

中央预算执行审计与媒体关注度

——基于国家治理的视角

王春飞¹ 郭云南²

(1.审计署审计科研所博士后工作站、中共中央党校博士后流动站,北京 100086;

2.对外经济贸易大学 国际经济贸易学院,北京 100029)

摘要:公共舆论监督是国家治理监督体系的重要组成部分,社交媒体关注审计结果是国家审计参与国家治理的重要外部机制。国家审计通过审计结果公告制度向社会公开审计发现的问题,借助社会舆论监督的力量来共同服务国家治理。本文利用审计署首次详细发布中央预算执行审计结果与整改公告的机会,考察了媒体关注度与审计发现问题和整改结果的关系,研究发现:在审计结果公告日,审计发现问题中涉及的金额越大且性质越严重的部门,越容易引起媒体的关注;但在整改公告日,审计发现问题中涉及的金额越大且性质越严重及整改力度较强的部门与媒体关注度虽然正相关,但证据微弱。因此,审计机构应改善与媒体的关系,引导媒体持续关注审计发现问题的整改;同时,改进整改公告披露的形式,以更有利于媒体的传播,进而提高整改效率。

关键词:预算执行审计;审计整改;媒体关注度;国家审计;审计报告

中图分类号:F239.44 **文献标识码:**A **文章编号:**1003-5230(2015)06-0003-07

一、引言

国家审计是具有预防、揭示和抵御功能的“免疫系统”,是国家治理的重要组成部分^[1],而审计结果公告制度是国家审计参与国家治理的重要手段^{[2][3]}。审计署于2003年发布第一个审计报告,引起全社会的热烈反响,掀起了一场“审计风暴”^[4]。截止到2015年初,审计署发布审计报告200份,内容涉及广泛,包括中央部门单位、国有企业、各类专项基金等多个领域,大大提高了政府的透明度,有利于国家治理目标的实现。但是,审计结果公告制度能成为国家审计参与国家治理的重要手段的重要隐含条件是审计报告能引起媒体关注,进而引导公众舆论进行监督。显然,审计报告能否真正引起媒体关注是国家审计参与国家治理的重要实证话题。

公共财政是国家治理的基础和重要支柱,国家审计依法对公共财政预算进行审计是法定的职责。

收稿日期:2015-06-25

基金项目:国家自然科学基金项目“会计师事务所内部治理与审计行为研究”(71302131);中国博士后科学基金项目“国家治理体系与国家审计体系现代化”(2015M570125)

作者简介:王春飞(1980—),男,江西南城人,审计署审计科研所博士后工作站、中共中央党校博士后流动站博士后,中央财经大学会计学院副教授;

郭云南(1983—),女,湖北沙洋人,对外经济贸易大学国际经济贸易学院讲师。

但是,以往研究发现,国家审计发现公共财政中存在的问题,屡审屡犯的情况比较突出,审计整改力度不大。本文通过对审计署中央预算执行审计结果公告(2014年第20、21号公告)和中央预算执行审计整改公告(2015年第2号公告)进行分析,研究社交媒体对中央预算执行审计公告的关注程度,研究发现:在审计结果公告日,审计发现问题金额较大且问题性质较严重的部门容易引起媒体关注;但是在审计整改公告日,虽然发现问题金额较大且问题性质较严重并能采取有力手段进行整改的部门容易引起媒体关注,但是证据较为微弱。总之,审计结果公告可能由于制度较为成熟,媒体关注较多;而审计整改公告在披露的时效性和形式上存在一定的局限,媒体关注度不足。

本文的研究意义和价值在于:(1)理论意义。媒体关注是国家审计参与国家治理的重要外部机制。本文以中央预算执行审计结果公告和整改公告为例,从国家治理角度,首次检验了审计公告的媒体关注度,在理论上丰富了审计公告、审计结果整改和国家治理与国家审计理论方面的文献。(2)研究方法。以往对审计公告和国家治理与国家审计理论的研究,多以理论分析为主,本文尝试使用实证的方法进行分析,在研究方法上有一定的创新,也为以后此类研究提供了借鉴和启发。(3)实践价值。本文的研究发现也能为审计机构完善中央预算执行审计结果公告和整改公告制度及引导媒体的外部监督提供参考。

二、制度背景与研究假设

(一)制度背景

1.审计结果公告。2014年6月25日,国家审计署网站公布了《中央部门单位2013年度预算执行情况和其他财政收支情况审计结果》(2014年第20号公告和2014年第21号公告)。对中央部门预算执行和决算草案的审计主要包括了38个中央部门,延伸审计至这些部门的389个所属单位;审计预算支出1542.38亿元,占这些部门年度预算总额的33.38%。表1列示了中央部门单位审计结果公告列示的基本结构和主要内容,从中我们发现,审计结果公告的主要内容包括审计发现的具体问题、涉及金额和数量等。

表1 审计结果公告结构

标题:XX部2013年度预算执行情况和其他财政收支情况审计结果	
正文结构	内容说明
一、基本情况	介绍预算单位基本情况、审计结果的整体情况和以前问题整改的说明
二、审计发现的主要内容	
(一)预算执行中存在的主要问题	介绍在预算执行中发现的具体问题,以及涉及金额和数量的披露
(二)其他财政收支中存在的主要问题	介绍在其他财政收支中发现的具体问题,以及涉及金额的披露
三、审计处理情况和建议	说明审计署已出具审计报告,对于各项审计问题提出的具体建议
四、审计发现问题的整改情况	
附表	
1.XX部2013年度财政拨款预算执行总体情况	
2.XX部2013年度重点审计单位财政拨款预算执行情况	

2.整改结果公告。在审计结果公告半年之后,2015年1月16日审计署公布了《中央部门单位2013年度预算执行情况和其他财政收支情况审计发现问题的整改结果》(2015年第2号公告),针对各部门审计发现问题的整改结果进行了独立具体披露。表2中是整改结果公告的主要内容和结构,从中我们发现,整改公告的主要内容包括具体单位的具体问题、涉及的金额和具体整改措施。

表2 整改结果公告结构

标题:XX部2013年度预算执行情况和其他财政收支情况审计发现问题的整改结果	
根据《中华人民共和国审计法规定》,2013年11月至2014年3月,审计署对XX部2013年预算执行情况和其他财政收支情况进行了审计。根据XX部提供的资料,截至2014年10月底,审计发现的整改情况如下:	
一、预算执行中存在主要问题的整改情况:发现的具体问题、涉及金额和具体整改措施	
二、其他财政收支中存在主要问题的整改情况:发现的具体问题、涉及金额和具体整改措施	

以往,审计署对审计整改披露较少且不具体,此次公告的重大变化是针对每个中央部门单位出具独立审计整改报告,列示了整改的具体单位、整改金额,以及具体整改措施等细节。相对以往而言,此次整改效果最好、力度最大,大部分违法违规问题得到纠正,各被审计单位通过上缴国库、归还原资金渠道、补征税款、收回贷(借)款、调整账目等方式,整改问题金额 1062.5 亿元,挽回和避免损失 33.9 亿元。制度机制也得到进一步完善,在整改具体个案的同时,有关部门根据审计建议,制定完善规章制度 3122 项,健全了长效机制;问责和责任追究到位,审计发现的案件线索及其他问题移送有关部门查处后,已有 1454 人被依法依规处理。

(二)假设发展

“阳光是最好的防腐剂”,透明度是社会有效运转的基石。俞可平把良好的国家治理称为“善治”,认为“善治”包括透明度、回应、参与等特征^{[5](P1-15)}。蔡春等认为只有充分的信息披露,民众才能更好地了解和监督政府等公共部门的受托经济责任的履行情况^[3]。随着政府透明化程度的加强,通过公共媒体宣传政治意图和公示政府工作越来越重要。媒体关注度是社会公众的关注动向的动态反映,在引导公众舆论方面发挥着巨大的推动力。陈晶璞和李艳萍认为,媒体对于企业的关注度越高,环境绩效的表现相对较好^[6]。李龙杰研究了股票收益与网络媒体关注度之间的关系^[7]。

理论上讲,政府审计和媒体监督都是为了寻求“公正”,两者价值目标趋同,但各有侧重且相得益彰。在审计取证环节,媒体监督能够为审计工作提供相关信息,构成审计线索的来源之一;在整改落实环节,媒体监督能够对被审计单位整改起到促进和推动作用^[8]。实证研究也发现类似的结论,如蒲丹林和王善平以各省、自治区、直辖市的审计机关为样本研究发现,在审计后期,媒体对政府审计情况报道越多的地区,被审计单位整改情况越好,已上缴的财政资金越多^[9]。

王芳和彭超然认为,政府可以从制度上引导公众参与政府审计并完善公众诉求的传导机制,以便充分发挥公众的监督合力在提升政府审计质量中的作用^[10]。社会公众借助社会媒体对审计公告的解读来了解政府的工作效率和被审计单位的预算执行情况。在审计结果公告中披露了具体部门的审计问题,披露事项涉及的问题金额不同,范围各异,性质也有较大差别,媒体对不同部门的关注度可能会受这些因素的影响。社会媒体可能会更加关注金额数量较大和危害性较广的单位和事项。因此,我们预期在中央预算执行审计结果公告公布后,通常审计发现问题的金额较大且性质严重的部门往往容易成为关注的焦点。我们据此提出如下假设:

H1:在审计结果公告日,媒体对问题金额较大且性质严重的部门关注度会有所增加。

审计结束后,审计机关需向被审计单位出具审计报告,被审计单位的主要负责人为整改第一责任人。审计整改是审计工作的重要环节,依法整改审计发现的问题是推进依法行政、依法治国的内在要求,是保障经济和社会健康发展的关键因素。但是,欧阳华生对 2003~2006 年预算执行审计结果进行分析,发现一些违规问题没有得到有效遏制,屡审屡犯的现象普遍存在^[4]。文富恒认为审计整改存在困难,有的避实就虚,有的轻描淡写,有的搞既往不咎等成为审计工作的难点^[11]。

以往社会审计的研究发现,媒体通过对审计鉴证行为的影响,在一定程度上发挥了对上市公司治理的作用^[12]。国家审计理论也认为,在整改落实环节,媒体监督能够对被审计单位整改起到促进和推动作用^[8]。国家审计也可以借鉴社会媒体的力量提高整改的效果。前文分析发现,整改公告的主要内容包括具体单位、具体问题、涉及的金额和具体措施,社会媒体可能会关注问题金额较大且性质严重并整改力度较强的部门。但是,也可能因审计整改措施效果不理想,新闻价值不大,故媒体关注意愿不强;或首次公告整改报告,社会媒体可能因不熟悉相关的公告,从而影响媒体关注的程度。因此,我们以原假设的方式提出:

H2:在整改结果公告日,媒体关注度与审计发现的问题整改不相关。

三、研究设计

(一)变量定义

1.媒体关注度。借鉴以往文献,本文选用百度新闻(<http://news.baidu.com/>)高级搜索引擎,即

输入部门名称以及所限定的时间段, 显示的新闻条数作为媒体关注度的量化指标^{[13][6]}。新闻条数越多, 表明媒体对部门的关注度越高。为了使得结论更加稳健, 选取不同时间段的媒体关注度进行验证, 审计结果公告日分别用 Media0 和 Media1 表示, 分别代表审计结果公告日当天和两天(当天和之后一天)平均新闻数减去正常水平下的平均新闻数; 审计结果整改公告日分别用 Zmedia0 和 Zmedia1 表示, 代表审计结果整改公告当天和两天(当天和之后一天)平均新闻数减去正常水平下的平均新闻数。我们使用审计公告日(2014. 6. 25)前一周三天(2014. 6. 16~2014. 6. 18)的平均新闻数量作为正常水平的媒体关注度。

2. 自变量定义。审计发现的问题是否重要取决于金额和性质两个因素。问题金额(Amount)定义为某个部门公告披露的各项问题金额加总, 并取自然对数。至于问题性质(Nature), 我们将某个部门的问题性质按照一定的标准分为严重和不严重, 将严重设为 1, 不严重设为 0。具体标准为: (1) 审计涉及问题包括账外资金、违规操作等性质恶劣的, 视作该部门问题严重; (2) “三公”经费超标是社会公众关注的重要问题, 2013 年 3 月李克强总理在答记者问时再次强调三公经费“只减不增”, 如果公告中存在“三公”经费超标、违规盖楼和办公用房超标、动用财政资金发“福利”等问题, 容易引起媒体关注, 我们也视其为该部门问题严重; (3) 如果一个子单位被多个披露的审计问题包含, 则视为该部门问题严重; (4) 该部门公告中的披露条数若大于 10 条则视为该部门问题严重。

另一自变量为整改力度(Strong), 整改力度分为强有力(记为 1)和非强有力(记为 0)。具体标准如下: (1) 强有力的整改方式一般包括: 追究至个人责任, 一般涉及“责成”、“批评教育”、“行政处罚”等; 资金收回或上缴, 一般涉及“收回”、“归还”等; 其他强有力方式, 一般涉及“停止”、“取消”、“完成清理”等。(2) 除上述提到的即为非强有力的整改方式, 一般指正正在整改但并没有得到妥善处理, 只是一些制度的修订, 正在解决或是期望今后能够解决, 一般涉及“修订”、“完善”、“加强”、“进一步”、“今后杜绝”、“正在审批”等字眼。若仅出现在一个披露事项中, 根据该事项的整改方式判断, 若强有力, 则记为 1, 反之, 记为 0; 若某部门出现在多个事项中, 须结合针对于每个事项的整改力度做出综合判断, 主要通过事项的金额和性质做出对应的整改力度评价, 若强有力, 则记为 1, 反之, 记为 0。如果某部门列示事项较多, 对于每个事项的整改力度又不同, 从而增加了对其整体整改力度判断的难度。在这里, 按照上述强有力的评判标准, 若对于该部门半数以上的事项都采取了强有力的整改方式则记作 1, 反之, 则记为 0。

(二) 模型设计

1. 审计发现问题与媒体关注度。我们使用如下模型来分析审计发现问题与媒体关注度的关系:

$$\text{Media} = \beta_0 + \beta_1 \text{Amount} + \beta_2 \text{Nature} + \beta_3 \text{Nature} * \text{Amount} + \beta_4 \text{Budget} + \beta_5 \text{News} + \beta_6 \text{Headquarter} + \varepsilon \quad (1)$$

模型(1)的因变量为媒体关注度(Media), 自变量为问题金额(Amount)和问题性质(Nature)。我们主要关注问题金额和性质的交互项(Nature * Amount)的系数 β_3 , 预期 β_3 显著大于 0, 说明如果某个部门问题性质严重并涉及金额巨大, 则更容易引起媒体关注。我们主要控制了部门预算数(Budget)、当期新闻总数(News)和是否为中央部委(Headquarter)等变量, 各变量的具体定义见表 3。

2. 问题整改与媒体关注度。我们使用如下模型来分析问题整改与媒体关注度的关系:

$$\text{Zmedia} = \beta_0 + \beta_1 \text{Amount} + \beta_2 \text{Nature} + \beta_3 \text{Strong} + \beta_4 \text{Nature} * \text{Amount} + \beta_5 \text{Nature} * \text{Strong} + \beta_6 \text{Strong} * \text{Amount} + \beta_7 \text{Nature} * \text{Amount} * \text{Strong} + \beta_8 \text{Budget} + \beta_9 \text{News} + \beta_{10} \text{Headquarter} + \varepsilon \quad (2)$$

模型(2)的因变量为媒体关注度(Zmedia), 自变量为问题金额(Amount)、问题性质(Nature)及整改力度(Strong)。我们主要关注问题金额和性质及整改力度的交互项(Nature * Amount * Strong)的系数 β_7 , 如果 β_7 显著大于 0, 说明如果某个部门问题性质严重、涉及金额巨大并整改力度较强, 则更容易引起媒体关注。其他控制变量与模型 1 相同。

(三) 样本选取

对于中央部门,研究对象为所披露的全部中央部门,共 38 个。对于二级单位,因为公告中按照事项进行披露,存在多个二级单位交叉披露的现象,即一个二级单位可能出现在几个审计问题中,一个审计问题也可能包含多个二级单位,需要在公告涉及的二级单位中逐一进行挑选。具体标准如下:(1)若所列审计问题金额只针对一个二级单位,且在其他综合性问题的金额中不包括此二级单位,则该二级单位入选;(2)若所列审计问题金额针对多个二级单位,且二级单位列示完整的,将涉及二级单位合并后入选;(3)若所列审计问题金额包括多个二级单位,且没有完全列示,用“等”表示的,其中涉及的二级单位从样本中剔除。根据以上标准,挑选出二级单位样本 105 个。此外,为排除异常值的影响,对所有的连续变量进行了(1%,99%)的 winsorized 处理。本文所用数据处理软件为 Stata 12.0。

表 3 变量定义说明

变量	变量名称	定义说明
Media	结果日媒体关注度	媒体关注度 = 观察窗口平均新闻数 - 正常水平下的媒体关注度
Zmedia	整改日媒体关注度	
Amount	问题金额	每个单位审计发现问题披露的金额(万元)并取自然对数
Nature	问题性质	严重 = 1, 不严重 = 0
Strong	整改力度	力度强 = 1, 力度弱 = 0
Budget	预算数	该中央部门 2013 年预算总额取对数
News	当期新闻总数	如果是中央部门,我们选择公告发布当月(2014 年 6 月)的新闻总数;如果是二级单位,由于新闻数量较少,我们选择公告发布当年(2014 年)的新闻总数 ^①
Head-quarter	中央部委	38 个中央部门单位属于中央财政以及预算单位,除人民日报外各部委都由多个二级预算单位构成;如果是中央部委则为 1, 否则为 0

四、描述性分析

(一) 描述性统计

表 4 为主要变量的描述性统计结果。表 4 显示,审计结果公告日平均的媒体关注度为 88.928;但是审计整改公告日平均的媒体关注度为 -19.674,其中位数为 0;大约有 53.8%的单位存在严重问题,有 65.7%的部门采取了强有力的措施来整改。

表 4 描述性统计

变量名	样本量	均值	方差	最小值	25%分位数	中位数	75%分位数	最大值
Media0	143	88.928	256.741	-292	0	1.667	5	1331.33
Media1	143	68.066	198.839	-324.67	0	1	3.5	926.33
Zmedia0	143	-19.674	165.921	-636	-1.667	0	0.167	528.5
Zmedia1	143	-33.664	166.587	-736	-2	0	0	464.33
Amount	143	16.103	2.806	10.106	13.909	16.263	18.133	21.804
Strong	143	0.657	0.476	0	0	1	1	1
Nature	143	0.538	0.5	0	0	1	1	1
Budget	143	13.26	1.777	9.458	11.858	13.409	14.802	19.126
News	143	6.127	2.678	1.099	4.078	6.537	8.006	10.975
Headquarter	143	0.266	0.443	0	0	0	1	1

(二) 相关分析

从相关系数表(表 5)中,我们发现:Amount 与 Media0、Media1 显著正相关,说明问题金额越大的部门在审计结果公告日越容易引起媒体关注;Nature 与 Media0、Media1 显著正相关,说明问题性质越严重的部门在审计结果公告日越容易引起媒体关注。但是,在整改日我们没有发现类似的结果。同样,Strong 与 Zmedia0、Zmedia1 也没有表现出显著的相关性。

五、实证结果

(一) 审计结果公告日实证结果

表 6 为审计发现问题与媒体关注度的结果。从表 6 中第(2)列我们发现:Nature * Amount 的系数为 28.414,且在 5%的水平下显著,说明审计发现问题的金额越大且问题越严重的部门更容易引起媒体关注;Amount 的系数显著为负,说明在问题性质不严重的部门即使金额较大也不容易引起媒体

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1 Media0	1								
2 Media1	0.95***	1							
3 Zmedia0	-0.19**	-0.17**	1						
4 Zmedia1	-0.27***	-0.29***	0.94***	1					
5 Amount	0.27***	0.28***	-0.17**	-0.23***	1				
6 Strong	-0.16*	-0.12	-0.02	-0.06	0.07	1			
7 Nature	0.17**	0.14*	-0.02	-0.01	0.31***	0.19**	1		
8 Budget	-0.05	-0.02	-0.01	-0.02	0.22***	0.19**	0.07	1	
9 News	0.30***	0.30***	-0.07	-0.16**	0.35***	0.1	0.12	0.01	1
10 Headquater	0.57***	0.56***	-0.19**	-0.33***	0.52***	-0.03	0.02	-0.03	0.58***

注:***、**、* 分别表示 0.01、0.05 和 0.1 的显著性水平(双尾)。

关注,说明媒体有自身的考量,偏好关注社会热点。同样的结果也出现在表 6 中第(4)栏,具体来说:对于单个部门,审计结果公告中列示的审计结果项目越详细、范围越广,且在披露过程中涉及较多当前热点社会话题,相应的媒体关注度就会上升;另外,发现问题的种类越多,性质越恶劣(比如账外资金、违规操作等),其媒体关注度越高。

(二)整改公告日实证结果

表 7 为问题整改与媒体关注度的结果。表 7 中第(2)栏显示, Nature * Amount * Strong 的系数为 84.502, 在 10% 水平下显著,但是在表 7 中第(4)栏中该系数为 67.932, 但不显著,说明审计整改公告日的结论相对较弱,在整改公告日媒体的再监督作用不及审计结果公告时的作用强烈。我们认为,出现该现象的原因可能是,媒体对审计整改不太重视。此外,2013 年度的预算、决算情况距整改结果公告日,时间间隔较长,对于两年前的预算执行结果调整,公众的关注热情不高。因此,整改持续时间过长既不利于媒体和公众的监督,也不利于提高审计事项问题处理的效率,政府的审计工作应该在发现问题之后尽快解决。

(三)稳健性分析

为了验证本文结果的稳健性,我们还考虑了以下两种情况:第一,不同的分析层次。由于中央部委与二级预算单位之间存在显著区别,我们只关注二级预算单位,将中央部委删除,主要结论没有明显变化。第二,不同的观察窗口。我

表 6 审计发现问题与媒体关注度

Variables	(1) Media0	(2) Media0	(3) Media1	(4) Media1
Amount	-9.806 (0.222)	-26.891** (0.014)	-5.996 (0.281)	-18.621** (0.025)
Nature	101.650** (0.018)	-349.910* (0.070)	65.273** (0.040)	-268.404* (0.080)
Nature * Amount		28.414** (0.031)		20.996** (0.049)
Budget	-2.639 (0.775)	-5.642 (0.556)	0.890 (0.898)	-1.328 (0.857)
News	-6.017 (0.238)	-3.308 (0.487)	-4.584 (0.251)	-2.582 (0.499)
Headquater	379.343*** (0.000)	372.051*** (0.000)	286.800*** (0.000)	281.411*** (0.000)
Constant	163.156 (0.349)	447.856** (0.035)	69.533 (0.578)	279.910* (0.089)
Observations	143	143	143	143
R-Squared	0.358	0.378	0.341	0.359

注:(1)括号中是 P-Value 值;(2)***、**、* 分别表示 0.01、0.05 和 0.1 的显著性水平(双尾)。下表同。

表 7 问题整改与媒体关注度

Variables	(1) Zmedia0	(2) Zmedia0	(3) Zmedia1	(4) Zmedia1
Strong	-29.115 (0.466)	765.520 (0.176)	-51.136 (0.236)	676.079 (0.226)
Amount	-8.511 (0.206)	12.397 (0.472)	-7.482 (0.217)	15.060 (0.457)
Nature	18.219 (0.719)	703.173 (0.169)	14.564 (0.767)	617.668 (0.243)
Amount * Strong		-54.260 (0.180)		-49.256 (0.227)
Nature * Amount		-44.827 (0.165)		-39.454 (0.254)
Nature * Strong		-1286.486* (0.084)		-1033.340 (0.153)
Nature * Amount * Strong		84.502* (0.087)		67.932 (0.165)
Budget	-4.728 (0.667)	-1.084 (0.914)	-4.428 (0.631)	-0.188 (0.983)
News	4.496 (0.535)	5.489 (0.378)	6.002 (0.464)	6.365 (0.353)
Headquater	-72.401 (0.207)	-54.229 (0.357)	-116.833** (0.036)	-99.356 (0.100)
Constant	178.310 (0.419)	-173.691 (0.562)	167.316 (0.379)	-218.905 (0.511)
Observations	143	143	143	143
R-Squared	0.044	0.101	0.076	0.113

们将因变量定义为公告日后3天,重新进行回归,主要结论没有明显变化。由此可见,本文的研究结论是稳健的。

六、结论与局限

本文首次考察媒体对国家中央部门预算执行审计的关注度变化,为政府审计的改进和政府与媒体的关系处理提供支持和依据。本文研究发现,在审计结果公告日,被审计单位的媒体关注度上升,随着时间推移逐渐趋向平均水平,且披露金额越大、性质越严重,媒体关注度的增加值越大,据此可以说明媒体对政府审计具备应有的关注度,数据的具体化使得公众更关注具体单位,政府利用媒体作为监督手段是合理的。在半年之后的整改结果公告日,被审计部门的媒体关注度变化不明显,整改力度对被审计单位的媒体影响力也甚小。因此,政府应该更多利用审计公告之后的媒体舆论导向和传播功能加大对被审计单位整改的压力,推进整改落到实处。在整改的过程中,应该及时、动态地向社会、媒体反映整改的进展,而非仅局限于整改结果公告日的公布,充分发挥媒体传播信息的时效性。此外,对整改公告披露的形式可能需要进一步改进,以更有利于媒体的传播,比如,将pdf附件形式改为网页模式,对重要问题以不同的方式显示等。

国家审计可以借助媒体减少审计工作阻力,提高审计公告的公信力。让媒体能够真正发挥关键作用的根本仍在于政府自身的实际行动。政府应坚持加大审计力度,扩大审计范围,通过严格的审计程序和具体的审计披露防范风险隐患,继续提升审计公告的透明度、广泛度,树立良好的形象。对审计发现问题应该追究其根本原因,从个别到一般,从局部到全部,从苗头到趋势,从微观到宏观,降低问题发生的概率,从源头上消除隐患,并健全责任追究和问责机制,促进国家治理现代化和国民经济健康发展。

当然,本文的研究也存在一定的局限性。在整改力度的判断和问题性质的度量上存在一定的主观性。需要特别说明的是,后续学者的研究可能在样本期间存在差异,社会关注的热点也会发生变化,对问题性质的度量应结合样本期间的现实情形。

注释:

①我们都使用2014年总的新闻数,主要结论没有明显变化。

参考文献:

- [1] 刘家义.论国家治理与国家审计[J].中国社会科学,2012,(3):60—72.
- [2] 张立民,许钊.审计人员视角下的国家审计推动完善国家治理路径研究[J].审计研究,2014,(1):9—17.
- [3] 蔡春,朱荣,蔡利.国家审计服务国家治理的理论分析与实现路径探讨——基于受托经济责任观的视角[J].审计研究,2012,(1):6—11.
- [4] 欧阳华生.我国国家审计报告信息分析:2003—2006——解读我国财政违规资金特征[J].审计研究,2007,(3):8—15.
- [5] 俞可平.治理与善治[M].北京:社会科学文献出版社,2000.
- [6] 陈晶璞,李艳萍.媒体关注度视角的环境绩效与财务绩效关系研究[J].财会通讯,2014,(9):106—108.
- [7] 李龙杰.股票收益与网络媒体的关注度[J].广西大学学报(哲学社会科学版),2013,(6):33—38.
- [8] 王芳,张琦.政府会计信息披露研究:国外文献回顾及启示[J].北京工商大学学报(社会科学版),2014,(5):7—14.
- [9] 蒲丹琳,王善平.政府审计、媒体监督与财政安全[J].当代财经,2011,(3):47—53.
- [10] 王芳,彭超然.公众集聚度与政府审计质量——基于公共选择理论的分析[J].中南财经政法大学学报,2015,(2):72—79.
- [11] 文富恒.审计整改存在的困难、原因及对策探析[J].湖南财政经济学院学报,2013,(1):105—110.
- [12] 冉明东,贺跃.媒体关注、制度环境与审计收费[J].中南财经政法大学学报,2014,(3):123—130.
- [13] 陶文杰,金占明.企业社会责任信息披露、媒体关注度与企业财务绩效关系研究[J].管理学报,2012,(8):1225—1331.

(责任编辑:胡浩志)