

**Public Content Dissemination and Personnel Training Strategy
of New Government Media
—Take the WeChat China Official Account of the National Health Council
“Healthy China” as an example**

Li Ting

Abstract: With the rapid development of Internet technology, the demand for network communication of government affairs content is expanding day by day, new government affairs media are springing up, and the public opinion position and team of government affairs integration communication are growing. This paper analyzes the official WeChat public China's official account of jkzg-nhfpc and related government new media content, explores the relevant experience mode, practical difficulties and guidance strategies of the new media content of government affairs, and explores the needs of the new media content broadcasting talents in the government affairs, so as to start reflecting on journalism and communication education. News and communication education should conform to the changeable development needs of network communication operation in the era of intelligent media, carry forward the spirit of professionalism, and cultivate government new media operation talents with one specialty and multiple abilities.

Key words: Government new media; Talent strategy; Public content communication

Received: 2020-10-19 ; Accepted: 2020-11-25 ; Published: 2021-01-07

作者简介: 李婷, 任职于江西省商务经济发展研究院(新经济研究中心)。主持《江西省会展业发展蓝皮书报告》和“江西省会展业公共信息服务平台”建设等多项省级课题。

文章引用: 李婷. 政务类新媒体公共内容传播及人才培养策略——以国家卫健委《健康中国》微信公众号为例[J]. 中国新闻评论, 2021, 2(1): 20–28.

<https://doi.org/10.35534/cnr.0201002>

政务类新媒体公共内容传播及人才培养策略

——以国家卫健委《健康中国》微信公众号为例

李 婷

摘 要：互联网技术迅猛发展，政务内容网络传播需求日益扩大，政务类新媒体如雨后春笋不断涌现，政务融合传播的舆论阵地和队伍越来越壮大。本文通过分析国家卫健委官方微信公众号《健康中国》（jkzg-nhfpc）及相关政务类新媒体内容，探讨政务类新媒体内容传播运营相关经验模式、现实困境、引导策略以及探析政务类新媒体内容传播运营人才需求，以终为始反思新闻传播教育。新闻传播教育应顺应智媒体时代网络传播运营多变的发展需求，发扬专业主义精神，培养一专多能的政务类新媒体运营人才。

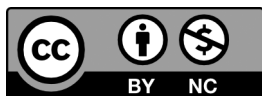
关键词：政务类新媒体；人才战略；公共内容传播

收稿日期：2020-10-19；录用日期：2020-11-25；发表日期：2021-01-07

Copyright © 2021 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



智媒体时代，互联网技术迅猛发展，政务内容网络传播需求日益扩大，政务类新媒体在全国如火如荼地建设运营。新闻舆论工作要发挥网络特色、网络优势，唱响主旋律、凝聚正能量是政务媒体的重要使命，要让广大网民“在众声喧哗中听到党的声音、在众说纷纭中听懂党的

声音”^①。占据政务融合传播的舆论高地和培育网络内容传播运营人才队伍,成为各政府部门的重要任务。通过政务类新媒体,树立正确的舆论导向,及时公布政府信息,传播公共内容,传递社会正能量,助力培育积极健康、向上向善的网络文化,构建绿色文明和谐网络生态。

一、政务类新媒体融合传播及实践模式——以国家卫健委官方微信公众号《健康中国》为例

在“互联网+政务”推动下,各级政府都在积极打造官方新媒体平台进行主题宣传和内容传播,树立政府正面形象,服务人民群众。国家卫健委官方微信公众号《健康中国》政务新媒体是国家卫健委官方微信公众号,定期发布国家卫生健康信息,微信传播指数 WCI: 1164.94 (清博指数)^②。这一政务类新媒体,与全球共享健康信息,与世界链接社会发展,是国家健康信息发布的重要窗口和平台,媒介是传播的依赖^③,《健康中国》传播运营健康内容多年,形成了独特的传播特色。

(一) 信息权威

在万物互联的新时代,健康传播的载体和方式越来越多样化,于是重大公共突发事件和社会热点事件发生时,容易引起境内外多种渠道信息的扩散传播,政务类新媒体的信息权威性作用越来越凸显,主要体现为内容的整体性、全面性、真实性、客观性。2020年1月新冠疫情突发,全国多个省(区、市)启动重大突发公共卫生事件一级响应,同时抗疫主题信息传播进入井喷阶段。主流媒体和专业媒体之外,大量自媒体也出现了疫情信息爆发式生产与传播。新媒体平台疫情信息流量不断增多,有力提升了受众对于疫情的认知,但另一方面也造成了信息混乱和谣言的流传。《健康中国》每天发布新型冠状病毒感染的肺炎疫情情况,具体包含确诊人数、疑似人数、治愈人数等,作为权威信源,向社会公众传递及时、准确的疫情信息。公开权威的数据信息,一定程度缓解了疫情期间“谣言”满天飞的信息混乱情况,有利于疫情及时防控和社会稳定和谐。

(二) 舆论引导

坚持思想引领,紧扣发展脉搏,积极引导舆论,担负为国立言、为国发声的时代担当。当今世界正经历百年未有之大变局,这是世界之变、时代之变、历史之变,由此也带来了网络业态、传媒形态、舆论生态、网民心态的深刻变化,以识变之智、应变之方、求变之勇,引领和带动

① 查庆九. 社会主义法治建设的倡导者和推动者——人民日报读者座谈会发言摘编(三) [EB/OL]. (2018-07-18). <http://media.people.com.cn/GB/n1/2018/0718/c192362-30156023.html>.

② 详见清博指数, <http://www.gsdata.cn/query/wx?q=%E5%81%A5%E5%BA%B7%E4%B8%AD%E5%9B%BD>.

③ 吴廷俊,舒咏平,张振亭. 传播素质论 [M]. 郑州:河南人民出版社,2015: 21.

政务新媒体创新发展,为建设更高水平的健康中国营造良好的舆论氛围。在疫情防控早期阶段,疫情信息来源和传播链条不完整等因素使社会上对地方疫情信息隐瞒不报、防控不力等负面舆论消息急速扩散,并造成不良社会影响。《健康中国》从宏观政策、中观现场到微观主体,从中央精神、干群工作到民间正能量多方面发布权威信息,有力引导抗疫信息舆论走向,及时辟谣,回应广大人民群众关切信息。疫情期间,《健康中国》为稳定经济社会发展态势,还发布“新型冠状病毒科普知识”:包括《企业复工复产防护攻略之前期准备措施》《中央指导组:持续加强常态化疫情防控全面推进复工复产达产》等多篇疫情之下中央部门提振经济的政策措施、企业复工复产的内容,为市场恢复活力、经济平稳发展营造出积极的舆论氛围。

(三) 行为指南

《健康中国》以健康专业视角和官方健康信息科普平台,对健康问题及社会动态进行解析并提出具有建设性的对策建议,从而推动社会朝更加积极方向发展。《健康中国》推出“新型冠状病毒科普知识”数百期内容,包括《新型冠状病毒肺炎疫情心理调适指南》视频指导一线防疫人员如何进行心理调适;《成年人和老年人如何居家健身》《企业做好新冠肺炎防护攻略(漫画版)》《促进企业工作场所复工复产防护等等不同应用场景的健康科普内容,为各个行业及各各个年龄段以及不同环境下的人民群众提供了防疫行动指南。“政务新媒体传播速度快、受众面广、互动性强,因而更加考验运营者的媒介素养、责任感和服务意识”^①,以实际效果提升行动指导意义。《健康中国》还对国家健康政策进行深度解读,发布一系列涉及宏观政策、财税政策、企业复工复产、金融系统稳定的内容,客观展现了疫情对人民健康、企业生产和经济社会建设带来的短期影响,同时也强调健康中国社会经济中长期良好发展的态势,对社会民众健康、心理疏导和经济发展起到推动作用。

(四) 系列专题

网络信息存在碎片化、零散性和不规律性,《健康中国》系列专题“巡礼‘十三五’·迈向全民健康这五年”“健康大咖谈”等主题宣传内容因其强度高、持续性强,能够在受众心中留下更加深刻的印象,让受众对于相关健康知识有深刻认知,并形成相应的阅读习惯。《健康中国》也推出了“你有多美”之《初入“红区”,为疫情防控出份力》、“战役者”之《彭明强:支援好前线,守好大后方》、“爱卫在行动”之《和谐心态、快乐生活》、“抗疫在基层”之《长沙开福区:全区防疫一盘棋,重点下了这4步》等对抗疫主题的系列专题宣传内容,全面、真实,

① 张凡. 引导政务新媒体规范发展 [N/OL]. (2019-06-10). 人民日报(人民时评),
http://www.wenming.cn/djw/djw2016sy/djw2016syyw/201906/t20190610_5143939.shtml.

立体化展现新冠肺炎疫情防控的典型人物、感人故事和精神面貌，聚焦全社会万众一心齐抗疫的强大凝聚力，传播正确防疫信息和正面情绪。

（五）形式多样

《健康中国》通过文字、图片展播、视频等形式，多样化、多视角、多维度展现公共健康相关内容。在《健康中国》微信公众号上，设置了“查询平台”，包括“机构查询”“护士查询”“医师查询”；“精品栏目”，包括“医者名片”“新冠科普”“图说政策”“往期回顾”；“政民互动”，包括“我向总理说句话”“发热就医查询”“心理援助热线”“核酸检测机构查询”“核酸检测结果查询”等子栏目，形式多样，例如《图说|冷链食品生产经营过程新冠病毒防控消毒技术指南》《职业健康技术服务机构新冠肺炎疫情防控工作指引（漫画版）<新型冠状病毒科普知识>》、《视频|新冠肺炎儿童防护篇<新型冠状病毒科普知识>》、《走开，阿尔茨海默病！（内附视频+一图读懂+海报）》等等多样化、多视角、多维度健康内容。“传播行为涉及的是分享信息的符号，符号是这种传播的要素，其中一个参加者发出符号，另一个参加者在某种程度上接收并解读了这些符号”^①，施拉姆强调的符号对人类传播的重要作用，在政务类新媒体实际内容运营中发挥着重要作用，《健康中国》形式多样的内容呈现也是将漫画、视频等多种符号形式生动运用以达到更好的传播效果。

（六）影响广泛

《健康中国》许多内容的阅读量都是10万+，发布的官方健康信息被多家主流媒体转发，形成广泛的二次传播，内容可读性和转载率非常高，达到很好的传播效果，也极大提升了政务内容传播的影响力。为做好新冠肺炎疫情常态化健康教育和健康科普工作，中宣部宣教局会同国家卫健委宣传司、中国健康教育中心联合制作了一批新冠肺炎疫情常态化防控系列海报发布在《健康中国》，被广泛转载应用，10万+的阅读点击量，实现健康信息的有效传播和健康教育科普推广。

（七）完善空间

政务类新媒体的数量不断呈现加速增长的态势，传播的平台也呈多元化发展，组织形态从个体机构单打独斗向联合办公的媒体矩阵不断升级，服务领域也更加广泛^②。但政务类新媒体在建设过程中仍存在欠缺，限制了服务治理效率，也影响了政务信息的传播效果。《健康传播》

① [美] 威尔伯·施拉姆. 传播学概论[M]. 陈亮, 等译. 北京: 新华出版社, 1984: 48.

② 赵玲瑜. 移动互联网时代下政务新媒体传播体系建构初探——基于“两微一端”的研究[D]. 郑州大学, 2016.

传播内容运营过程中,遇到涉及国家重大政策、数据信息、政治人物等级审批要求限制、互动留言呈现、视听传播技术有限无法达到最佳传播效果等现实问题,还需要在实践过程中,不断完善和调整方案以期实现更好的传播效果。

二、政务类新媒体内容传播运营引导策略

(一) 宣传与引导

树立正面官方形象,引领正确舆论导向,唱响政务类新媒体内容传播主旋律。“主流媒体的权威性主要体现为主题宣传内容的整体性、全面性、真实性、客观性”^①,政务类新媒体权威性影响力,也需要进行循循善诱的引导宣传。《健康中国》健康内容传播,紧紧围绕政府所需,引导社会舆论,进行健康内容正向传播,将国家卫健委官方信息及时推广传播。

(二) 服务与善治

政务类新媒体要守好初心,做好服务,提供便捷信息获取方式和进行有效内容分发。同时,网络内容多主体、碎片化、平台化等趋势解构了传统的内容把关格局,政务类新媒体进行内容传播还需要发挥好“把关人”作用,“善治”网络传播内容。《健康中国》服务官方健康内容宣发,传达正面有效信息,“善治”善用,因势利导。

(三) 效果与意义

政务类新媒体内容传播应该倾向于人性化、生活化、社交化等方向转变,提升传播效果和影响力,实现政治传播、社会效应和经济价值的统一,对构建绿色文明和谐的网络生态产生更深远的积极意义。《健康中国》持续运营形成联动,促进建立健康知识和技能核心信息发布制度,传播健康理念,促使全民健康素养水平得到较大幅度的提高,健康科普更加规范科学,意义重大。

三、智媒体时代,政务类新媒体运营对新闻传播人才需求新变化及新趋势

(一) 政治常态化

政务类新媒体运营是为政府相关工作进行宣传推广,因此“讲政治”居首位,政治报备和层层审查是常态化的应有之义。培育政务类新媒体运营人才,需要同时教导传达政治相关政策

^① 江凌,强陆婷.主流媒体网络话语“掌控力”如何评价?来看研究[J/OL].网络传播,2020,12(2020-12-17).
https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_10436377.

和组织先进理论学习,解放思想,与时俱进,在政治上与党中央和国家政府保持高度一致,同时作为舆论宣传机构,及时传达相关精神。

实现国民健康长寿,是国家富强、民族振兴的重要标志,也是全国各族人民的共同愿望。2017年10月18日,习近平总书记在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告中,提出要实施“健康中国”战略。“共建共享、全民健康”,“健康中国”国家战略核心是以人民健康为中心,推动人人参与、人人尽力、人人享有,实现全民健康^①。2016年10月25日,中共中央、国务院印发并实施《“健康中国2030”规划纲要》:要求建立健康知识和技能核心信息发布制度,健全覆盖全国的健康素养和生活方式监测体系。将健康教育纳入国民教育体系;建立健全居民营养监测制度等。这是我国建国以来首次在国家层面提出的健康领域中长期战略规划。

2018年4月28日,《国务院办公厅关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见》(国办发〔2018〕26号)中指出,推进实施“健康中国”战略,提升医疗卫生现代化管理水平,优化资源配置,创新服务模式,提高服务效率,降低服务成本,满足人民群众日益增长的医疗卫生健康需求,加强“互联网+”医学教育和科普服务,强调要建立网络科普平台,利用互联网提供健康科普知识精准教育,普及健康生活方式,提高居民自我健康管理能力和健康素养^②。2019年7月15日,国务院印发关于实施健康中国行动的意见,强调国家层面成立健康中国行动推进委员会,出台《健康中国行动(2019—2030年)》,并印发《健康中国行动组织实施和考核方案》,提出加大健康科学知识宣传力度,积极建设和规范媒体健康栏目,利用新媒体拓展健康教育^③。2019年9月29日,国家发展改革委、教育部、科技部、工业和信息化部等联合出台《促进健康产业高质量发展行动纲要(2019—2022年)》要积极发展互联网健康咨询和健康管理服务,推动线上线下服务一体化等^④。下一步,“国家还会将改革向纵深推进,织密13亿多人的健康保障网”^⑤。“健康中国”战略不断推进,政策频出,《健康中国》传播方式也需要不断创新,才能适应新时代的发展要求。

① 习近平. 决胜全面建成小康社会,夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[EB/OL]. (2017-10-27). http://www.xinhuanet.com/politics/19cpcnc/2017-10/27/c_1121867529.htm.

② 国务院. 国务院办公厅关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见[EB/OL]. (2018-04-28). http://www.gov.cn/zhengce/content/2018-04/28/content_5286645.htm.

③ 新华社. 中共中央、国务院印发《“健康中国2030”规划纲要》[EB/OL]. (2016-10-25). http://www.gov.cn/xinwen/2016-10/25/content_5124174.htm.

④ 国务院. 多部门关于印发《促进健康产业高质量发展行动纲要(2019—2022年)》的通知[EB/OL]. (2019-09-30). http://www.gov.cn/xinwen/2019-09/30/content_5435160.htm.

⑤ 吴佳佳. 铺就14亿人健康之路[EB/OL]. (2019-09-29). http://www.gov.cn/xinwen/2019-09/29/content_5434547.htm.

（二）思想全局化

作为船头瞭望者，立足长远，政务类新媒体运营同样需要具有超前思维，站在全局规划思考，对政务传播网络内容运筹帷幄，用长远的思想通盘策划，巧设话题，精准传播、持续传播、强势传播。“新媒体时代，独特的话题资源是掌握网络舆论场主导权、话语权，打造网络舆论宣传核心竞争力的关键所在。要善于发掘和利用政务宣传资源‘富矿’，提升政务类新媒体原创生产力，以话题优势形成竞争胜势、赢得传播强势。”^①《健康传播》这类政务类新媒体占得政府资源、信息资源等先机，新闻传播教育更要从长远出发，总结借鉴运营成功经验并进行分享应用，风物长宜放眼量。

（三）心态年轻化

智媒体时代，政务类新媒体不再是单纯复制粘贴宣教内容，而是需要通过生动有趣的内容描述和丰富精彩的展现形式来吸引关注度和提高阅读量、点击率，所以运营政务类新媒体的新闻传播人才需要时刻保持年轻心态，与时俱进学习最新潮流文化、网络用语、表情包以及紧跟热点制造话题，从多似浩瀚大海的众多政务类新媒体中脱颖而出，实现网络裂变式传播效果，打造现象及政务传播内容。“深入浅出的内容是健康传播的基础。新媒体健康传播发展的基础是专业、权威的内容”^②，《健康传播》多次运用漫画形式生动提供防疫指南相关内容，如《孕产妇和儿童新冠肺炎防控手册（漫画版）<新型冠状病毒科普知识>》，从女性和儿童视角进行健康科普传播，生动可读，易于理解。未来已来，年轻无极限，脑洞无边界，培育政务类新媒体运营人才需要避免陷入经验主义误区，时刻以“空杯心态”去适应人才培养年轻化需求。

（四）技艺多样化

智媒体时代，政务类新媒体内容呈现形式多种多样，并且常换常新，互联网的更新速度不断创造并刷新着政务类新媒体传播“爆款”记录。新闻传播要具备“四能”——能想、能奔走、能听、能写，但是新形势下，《健康传播》这样的运营政务类新媒体要求新闻传播人才拥有“十八般武艺”：政治立场坚决做得了“把关人”；审美认知成熟拍得了照片和视频；精修得了照片和编辑得了短视频；熟知最新软件设置得了排版等等。网络更新快，范式无常规，传播多元化，

① 陈一新. 政法新媒体要提升“六大能力”[EB/OL]. (2020-12-15).

<https://news.sina.com.cn/c/2020-12-15/doc-iiznctke6550163.shtml>.

② 王亿本，罗宝勇. 美国新媒体健康传播的话语分析——以 Medline Plus 网站为例[J]. 淮北师范大学学报（哲学社会科学版），2015，36（2）.

培育政务类新媒体运营人才需要培养多样化的采写编发以及制作传输等相关技能。

（五）社交互动化

智媒体时代，网络内容多主体、碎片化、平台化等趋势解构了传统的内容把关格局，从单向度的传播向双向传播进行转变。“网络传播是一种真正意义的‘双向互动’传播，传播者和受传者之间可以直接交流、直接交谈，并且传播者和受传者的角色呈现动态互换状态”^①，平台互动所带来交互式内容。《健康中国》不断补充和完善网络传播内容，多措并举，去粗取精、去伪存真、去糟粕扬精华。并通过“政民互动”专栏进行垂直社交双向互动：“我向总理说句话”“发热就医查询”“心理援助热线”“核酸检测机构查询”“核酸检测结果查询”等等，细化受众群体，提升服务效率。培育政务类新媒体运营人才，需要熟练掌握各种社交实现手段，将政务类新媒体网络内容传播范围更广，影响更深远，互动体验也更顺畅。

（六）效果可视化

智媒体时代，传播效果一目了然，点击率、阅读率、评论数、转化率等等，传播效果评估有专门的体系，这些量化的内容使传播效果可视化。“微信健康教育是依托于微信这一传播媒介，通过微信公众号向订阅用户将健康信息分享和扩散出去，旨在提高大众健康素养的传播实践活动”^②。《健康中国》各栏目，从一图解说、视频到相关数据实时监控、漫画连播等等，传播效果的可视化对扩大影响力起到极大作用。

“不拘一格降人才”，智媒体时代，需要培育更多满足各政府宣传传播需求的政务类新媒体运营专业人才，刘墉说“一颗热心，一双冷眼，一双勤快的手，两条忙碌的腿，一个自由的心灵境界”，智能传播千变万化，媒体融合日新月异，新闻传播教育任重道远。

① 吴廷俊，舒咏平，张振亭. 传播素质论 [M]. 郑州：河南人民出版社，2015：47.

② 王一帆. 基于延展平行过程模型的微信健康教育内容分析——以深圳卫计委微信公众号为例[J]. 东南传播, 2019(2): 93-97.