疫情防控期间衢州媒体宣传对政府融媒体中心建设的启示

张琪璇

新冠肺炎疫情再次提醒我们，要实现政府治理能力现代化，就必须提高政府部门的新闻宣传能力。要有一种敢于创新、敢于自我革命的精神，因地制宜、摸清家底，明确路线图和时间表，扎实推进融媒体中心中心的组建

2020年的春节注定让人难忘。新冠肺炎疫情风暴，把每个人都卷入到一场看不到硝烟的战争中。公众对疫情信息空前关注，如何做好新闻宣传工作也成为政府治理能力大考中的必答题。居家期间，笔者特别关注衢州新闻媒体在此次疫情中的报道，结合省发展改革委近期正在谋划的融媒体中心建设问题，谈几点粗浅认识。

“全民战疫”背景下的衢州媒体宣传

衢州广电集团和衢报传媒是衢州的两家主流媒体。疫情期间，两家媒体单位充分利用传统媒体和新媒体，通过全方位、立体式传播，及时、精准、强势发声，确保打通疫情防控宣传的“最后一公里”。

快速反应，融聚信息。疫情发生后，衢州广电和衢报传媒紧急启动应急宣传机制，按照全媒调度、全员参与、全力以赴的要求，无缝对接市疫情防控指挥部要求，汇聚各县区宣传工作重点和各单位工作信息，稳妥有序开展宣传。“衢州发布”于1月22日发出首条预警性推文《衢州发热门诊及疾控机构24小时值班电话来啦》，并推出精选留言：提高警惕，减少大型公众的集聚性活动；1月23日，发布《全力以赴打好疫情防控主动战》和告市民书。无线衢州APP、衢州传媒网、掌上衢州APP等平台都在第一时间推出“众志成城 防控疫情”专栏，包括权威通告、复工复产、辟谣解惑等栏目。《衢州日报》《衢州新闻》则连续推出专题报道、系列报道。衢州居民足不出户，即可了解疫情动态。

创新形式，融聚服务。衢州广电紧急创作《致敬逆行者》《小衢小绿》《春天的样子》等短视频，简单有趣易传播、易分享。衢州广电2月19日直播衢州市市长汤飞帆为农民带货卖椪柑，当日椪柑销量超过21万斤，“市长开播”一时间成为微博热词。衢报集团利用“新闻+服务”优势，通过“掌上衢州”推出空中菜场、东方商厦、水果园等链接，为处于封闭式管控下的衢州市民提供各类便民服务，与线上服务形成“闭合圈”。

借力借势，融聚平台。疫情期间，央媒、省媒以及本地新闻产品都呈爆炸式增长。衢州媒体发挥地域优势，把新闻做出“家乡味”：聚焦疫情发展和衢州市民对防控常识的需求，一方面联动县级融媒体中心发布信息，另一方面加大向央视新闻、今日头条、微博、抖音、天目新闻等媒体的推送力度，为各大平台提供了《健康码衢州方言歌》《不惧风雨勇向前》等高质量新闻作品，为疫情防控宣传作出积极贡献。

对发改融媒体中心建设的启示

融合是大趋势，起步晚更要马蹄急。区别于媒体机构，省发展改革委的融媒体中心建设还站在起跑线上。

这次新冠肺炎疫情再次提醒我们，要实现政府治理能力现代化，就必须提高政府部门的新闻宣传能力。我们要有一种敢于创新、敢于自我革命的精神，因地制宜、摸清家底，明确路线图和时间表，扎实推进融媒体中心

的组建。

内容是大核心，能传播更要能引导。政府部门的融媒体中心，拥有接近信源的自然优势，便于掌握第一手信息，赢得先发优势。省发展改革委的融媒体中心，要始终围绕全委中心工作，坚持“信息枢纽、宣传阵地、服务平台”的定位，在宣传重大政策规划时提前进行设置议题，在权威发布、政策解读时体现专业性，充分发挥平台效用，牢牢把握舆论导向。

转型是大考验，有坎坷更要有定力。转型包括两个方面，一个是技术的转型，技术创新极大地丰富了新闻传播的表现力；另一个是思维转型，融的关键在于打破“黑板报”“展览墙”这类自我陶醉式的表现思维，更多地站在用户的角度发布信息及判断宣传效果。省发展改革委融媒体要发展，除了要完善原有的信息库、舆情监测网、公众号等基础支撑，还要引进短视频、H5等新技术，创建抖音、知乎等新账号，尝试网络直播、网络访谈等新形式。最关键的是，要借助平台优势提高全委干部的媒介素养。转型之路，山高水长。但是，认准了融媒体这个方向，就要以“咬定青山不放松”的韧劲和“不破楼兰终不还”的拼劲坚持下去。

服务是大方向，明目标更要强协同。省发展改革委应进一步发挥综合部门的资源优势，充分利用大数据、云计算等技术，在靶向性服务、精准性服务上下功夫，打造融媒体中心：一方面，及时把政策传达到特需群体、重点用户；另一方面，及时把群众需求和舆情研判反馈给领导以便决策。还要联动发改系统宣传力量，注重协同省市新闻媒体，全力打造好这个集“政务信息、新闻宣传、资源共享、舆情引导、综合服务”于一体的新平台。