检察微信传播信息的准确性和权威性。

(二)服务性:了解受众的服务需求,多角度提升用户体验

检察微信作为官方微信公众号的一种,具备一对一互动沟通的私密性特征,受众的留言回复要经过审查才可公布,其余信息只有受众和检察微信管理者知晓,这既可以推动检民互动,又可以保证互动信息的私密性,使检民更容易拉近距离。而检察微信作为检察机关法制宣传和便民申诉的网络平台,既可以提供受众喜闻乐见的检务信息,也可以接受受众关于检察业务、案件举报方面的申诉和咨询。以“大渡口

检察”为例,其“莎姐”检务宣传栏目作为全国检察机关十佳法制微信宣传栏目,拥有大量的受众,每次“莎姐”检务互动都能够带动青少年法制宣传和解决一批犯罪预防问题,其影响力正在逐步提升,并成为重庆市检察微信宣传栏目的王牌。

(三)检务性:聚焦检察机关建设成就,全方位展现检察发展成果

作为检察机关在网络新媒体中发声最有力的代表,检察微信往往是站在检察机关的视角,以相对严谨的态度对检察机关在各个方面取得的成绩进行全方位的介绍。以“重庆检察”为例:其检察微信的主要功能是发布与检察机关有关的工作动态、重大案件办理情况、工作职责和重大检务活动等方面的信息,并经过慎重的编辑,推出贴近公众生活实际的正能量信息。

(四)区域性:服务地方法制建设,推进社会综合治理

检察微信所发布的信息、进行的互动主要是针对本辖区,通常都是地方性的检务信息,如“涪陵检察”“江北检察”等检察微信的命名都是以地域名为前缀,表明其业务范围主要针对该区域。如重庆市巴南区在2017年上半年因推销引发的民生案件呈现多发态势,“巴南检察”在对话检察官栏目推出的《浑身都是戏,矮黑胖检察官花式揭秘保健品推销套路》一文,不仅在当地阅读量和点赞量过1万+,还接连地被“重庆检察”和最高检“正点巡检”转发,从区域性的法制宣传拓展到了全国性的社会综治服务。

三、检察微信传播效果的功能

检察微信作为一种特殊的官方公众号,既要分析研究其传播信息的特点和传播效果的特

点,还要对其传播效果的功能进行精准的定位。准确的功能定位能够使检察微信在注重传播信息的丰富性和感染力的前提下达到满足公众的个性化需求的目的。

(一)网络社会微型化的社会公众服务平台

当下,互联网已经影响到了社会生活的方方面面,各种危机和舆情事件很容易引起社会公众的关注,使得检察机关的综合治理难度日渐加大。因此,如何提高检察机关在网络社会中的便民服务和法律监督水平,已经成为一个重要的现实性问题。检察微信作为一种微型化的社会公众服务平台,在信息传播中具有极佳的综合服务功能,主要包括有效的信息传播、法律监督和便民服务这三个功能。

信息传播。作为检察机关检务信息的传播平台,检察微信的主要功能是为受众普及紧贴生活实际的法律常识和技巧,以及为维护其切身合法权益提供有效的法律知识。包括提供法律知识和重大案件、重要检察活动的媒介信息;提供生活中常见犯罪的预防攻略、新法律法规的解读以及检察机关内部机构的职能划分介绍,用以满足受众的基本需求,从而扩大传播覆盖面,提升微信平台影响力。^[5]

法律监督。作为一个全方位、多元化的动态信息平台,检察微信的主要功能是提供犯罪举报、便民申诉以及法律知识咨询等服务。其作为参与社会综合治理、服务社会公众、打击犯罪活动、监督不法行为的新媒体平台,对扩大社会综合治理的公众基础起着积极作用。

便民服务。作为检察微信社会综治服务的平台,检察微信的最主要功能是立足于提升受众的法制意识以及应对法律问题的处理能

力,以图文、视频等方式向受众传播法制管理措施方面的信息,以满足受众的互动性需求,并具备服务好、针对性强、信息量大的功能。

(二)构建检民关系良好的舆论引导平台

检察工作在防治社会舆情风险和服务于国家全面综合发展的过程中,除了依靠检察机关自身的法律监督职能外,还需要借助微信等新媒体进行舆论引导。当下,以微信等自媒体为主要宣传阵地的新型信息传播方式构成了新的舆情场域,如何运用新媒体进行舆论引导,是检察机关在新旧媒体融合发展的背景下需要应对的一个现实性问题。

检察微信作为检察机关与社会公众之间的微型传播自媒体平台,在检察工作的舆论场域扮演着积极引导与调和者的角色,其信息传播的目的是联系检察工作者与社会公众这两个舆论场域。从发布内容来看,检察微信应是针对政法类的热点问题和事件进行法律解读,目的是向受众解答检察工作中出现的诸多关键性问题,比如对国家法律政策的解读、对先进模范人物的宣传、对重大案件事实与证据的剖析等。这些法制性问题在舆论场域经常会出现一些与检察机关媒介传播的信息不同甚至是截然相反的声音。因此,检察微信应采取网络化、平民化的语言来加以回应,对社会公众关注的法制问题加以解读,从宏观和微观上加以分析,保证其传播信息精准地回应敏感话题,从而引导正确的舆论。与此同时,良性的互动平台还可以给予社会舆论各方一个理性的交流平台,促进各类意见和声音的交换和融合,从而调和不同受众之间的矛盾,构建良好的检民关系。^[6]

(三)检务信息和法制宣传的精准传输渠道

目前,全社会还未能完全确立法制观念,还未能养成运用法律手段解决问题的良好习惯。因此,对检察机关来说,普及法律知识,培养公众依法办事的良好习惯,深入贯彻落实依法治国基本方略的一个重要方式就是要进行法制宣传。检察微信作为当下检察机关传播检务信息,推进法制宣传的重要传输渠道,更需要精准地对其功能进行定位,强化职能运行,推进依法治国。^[7]应秉承法治启蒙的理念,以法治思维为落脚点,积极推送有关法治方面的检务信息和宣传内容。^[8]如“巴南检察”的“对话检察官”栏目,便是以法治人物微访谈的方式推广普法知识,通过对具体事件和具体问题的分析以及互动来宣传相关法律政策的司法理念,使普法宣传更加有力。

四、影响检察微信传播

效果的原因

(一)推广力度不够,潜力挖掘不足

目前,公众主要是通过搜索关键词和通过检察机关发布的信息来关注检察微信,大多数公众并不知道如何查找检察微信,而且也难以确定所要查找的检察微信是否已经开通,这就需要检察机关加强检察微信的宣传和推广,以提高受众数量,提升传播效果。虽然检察微信实现了检察机关与社会公众的零距离接触,但是这种接触主要是以受众的关注和转发为前提的,因此,扩大检察微信的宣传范围,加大检察微信推广的力度,显得尤为重要。但在调查中笔者发现,10个检察微信的关注总数只有3891人,其中“重庆检察”“重庆检事儿”这两个重庆市检察院的官方微信就占了关注总数的71.4%,而区县级检察微信的平均关注数还不到150人,普遍

都存在推广不足、粉丝数量少、文章转发量小等问题。

检察微信所发布的信息应以检察实务为主,具有较高的严肃性和权威性,但这并不意味着传播的内容不具有趣味性。调查发现,检察微信虽然都采取了图文并用、视频音频搭配等方式来提高内容的可读性,但部分图片尤其是标题图片大多是为了吸引公众关注,与主体传播内容的关联并不大,反而使得传播效果的权威性下降(如表3所示)。重庆市检察院曾对这10个检察微信的满意度和关注度进行了调查,其结果显示,一对一交流的程度和服务效果满意度都有待提升,而且除去10个比较活跃的检察微信外,其他区县的检察微信大多长时间处于“僵尸”状态,只有转发信息,没有原创信息,尚未挖掘出属于这个区域检察微信的特色服务项目。

表3 重庆市检察微信2017年上半年
满意度和关注度调查统计

| 检察微信 | 是否开通互动 | 一对一交流 满意度 | 服务效果满意度 | 微信关注数 |
|-------|--------|--------------|---------|-------|
| 重庆检察 | 否 | 0 | 50.73% | 1278 |
| 重庆检事儿 | 否 | 0 | 43.97% | 1500 |
| 大渡口检察 | 是 | 33.33% | 45.43% | 184 |
| 渝北检察 | 是 | 20.45% | 40.12% | 165 |
| 巴南检察 | 是 | 41.36% | 30.16% | 167 |
| 南岸检察 | 否 | 0 | 38.19% | 132 |
| 长寿检察 | 否 | 0 | 40.05% | 112 |
| 涪陵检察 | 否 | 0 | 34.24% | 167 |
| 渝中检察 | 否 | 0 | 29.45% | 124 |
| 江北检察 | 否 | 0 | 23.17% | 152 |

(二)信息传播以单项传递为主,栏目设置简单

检察微信通过发布事实真相、调查结果等信息来引导受众,但这仅仅是单项的信息传递,不足以起到舆论引导的作用。受众期待的是与自身息息相关的信息,这就需要检察微信具有

互动的功能,使得受众能够有针对性和自主性地接受信息传播。^[9]但在调查中发现,10个检察微信有7个还未开通留言回复功能,而开通留言回复功能的3个检察微信也仅仅是在检察新闻发布栏目有此功能。以“巴南检察”为例:主页底部菜单分为走进巴检、便民服务、检察文化这3个板块,其中的新闻动态、举报申诉、法律咨询都应当设置留言回复功能,便于检民互动,但实践中仅有新闻动态可供受众互动留言,而且回复功能也只是初级的人工回复,缺乏有效的自动回复功能设置,导致受众的满意度并不高(如表3所示)。

检察微信的互动功能既是检务性的要求,也是服务性的体现。然而在调查中笔者发现,大多数的检察微信提供的服务差强人意,受众希望通过检察微信表达自身的意愿和意见,但检察微信管理部门并不能及时给予回复,工作效率较低,对于受众提出的问题大都是回复即止,很少有线下调查走访。目前,互动功能的欠缺已严重影响了检察微信的传播效果,受众对检察微信的黏性自然也不足以支撑其发展。拓展到重庆全市的检察微信,在45个检察微信中有23个是单项栏目设置,其只有检察新闻的发布功能,缺少受众的法律咨询和检务查询功能。检察微信所能够提供的互动功能欠缺,提供的检察服务较为单一,难以满足当下公众日渐增长的服务需求。

(三)推送频次不规律,推送形式不够丰富

检察微信的信息推送频次和信息数量呈现出不规律性,而且信息总数差异较大,信息推送的频次与特定时间也无太大联系,没有形成固定的推送时间和规律,很难培养受众的阅读习

惯,导致用户群体不稳定。而且地方检察微信推送的信息多以文字为题,推送前语大多是图文结合,难以满足受众对于新信息的需求。除了少数热门检察微信外,大多数检察微信都是使用老式图文插叙或是纯文字推送的方式,影响了传播效果的提升。

(四)运行管理机制不健全

选题、选材和信息发布机制不完备。最高人民检察院出台的《检察微信公众号管理暂行办法》并没有对策划选题,收集、审核和发布信息的运行流程进行具体的规定,各地方对检察微信也未作出统一的运行规制,其所传播的信息经常是“随性而为”,没有界定具体的选材范围,因而难以达到最佳的传播效果。同时,不完备的信息发布方式极容易引发社会舆情,如最近引起热议的贵州“黔东南检察”推出的有关“检察官为加班置4岁儿子在家玩耍身亡”的人物宣传,因内容不合常理,引发了受众的批评和质疑,其根本原因就在于选材和发布信息机制不健全,导致宣传人员随意发布信息。

运行维护人员配置不合理。根据最高人民检察院的要求,各地检察机关都应当选派专门的工作人员负责检察微信的日常运行和维护,但由于各地区和各层级存在不同程度上的差异,导致运行水平参差不齐。基层检察机关基本上没有专职的负责检察微信日常运行维护的人员,而兼职的日常维护人员除了要完成本职工作外,还要兼职做检察微信和检察微博的信息传播工作,有限的精力难以提升检察微信推送信息的传播效果。新媒体运行工作需要较高的技术水平,检察微信的推送方式和手段日益科技化,但基层检察机关的宣传人员大多都是

法学或是汉语言文学专业出身,技术水平有限,难以优化传播手段和方式。^[10]

五、增强检察微信传播效果的对策

增强检察微信传播效果,必须在把握其传播特征的基础上,加大推广和宣传力度,拓展传播效果的深度和广度,严格把控运行程序,防止微信变成“危信”。此外,还要主动适应舆论场域变化,不断丰富检察微信传播信息的内容和形式,使检察微信成为检察工作和社会综合治理的新平台,用小微信作出检察机关的大“威信”,实现检察机关和社会公众、法律监督和法制宣传的社会综合治理创新。^[11]

(一)强化推广力度,扩大受众范围

1. 检察微信应以提升信息质量为主要突破点,站在社会公众的角度,尽量使用接地气的语言;同时,还要不断丰富与本地相关的信息内容,选择符合本地受众的媒介信息,最大限度吸引本地公众的关注。

2. 对订阅检察微信的受众进行统计分析,有针对性地发放调查问卷,合理地设计调查问卷的内容和推送相关信息,对受众所反馈的信息进行分类甄别并及时进行回复。

(二)加强双向互动,设置固定栏目

拓展信息传播的范围,增强检察微信与受众之间的互动性。作为为社会公众提供法律服务、传递法律知识、解答法律疑惑的平台,检察微信应该为受众提供互动服务,不仅要设置留言回复功能,还应该从多方面拓展互动渠道,保障受众能够在第一时间获取其所需要的回复信息,加强双向互动,拓展信息传递范围。

设置固定栏目培养受众媒介使用习惯。

调查发现,特定的栏目更能够提高受众的关注度。以“江北检察”“大渡口检察”为例,“江北检察”仅将检务公开作为单独一栏,而“大渡口检察”则将一般的检务公开与“莎姐”检务相分离,这样,受众能够准确而迅速地找到所需要的信息,既为受众提供了便利,又培养了受众对于独特栏目的媒介使用习惯。

(三)不断丰富检察微信内容和形式

丰富传播内容,拓展信息的原创性和时效性。一是传播内容应是把握受众的需求,贴近当地生活实际的法制信息。检察微信要对其传播内容以及范围有清晰而精准的定位,根据辖区内受众的分布和构成特点,灵活地提供符合其需求的个性化服务。对于地方检察机关辖区内的受众而言,获取有用的法制信息和接受法律服务便是其首要需求。如查询案件信息、受理举报申诉、知晓重大案情进展、了解检察机关内部机构的职能和服务内容等。二是注重内容的原创性和时效性。检察微信作为国家法律监督机关的官方公众号,其传播内容应当紧紧围绕检察工作的实际,结合自身业务及时发布原创信息。传播的原创信息要内容真实、数据准确、切合实际,避免发布容易引发误解的不当信息。在保证原创性和时效性的基础上,亲民而便捷、颇具深度而又不失活泼的媒介信息应当成为检察微信信息传播的主要发展方向。^[12]

丰富传播手段和方式。一是善于利用创新性标题。调查发现,吸引人的标题是引导受众阅读的关键要素。检察微信在传播信息之时应当善于采用一些容易引起受众共鸣的新鲜词汇,以激发受众的阅读兴趣。二是丰富传播方式。现在,越来越多的受众偏向于图文和视频,

所以,检察微信应采用图文、视频、音频、直播等多种方式,使传播内容变得活泼有趣、生动易懂,并以此激发受众转发的积极性,提高阅读量和点赞率,增加传播信息的广度和深度。

强化检察微信和检察微博之间的融合互动。在网络平台发展过程中,不同的平台可以互相依托,进而实现有效的资源共享和服务共赢。从传播的角度看,检察微信是强关系、深社交、精传播的平台,检察微博是弱关系、浅社交、泛传播的平台,二者相互协作,应当以检察微信为应用平台,以检察微博为发布平台,强化互动,助力阳光检务。^[13]

(四)建立良好的运行管理机制

构建策划选题以及收集、审核和发布信息的运行管理机制。检察微信管理部门在检查微信运行当中,先根据地方受众的兴趣和近期热点敏感话题策划内容选题,之后再对有关部门和具体人物开展素材收集和 Information 整理工作,形成的传播信息经严格审批后方可发布。^[14]其中,重大案件信息的发布还需要按照有关规定进行社会舆情研判,同时健全涉检舆情信息的收集、研判和处理机制。

构建专业的维护运行团队。目前,大多数检察微信的推送时间、频次不规律,内容缺乏原创性,一部分检察微信只有公众号的基本功能,因而需要懂得检察业务和新媒体业务的专业团队来维护。笔者认为,地方检察机关可以选择成立专门的新媒体工作室,由专业的检察业务工作人员和外聘的技术工作人员成立专业团队,以确保检察微信高效、规范地运行。

及时回应社会公众诉求。检察微信经常会收到受众的留言咨询、举报申诉等信息。为了

回应受众,提高检察机关的公信力,检察微信管理部门应当与其他业务职能部门建立沟通协调机制,及时回复受众在检察微信中提出的咨询、申诉和控告等,积极开展便民服务,并不断地拓展法律服务平台的受众范围。

微信平台的迅猛发展开辟了网络传播的新时代,作为社会舆论的“发动机”,微信以私密、及时、互动等特点改变了网络传播的格局,也给舆论引导和社会治理带来了新的挑战。检察机关应当提高对检察微信的重视程度,充分发挥检察微信在检察新媒体矩阵中的积极作用。当前,检察微信作为检察机关的自媒体平台,应当紧紧围绕检察工作实际,准确界定自身传播效果的功能定位,以理性、客观、真诚的态度发声,并准确把握微信平台的传播特点,加强推广和互动传播力度,不断丰富信息传播的内容和形式,建立良好的运行管理机制,塑造检察机关良好的社会形象,推动整个社会朝着和谐、稳定、正义的方向不断发展。

【参考文献】

- [1]李宗富,张向先.政务微信公众号服务质量评价指标体系构建及实证研究[J].图书情报工作,2016,(18):17.
- [2]汝一飞.高校官方微信公众平台研究[J].重庆邮电大学学报(社会科学版),2016,(03):82.
- [3]高一飞.网络时代的媒体与司法关系[M].中国民主法制出版社,2016.54.
- [4]王晋.《人民检察院案件信息公开工作规定(试行)》解读[J].人民检察,2014,(21):56.
- [5]葛明碧.微信公众号“长安剑”的多维功能定位[J].青年记者,2016,(17):45.
- [6]刘晓雯.运用检察新闻宣传带动提升检察公共关系[N].检察日报,2016(03).
- [7]王琬,郑磊.中国政务微信研究:特性、内容与互动[J].电子政务,2014,(01):45.
- [8]王永灿,郭红明.微信公众平台在高校思想政治教育中的应用[J].重庆邮电大学学报(社会科学版),2016,(05):66.
- [9]郭笑.政务微信公众平台信息服务及其质量评价研究[D].安徽大学硕士学位论文,2016.
- [10]李晓花.利用新媒体提高检察公信力问题研究——以云南检察机关为例[D].云南大学硕士学位论文,2016.
- [11]姜廷松.检察微信公众号影响力实证分析[J].中国应用法学,2017,(05):87.
- [12]葛蕾.创新微信应用,推动检务公开[N].检察日报,2016-09-14(003).
- [13]李财富,薛张伟.社会管理视阈下的政务微信探析[J].四川理工学院学报(社会科学版),2014(04):34.
- [14]王少辉,高业庭.基于微信平台的电子化公共服务模式创新研究——以“武汉交警”政务微信为例[J].电子政务,2014(08):57.

(责任编辑:牟春野)

On Prosecutors' WeChat Public Number Transmission Effect

Ran Shiyu, Zhang Lei

Abstract: At present, the number of public prosecution WeChat has become the new media channels, strengthen the procuratorial organs and the public interaction to promote the sunshine inspection services. This article studies from the analysis of the present status of Chongqing city public prosecutor WeChat, WeChat found the number of public communication effect the timeliness, procuratorial work, service features and regional, which can accurately analyze the function of procuratorial public communication effect of WeChat. However, the procuratorial WeChat public number still exists such problems as insufficient promotion, irregular dissemination frequency and imperfect column setting. Therefore, it should be improved from the aspects of enhancing interactive communication, setting up fixed columns, establishing good operational management mechanisms, enhancing the effectiveness of communication and enhancing the efficiency of communication.

Key words: procuratorial WeChat; communication effect; function position