

How should government staff do a good job in new media publicity

Tian Hao

Anhui First Surveying and Mapping Institute, Hefei, Anhui, 230000, China

Abstract

In recent years, with the rapid development of new media, platforms such as WeChat and TikTok have gradually become one of the primary channels for public reading and information acquisition. This requires government publicity work to break free from the mindset of relying solely on traditional media, keep pace with the times, cultivate internet thinking, effectively utilize new media tools in government publicity work, prioritize the cultivation of publicity-related human resources, thereby enhancing the professional competence of publicity staff, expanding publicity methods, deepening and broadening publicity efforts, striving to establish a favorable government image of "serving the people" among the public, and pioneering new horizons for government publicity work.

Keywords

human resources, government publicity work, new media

政府工作人员如何做好新媒体宣传工作

郝甜

安徽省第一测绘院, 中国·安徽 合肥 230000

摘要

近年来, 随着新媒体的不断飞速发展, 微信以及抖音等新媒体平台逐渐正在成为群众阅读和获取信息的主要渠道之一, 这就要求政府的宣传工作要从单纯依靠传统媒体的思路解放出来, 要紧跟时代步伐, 培养互联网思维, 在政府宣传工作中用好新媒体的工具, 重视宣传类人力资源的培养, 从而加强宣传工作人员业务素养, 拓展宣传方式方法, 扩大宣传深度和广度, 努力在群众中树立“为人民服务”的良好政府形象, 并且开拓政府宣传工作新局面。

关键词

人力资源, 政府宣传工作, 新媒体

1 引言

新媒体是指与报纸、广播、电视等传统媒体之外的新兴媒体形态, 它依托于网络技术和新数字技术, 通过互联网等传输渠道, 利用电脑、平板和智能手机等终端, 向群众传播信息提供信息服务等。近年来, 随着网络技术和信息技术的迅猛发展, 再加上智能手机、5G网络的普及, 群众接受信息的方式发生了巨大变化, 传统媒体日渐式微, 新媒体已经逐渐取代传统媒体, 成为新时代的主流媒体。

政府是国家意志的维护者和执行者, 也是人民意志和人民利益的实践者。政府是传递政策信息、引导社会舆论的关键角色。政府宣传工作是指政府机关工作人员围绕主旋律, 针对时代环境, 利用新媒体渠道, 为政府各类工作开展宣传的工作。

2 对新时代新媒体工作的认识

2.1 新媒体发展的基本情况

中国特色社会主义进入新时代, 这个新时代, 是承前启后、继往开来、在新的历史条件下继续夺取中国特色社会主义伟大胜利的时代, 新时代为我们各项工作都提出了新要求。

新时代对新媒体工作也有新的认识。“新媒体”是相对于报纸、广播、电视等传统媒体而言的, 在网络技术、数字技术等新兴的科学技术支撑下出现的媒体新形态, 常见的形式有网络电视、手机媒体等。具有传播方式灵活、互动性强、信息时效性强等特点。随着经济社会飞速发展, 特别是数字技术的进步、互联网的运用与发展, 为新媒体发展提供了多方位的保障与支持。同时网络群众数量的迅猛增长, 互联网覆盖率的持续上涨等原因, 为新媒体的持续发展提供了软硬件方面的支持。新媒体技术体系将日趋完善, 新媒体使用群体逐渐壮大, 业态种类逐渐增多, 新媒体将会以更加新颖更加便捷的形态出现在世人面前。

【作者简介】郝甜(1990-), 女, 中国安徽霍山人, 本科, 人力资源师, 从事政府人力资源与宣传研究。

2.2 新媒体发展问题较多

近年来,我国新媒体发展已基本成型,整体规模较大。但目前,尚未形成系统,缺乏有效整合。各类网站鱼龙混杂,虽然有百度、今日头条等在全国范围具有较大影响力的大型门户网站,但也有不少传播虚假、低俗、色情等内容的不法网站。“不法化”凸显了部分新媒体为了博得点击率和广告收入,片面追求经济利益的需求,不惜代价违背职业道德、社会公德,甚至触犯法律。部分新媒体出于利益的考虑,纵容少数不法分子的肆意行径。网上部分页面链接骗取点击率的虚假中奖信息和低俗不健康插图。为此,公安、网信等部门大力开展净网、清网等行动,维护互联网健康环境。例如,2021年,公安部深入推进“净网2021”专项行动,依法严厉打击突出网络违法犯罪,深入整治网络黑产、网络乱象,持续深化网络生态治理,并在专项行动中发起“断号”行动,对网络账号黑色产业链发起凌厉攻势,共抓获行业“内鬼”6000余名,打掉关停接码、打码、解封、养号、非法交易网络平台80余个,收缴“猫池”、卡池设备1万余台,查获关停涉案网络账号1000余万个,有力维护了网络空间秩序和人民群众合法权益。

2.3 政府宣传工作压力逐步增大

目前,我国还处在新媒体发展的初级阶段,尽管在发展速度较快,规模扩展大,但是由于我们对新媒体发展方向上存在定位不当,管理上落后、不健全,没有完整的管理体系,这都将不利于新媒体的可持续发展。由于新媒体的即时性、开放性等特点,任何一个个体都可以成为信息的发布者或传播者,如果他的意见、建议有较大的影响力,普通个体也可以随时成为舆论的焦点和意见领袖。政府部门在宣传工作中的绝对核心地位将会被动摇,舆论引导也日趋困难,面临的宣传形势日趋复杂。虽然目前网络媒体已建立较完善的信息审查机制和危机公关机制,但是网络的虚拟性、开放性和自由性等,使得政府宣传工作难度逐步增加、压力日趋增大。从现状来看,我国的新媒体具有分散发展、集约程度低、竞争力不强等特点。我们要清醒的认识分析我国新媒体发展所面临的问题,结合自身条件,以市场为导向,制定科学合理发展策略,才能在日趋复杂的发展环境中赢得新的挑战。

3 政府宣传工作中存在问题

3.1 工作重视程度不足

当前仍有部分政府部门依然沿用传统媒体运作的“老办法、老人员”,在进行机关宣传工作时沿用“一篇通稿打遍天下”的方式,在所有传播渠道上都是同样的宣传口径和文字,不考虑不同媒体的传播特点。还有部分政府部门对于新媒体工作的重视程度不够,没有形成互联网新媒体宣传意识,虽然建立政务网站、微信公众号、抖音官方号等,但大多是随大流,流于形式,宣传稿信息官味儿较浓、枯燥乏味,对群众需求考虑不足,无法吸引群众,满足群众新需求,最

后将新媒体平台运营成了应付检查、无人点击的“僵尸号”。政府单位宣传工作人员大多由机关办公室工作人员抽调或兼职,人员大都没有足够的时间、精力来撰写宣传材料、研究单位新闻宣传工作。尤其是基层单位,事务繁忙,更难安排专门人手来采写新闻稿件,通常一人身兼数职,顾此失彼,宣传工作形同虚设。

3.2 忽视与群众互动交流

近年来,政府部门在运用新媒体平台开展宣传工作时,普遍存在的情况就是沿用传统媒体单向推送的惯有模式,宣传内容枯燥、单一,宣传形式单调,实用性、可读性较差,较少考虑群众的阅读渠道、阅读时间和阅读习惯等,这样的单向传播固然无法激发群众主动阅读和参与互动的兴趣。有的新媒体虽然开设了与群众的沟通渠道,但是与群众的沟通诚意不足,常常出现言语敷衍、回复不及时等情况,无法做到“从群众中来,到群众中去”。

3.3 工作人员业务水平不高

目前,大多数政府部门从事宣传工作人员通常为机关办公室工作人员兼职或“半路出家”,且工作人员较少有中文、新闻等科班专业,甚至会有工科等业务人员“代劳”,该类人员语言水平有限,专业水平较低,加上不是专职做宣传工作,身兼数职,短期内难以胜任工作,只是应付处理宣传工作任务。加强政府宣传人力资源培养工作刻不容缓。

4 政府单位开展新媒体宣传的策略

4.1 加强组织领导 做好顶层设计

政府宣传部门要坚持习近平新时代中国特色社会主义思想为指引,不断深化对宣传思想工作规律性认识。坚持“两个确立”,增强“四个意识”,坚定“四个自信”,做到“两个维护”。政府宣传思想工作要做到“九个坚持”,即:坚持党对意识形态工作的领导权,坚持宣传思想工作“两个巩固”的根本任务,坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想武装全党、教育人民,坚持培育和践行社会主义核心价值观,坚持文化自信是更基础、更广泛、更深厚的自信,是更基本、更深沉、更持久的力量,坚持提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力,坚持以人民为中心的创作导向,坚持营造风清气正的网络空间,坚持讲好中国故事、传播好中国声音。

政府单位要牢固树立互联网思维,结合自身实际情况和新媒体宣传理念,制定科学合理的宣传工作方案,切实转变宣传方式方法,积极构造工作架构,逐步建立起一套完整的新媒体宣传体系。要综合利用好新媒体平台,提高单位自身的公共服务意识,引导舆论方向,扩大传播效果,积极服务群众,真正认识到新媒体在目前政府宣传工作中的重要作用。

4.2 重视数据分析 提升宣传效果

新媒体具有明显的双向交流特性,在传播过程中,群众具有较强的沟通、倾诉需求,群众希望有更多的机会表达

自身的意见和建议，不愿意做被动的信息接受者。政府部门开展宣传工作时，要重视媒体平台的后台大数据收集和分析，精准地把握订阅群众的关注重点和阅读习惯。以此为基础不断调整宣传内容、宣传方式，以便对宣传内容进行更加精准化的编辑，定时定向推送，以此来满足群众的共性需求和个性化需求，提高他们的使用满意度，提高宣传的针对性和有效性。新媒体之所以能够迅速在激烈的媒体竞争中胜出，就是因为新媒体群众平台更加注重群众体验，他们能够根据群众的阅读和浏览习惯，通过后台的大数据分析群众的个体差异和兴趣爱好，随后进行有针对性的精准信息推送，实现近似于一对一的传播。

政府单位要强化宣传工作人员力量，确保专人负责。加大教育培训力度，把政务新媒体工作纳入机关单位、基层领导干部的培训内容，每季度至少组织1次集中业务培训学习。发挥各级融媒体中心的专业优势，加强政务新媒体工作人员的工作交流、研讨，全面提升政务新媒体工作水平。

政府宣传工作在使用新媒体平台时，要保障传播效果，必须要注重与群众的沟通交流，确保言论渠道的畅通无阻，根据他们的需求来编辑、传播信息，加强与群众联系，提高群众满意度。

4.3 强化内容质量 提升传播影响

政府宣传要“以质取胜”，重视宣传内容质量。以单位微信群众号运营为例，要坚持质量为王、功能对应原则，内容菜单设置必须严格匹配功能定位，确保各层级逻辑清晰。通过科学的菜单架构设置，可有效提升群众的信息获取效率和服务体验，实现精准高效的政务服务。要强化内容质量，提升传播效能。大部分政务微信群众号存在内容来源单一、原创性不高等问题，导致传播影响力有限。为此，要严把宣传质量关，建立信息发布内容审核流程。要围绕本单位重点工作策划原创内容，突出宣传职能定位，提升传播精准度和服务实效性。要优化更新频率，确保信息发布的时效性和连续性。要坚持服务导向原则，围绕单位中心工作，做好宣传主题策划，重点推送重要政策文件信息和与群众切身利益相关、需要群众广泛知晓的信息。宣传内容要聚焦群众服

务事项，注重运用通俗易懂、生动活泼的语言、图表、音视频视频等群众喜闻乐见的形式表现，以此提升阅读知晓效果，突出宣传便捷性、实用性。

4.4 创新工作方法 优化宣传体验

人民群众是历史的创造者，是真正的英雄。互联网时代，群众对于政府的社会管理和社会服务提出更高的要求，要积极学习互联网时代新媒体宣传的成功案例。政府部门在搭建新媒体平台时，要主动了解群众需求，融合公共服务意识，为他们提供个性化、多样化服务。例如在微信、支付宝等平台推出政务服务版块，提供各种在线预约、在线查询、在线办理业务等多种便民服务功能，利用最新的网络技术构建信息宣传、政务公开、业务办理和互动交流于一体的综合政务服务平台，真正拓展政府的公共服务渠道。

作为移动端政务服务的重要窗口，对于政务微信群众号的群众体验优化尤为重要。AI人工智能为政府新媒体带来了前所未有的发展机遇。政务微信群众号可以探索引入AI技术，实现信息创作、舆情监测、群众分析等功能，在提升群众体验、改善服务质量等方面提供强有力的支撑。为确保政务微信群众号能够在各类移动设备上流畅运行，提供高质量的政务服务，必须重视并推进移动端的适配工作。

新媒体已经步入深化发展阶段，政府部门的宣传工作必须与时俱进，紧密联系群众需求，要适应媒体发展的新常态，主动有效地利用新媒体渠道开展政府宣传和服务工作，加强人力资源选拔、培养，力求更好地做好宣传工作，实现政府职能转变。政府单位要主动发布权威信息，及时回应群众关切，强化舆情引导，努力为区域发展提供高效的政务服务、良好的网络舆论支持，营造风清气朗的网络空间。

参考文献

- [1] 杨帆. 新媒体在政府宣传工作中的应用[J]. 记者观察, 2024, (12): 104-106. DOI: CNKI: SUN: GCJZ. 0. 2024-12-033.
- [2] 何美林. 新媒体时代政府信息公开存在的问题及对策研究[D]. 沈阳师范大学, 2017.
- [3] 刘学. 新媒体开拓政府宣传工作新局面的应用思考探究[J]. 海峡科技与产业, 2019, (05): 175-176. DOI: CNKI: SUN: HXKT. 0. 2019-05-072.