

“小布”的成长路

张璐

“南京发布”作为全国开通比较早的政务新媒体，2011 年开通微博账号，2013 年开通微信公众号，目前“双微”影响力不仅在江苏省内政务新媒体中名列前茅，在全国也屡屡获奖。团队的工作人员自称“小布”，从最开始的懵懂到如今的成熟，经历了不一般的成长路。

政务新媒体的阶段性经验和成就都会稍纵即逝。这是南京发布工作室小伙伴的切身体会

南京发布从初开始亮相便以“小清新”的形象和网友沟通。下雪了，南京发布会俏皮地问一句“能不能一起到白头？”区划调整，南京发布的信息标题是“在一起，更美好”。在政务新媒体开办的第一阶段，清新的语言一下拉近了政府和网民的距离，构建了政民沟通的桥梁。

很快，网友要求提高了：政府部门光卖萌可不行，要多做正经事。

不久后，南京发布正式确立了南京市委市政府新媒体发言人的角色。这个时候的“小布”冲刺在政务信息发布的第一线，提供各种民生信息与网友互动，严格执行南京市突发事件“一小时回应”制度。江北化工厂爆炸，从凌晨 6 点到中午 12 点，滚动发布 12 条信息，公开透明全部处置过程，获得媒体和网友纷纷点赞。

然而问题又来了！政务新媒体遵循及时、准确、有效的发布原则，但随着平台上发布的重大主题宣传和时政类信息越来越多，网友们又不买账了！

南京发布开始倡导“可视化政务信息发布”。南京开“两会”，我们把政府今年要干的大事用动漫的形式来“表演”，还写了一首歌唱着解读政府工作报告。庆祝改革开放四十周年，南京发布工作室与新华日报合作，在报纸上通版刊登了一张手绘的融媒体地图，只要扫描图中的二维码，报纸上就会“跳”出图文、视频，全面展示南京各区改革开放 40 年的成就。

新媒体发展迅速，微博、微信、今日头条、抖音……群众在哪，我们的阵地就到哪

最开始的时候，一个小编就可以掌管微博，激荡江湖；微信时代，三人小组就可以进行图片编辑，熟练使用编辑软件；之后，南京发布又相继开通了今日头条、一点资讯、人民日报客户端账号，明显感觉：忙不过来了！

忙不过来怎么办？南京发布组建了 6 人团队的工作室，更加深度参与全市政务信息公开和舆情处置，从日常选题报送到重大主题策划，重点开拓“主旋律信息产品”。与此同时，南京发布工作室和南京日报、紫金山新闻客户端等市属媒体也建立起通讯员制度，各方打通信息渠道，有效拓展政务发布的信息宽度和专业度。

然而，这样其实还不够！短视频的风口期到了，没有视频拍摄团队怎么办？互联网是开放包容的，政务信息发布必须要有互联网思维。我们把在宁的中央、省、市媒体以及本地自媒体大 V 聚拢到一起，成立了“新媒体宁盟”，聚各方之力，一起传播南京这座“创新名城、美丽古都”。政府的资源用活了，专业的内容便产生了。

政务新媒体是新闻发言人，目的是要搭建一座好的沟通桥梁

沟通，我们需要直面网民的需求甚至不满。南京两会期间，我们通过微博活动征集市民意见，结果“意料中”挨骂了！我们发布微信文章《南京两会，市民特别担心代表委员们‘不切实际’》，用政府工作报告的内容一一化解市民的牢骚和责备。

沟通，我们需要更多受众视角的信息发布。南京发布工作室组建了一支 50 多名市民参与的南京城市摄影队，开设了“最南京，全民拍”栏目。南京长江大桥历经 20 多个月的维修，在 2018 年底重新通车，我们的两名摄影师已经跟踪拍摄了 10000 多张照片。他们是普通市民，他们又是专业摄影师。正是这一幅幅美丽的图片、一个个感人的视频，让这个栏目的阅读量突破 5 亿人次。

沟通，我们需要重新确立政务新媒体的价值考评体系。南京要向市民交代“绿色出行”项目建设答卷。我们征得一名残疾人摄影师的同意，请他有生以来第一次坐地铁、第一次坐公交……他担心歧视却感受到了温暖，最后用他的切身感受回答南京“绿色出行，行还是不行？”

“南京发布”通过多年不断摸索，在实践中走出了一条自己的路。