中国新闻评论
*China News Review*
2024 年 12 月第 5 卷第 4 期

# Exploring the Innovative Path of Government Affairs Propaganda in the Era of Integrated media
## —Taking Official Account "Zhejiang Propaganda" as an Example

Wang Zhiyan　Wang Kaien

**Abstract:** As a local publicity media, Zhejiang Propaganda has typical representativeness in the publicity of government affairs in Zhejiang Province. Through in-depth study of its innovative practice, it can provide reference and inspiration for other local government affairs publicity. The purpose of this paper is to explore the innovative path of government affairs publicity in the era of integrated media, combined with the practical cases of "Zhejiang Propaganda", to provide targeted suggestions and summarize the experience for improving the quality and effect of government affairs publicity.

**Key words:** The era of integrated media; Government affairs propaganda; Zhejiang Propaganda

# 融媒体时代政务宣传的创新路径探究
## ——以公众号"浙江宣传"为例

王芷妍　王开恩

**摘　要：**"浙江宣传"作为地方性宣传媒体，在浙江省政务宣传中具有典型代表性。通过深入研究其创新实践，可以为其他地方政务宣传提供借鉴和启示。"浙江宣传"在选题上围绕浙江

作者简介：王芷妍，中南财经政法大学2024级硕士研究生，研究方向：网络传播；王开恩，葛洲坝建筑科技（成都）有限公司，中级经济师，研究方向：企业文化、企业管理。
文章引用：王芷妍，王开恩．融媒体时代政务宣传的创新路径探究——以公众号"浙江宣传"为例［J］．中国新闻评论，2024，5（4）：62–73.
https://doi.org/10.35534/cnr.0504007

本地经济社会发展，具有极强的贴近性并在第一时间回应受众关切；在语言表达上，以生动形象、通俗易懂的语言风格赢得广大用户的喜爱和关注；在宣传形式上，摒弃传统媒体时代以较长篇幅的文字叙述为主，而是结合了图片、视频、音频等多种形式进行政务宣传，更加适配融媒体时代受众的阅读习惯；在宣传效果上，“浙江宣传”重视与用户间互动，极大地增强了用户粘性。“浙江宣传”在政务宣传上取得的经验和成就能够为其他地方的政务新媒体进行有效的政务宣传提供宝贵经验并树立示范和榜样。

**关键词：**融媒体时代；政务宣传；“浙江宣传”

Copyright © 2024 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/

## 一、研究缘起与研究背景

政府作为社会管理的主体之一，其宣传工作不仅关系到政府形象的树立，更关乎公众对政府工作的认知程度和支持力度。新兴的互联网技术、社交媒体平台、移动终端设备等媒体工具，为政务宣传提供了广泛的传播渠道，打破了传统政务宣传的时空限制。政府官方媒体如何在这个多元化传播环境中找到适应的创新路径，成了当前政务宣传亟待解决的问题。

在政务宣传的研究中，学者们的观点主要集中在以下两方面。一方面人们认为，同传统的政治宣传相比而言，融媒体政务传播能够通过漫画、视频等方式提高传播的活力。比如，学者白宇在《融媒体时代政务化传播的亲民落地与及时性效能》中指出“和过去传统的政治宣传相比而言，融媒体政务传播，其能够通过漫画、视频等方式来提高传播的活力，使其更加的亲民，易被民众所接受”；另一方面人们认为，融媒体环境下提升政务媒体传播力，需要在运营理念和传播语态上实现由高站位的引领者变为亲民化的分享者。学者代蕊在《融媒体环境下如何提升政务媒体传播力》中以《人民日报》为例，认为“融媒体环境下提升政务媒体传播力要做到在运营理念上实现由高站位的引领者变为亲民化的分享者”。大多数学者在探讨政务宣传的解困路径上都提到了应更新传播形式、革新传播理念、贴近受众群体、紧跟社会热点等。但是，


https://doi.org/10.35534/cnr.0504007

在这些解困路径之外，是否还有其他有效途径可以突破当代政务宣传面临的困境，并提升政务宣传的传播力、吸引力和感染力？

我们可以看到，相较于传统媒体时代，政务宣传在各个方面都呈现出较大的变化。它不再仅仅依赖于传统的广播、电视和报纸等媒介渠道，而是积极融入并广泛利用新兴的传播平台，包括但不限于微博、微信、抖音等社交媒体，以及官方网站和客户端等数字平台。这一转变实现了多渠道传播，为信息的广泛传递提供了便利。据第 54 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，我国网民规模达到 10.99 亿，使用手机上网的人数达到 99.7%[①]。因此，政务宣传在传播渠道上不断接入新兴传播渠道，使政务宣传更加贴近民众，进入广大民众视野。

政务宣传的核心内容通常由政府职能部门精心策划，因此政务宣传在内容上具有天然的严肃性，但在融媒体时代，多元传播形式和表达方式使受众不满足于生硬、枯燥的文字叙述方式，因此政务宣传近几年在内容上呈现从严肃呆板向接地气、生动活泼的方向转变，严肃的“硬题材”逐渐软化。此外，5G 技术、可视化技术、生成式人工智能等技术的兴起和运用，为政务宣传的内容表达提供了通向生动活泼的技术支撑。

通过这些简单的讨论可以看到，互动性、多元性、技术性等特性成为融媒体时代政务宣传的关键特征。这些趋势在诸多政务宣传中已经得到践行，其中“浙江宣传”便是一个典型案例。浙江作为经济与文化并重的省份，在政务宣传上积极拥抱融媒体时代，不仅广泛利用新兴媒体平台，在内容表达和互动模式上进行了诸多创新尝试。研究浙江政务宣传的成功经验，可以为其他地区提供宝贵的启示，探讨如何在保持政务内容严肃性的同时，通过活泼的语言和多样的形式，拉近与民众的距离，实现政务信息的有效传播和深度接纳。

## 二、融媒体时代政务宣传的特点——以“浙江宣传”为例

“浙江宣传”政务微信公众号是由浙江省委宣传部创办运营，2022 年 5 月 30 日，“浙江宣传”公众号正式上线。至今年五月末，“浙江宣传”累计粉丝达到了 390 万，原创文章 1500 余篇，其中总阅读量达到“10 万 +”的文章占比 80%。“浙江宣传”强大的影响力使其入选“2022 中国应用新闻传播十大创新案例”，也是使其成为以政务宣传内容为主的政务新媒体中的优秀典型。

### （一）选题围绕地方经济社会发展

“浙江宣传”的政务宣传的辐射范围有限，主要聚焦于浙江本地的政务服务以及在政务工作上取得的成就。中央级政府部门的政务宣传主要由央级媒体如《人民日报》《光明日报》、

① 中国互联网络发展状况统计报告［R/OL］．［2024-10-17］．https://www.cac.gov.cn/2024-03/25/c_1713038218396702.htm．

新华社、《求是》杂志等负责。而“浙江宣传”的政务宣传更多以浙江本地的政务活动、政务成就、理论学习、和经济发展等内容为主，如图 1 所示。

从“浙江宣传”政务宣传内容的类别统计（2023 年 4 月至 2024 年 4 月）中可以看出，“浙江宣传”公众号中政务宣传内容占比最大的是浙江本地的政务成就，一年间有 40 篇文章产出，在所有类别中占比最高，达到了 42%。其次分别是浙江经济发展（共 15 篇，占比 16%）、浙江产业振兴（共 4 篇，占比 4%）、浙江治理模式与治理经验（共 4 篇，占比 4%）。相比较而言，在 2023 年 4 月至 2024 年 4 月期间，对整个中国经济的宣传仅仅只有 6 篇，占比 6%。而理论政策学习类一共有 20 篇，占比 21%，其中既有对浙江本地举办的理论政策学习活动的宣传，也有对例如“新质生产力”“八八战略”“马克思主义”等宏大的理论、政策的宣传。由此可见，“浙江宣传”在政务宣传的内容上更加侧重于浙江本地的经济发展和政务成就，具有极强的在地性和本地性，而这也是“浙江宣传”在政务宣传上独有的特色。

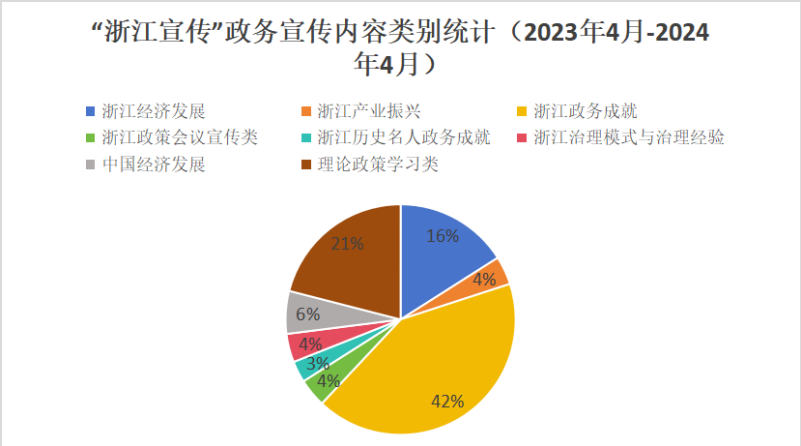


图 1 “浙江宣传”政务宣传内容类别统计（2023 年 4 月至 2024 年 4 月）

Figure 1 Statistics on the categories of government propaganda content for "Zhejiang Propaganda" (April 2023-April 2024)

## （二）语言生动形象、通俗易懂

在政务宣传中使用恰当的语言表达方式，能够有效地吸引受众的注意力并提升政务宣传的触达率。早在 20 世纪 70 年代，诺贝尔经济学奖得主赫伯特·西蒙就前瞻性地提出了一个核心观点：在当今信息爆炸式增长的时代背景下，注意力的价值已然超越了信息本身。这一论断在当今社会依然具有深刻的现实意义。在融媒体时代，注意力取代内容成为稀缺资源，真正能够吸引公众注意力的是让老百姓能够接受和喜欢的优质语言表达。“学会多说人话，说群众听得懂、喜欢听的话，用让人舒服的方式去对话与沟通。”这也正是“浙江宣传”在语言表达上的观点。在政务宣传方面，“浙江宣传”的语言风格同样贯彻了其办号理念，其语言表达的生动形象、


https://doi.org/10.35534/cnr.0504007

通俗易懂主要体现在以下两个方面。

第一，标题简洁对仗，句式简短易懂。首先，“浙江宣传”在政务宣传标题的拟定上，具有鲜明的简洁、对仗、押韵的特点。一方面，标题简洁体现在“浙江宣传”的标题通常在 10 个字以内，能够简洁的交代宣传的核心内容，并在最短的时间内吸引受众的注意力。比如，《“枫桥经验”进城记》《浙江经济的韧性》《胡则的“一任”与“一方”》等。另一方面，标题的语言对仗、押韵体现在“浙江宣传”在政务宣传文章的标题中通常化用谐音，使用对仗句式。比如，《“浙”四问怎么解》《“浙”只地瓜何以越来越甜》《破“潜规则”立“明规矩”》《何以解“忧”，唯有更“优”》等。简洁且对仗的标题语言有助于受众接受和理解政务宣传的内容，能够进一步提升宣传效果。其次，在句式方面，在“浙江宣传”的政务宣传文章中通常运用短句而非长句和复杂的句式，提升了政务宣传内容的易读性。比如在《何以解“忧”，唯有更“优”》这篇宣传浙江营商良好环境的文章中，每一段内容都有重点短句的提示。在文章的第二个板块，即如何营造良好的营商环境中，“浙江宣传”用三个重点短句用以说明编者观点：既能“出手”又能“放手”、既能“就位”又能“补位”、既能“破旧”又能“立新”。句式非常简洁短小，使得政务宣传内容能够更加贴近民众。

第二，语言生动，善于“讲故事”。“浙江宣传”生动的语言表达也体现在其以平等而非高高在上的方式进行叙述，以讲故事而非讲道理的方式进行叙述。比如，“浙江宣传”在《寻找烟花爆竹“禁”与“放”的最优解》一文中写道：“正如有网友说，辛劳了一年，希望能享受过年的喜悦，希望有欣赏绚烂烟花的权利。”其中既有专业性的关于《烟花爆竹安全管理条例》的解读，也有呼吁各地应因地制宜，积极听取各方意见，主动回应民声。同时，以讲故事、举例子而非摆道理、说空话，也是“浙江宣传”语言表达受到广大受众欢迎的原因之一。“浙江宣传”在政务宣传内容创作过程中的许多故事都来自《习近平在浙江》《习近平浙江足迹》等书籍。以小故事讲好大道理，使公众听得进、听得懂且听有所思、听有所得。与此同时，以故事的形容融入政务宣传的文稿中，能有效缓解政务宣传天然带有的宏观叙事的属性，增强可读性和吸引力。

### （三）表达形式多样，图文音视频俱全

媒体融合是融媒体时代的显著特征，无论是传统媒体和新兴媒体都要顺应媒体融合的趋势，在表达形式上进行创新。而媒体融合要求政务新媒体摒弃单一表达形式，根据政务宣传内容的特点使用不同的媒介形式进行内容创作。比如针对公众出行和生活新规政策的宣传可以采取娱乐化、戏剧化的方式，比如以短视频的形式进行呈现，以便宣传内容能够更好地达到政策新规的宣传效果和劝服效果；宣传当地经济发展时，则可以利用图表辅助文字表达、数据新闻、h5 等形式进行呈现，以更好地展现经济发展成效以及给当地带来的改变。对于篇幅较短的政务宣传内容，可以以音频的形式呈现，从而占据受众一部分的碎片化时间。因此，针对不同的情况，

政务宣传可以利用不同的表达形式，突破传统单一的文字叙述从而提升传播效果。

“浙江宣传”在政务宣传的创作上紧跟时代发展，表达形式丰富多样，既有文字叙述，也有文章内容的音频版本满足受众阅读时的陪伴感，同时还有相应的图片和视频使政务宣传的内容更具吸引力。比如在《“浙里办”何以成为便民神器》一文中，对浙江政务 App“浙江办”的宣传文章是典型的图文音视频俱全的文章。政务宣传文章最上方有与文章内容一致的音频版本，也有对“浙里办”的特点、成为便民神器原因，以及“浙里办”的成功带来的启示三个方面内容的文字叙述。同时，文章还辅之以视频，比如“浙里办”帮大学生寻找毕业论文数据资料以及“浙里办”免费相亲角的视频。此外，文章还配有“浙里办”App 的界面配图共同来说明浙江政务应用软件“浙里办”的功能强大。这篇政务宣传文章的阅读量达到的“10 万 +”，受众互动留有 100 余条，由此可见丰富的表达形式能够有效地吸引受众的强注意力并提升政务宣传的触达率。

## 三、融媒体时代政务宣传的困境及创新路径

### （一）融媒体时代政务宣传的困境

首先，自 1970 年开始，传播生态逐渐由“传者本位”过渡到“受众本位”，受众的需求和体验被媒体放在至高无上的位置，这一趋势给政务宣传工作带来了新的考验。随着信息技术的迅猛发展，信息获取渠道正日益呈现出多元化趋势。对于政务宣传而言，年轻一代的受众更倾向于通过社交媒体获取政务信息，如微博、微信、抖音和移动客户端等平台；而老年受众群体则更多通过传统媒体获取政务信息，如广播、电视和报纸。在信息接收渠道多元化的信息环境下，政务宣传如何更全面、更灵活地满足不同受众的需求是政务宣传面临的主要挑战之一。

其次，互动性弱也是政务宣传难以出圈的原因之一。“政务”这一概念是指各级政府利用互联网官网来发布政策信息、提供政务服务，并同群众进行互动、交流的模式[①]。由此可见，“政务”和国家政策、政府服务、党群交流密切相关，具有天然的严肃性。而政务宣传作为一种特殊的宣传形式，其在定位上同样也具有鲜明的政治性和严肃性，很少与受众积极互动。在当下泛娱乐化的大背景下，受众的注意被大量娱乐化和强互动性的短视频和直播所吸引。其原因在于，短视频和直播能够以各种方式与受众进行互动，比如，直播连麦、实时聊天、以及专门为受众答疑解惑的“Q&A”视频等，受众可以在较强的互动性中获得陪伴感，并产生情感上的依赖。因此，政务宣传较弱的互动性很难持续吸引受众的注意力，使政务宣传难以得到广泛关注。

最后，政务宣传面临的困境还在于语态的严肃和僵化。学者王熙熙在《新媒体时代主流媒

① 谢翔，胡媛媛．做优“党报网+政务宣传”提升“政”能量传播力——融媒时代省级党报网的转型升级路径初探［J］．新闻前哨，2023（2）：57–58.


https://doi.org/10.35534/cnr.0504007

体的语态变革——以“央视频”为例》一文中指出，语态特指主体在言语交际活动时的态度，分为言语和非言语两种形式，媒体语态被认为是媒体在开展传播活动时呈现出的一种态度[①]。此外，政务宣传是“指政务宣传指政府职能部门利用各类媒体，围绕政务内容，开展政务信息宣传报道”[②]。政务信息通常涉及政府机构传达的特定信息、政策、理念，带有天然的权威性与严肃性。政务新媒体作为政务宣传的主体，在传播政务信息时，常采用过于正规化的语言，且并未创新政务信息的传播语态，导致与受众之间产生沟通隔阂。“高居庙堂”的传播语态与融媒体时代互联网平等、自由、多元、开放的文化相悖，严肃的表达方式阻碍着政务宣传为广大受众普遍接受。

## （二）融媒体时代政务宣传的创新路径探析

无论是政务宣传传播语态的呆板僵化，还是政务宣传的影响力不断式微，诸多现状都表明政务宣传在融媒体时代的传播情况都不容乐观。政务新媒体以及各级政务部门必须高度重视政务宣传中存在的各种问题和挑战，才能有效解决问题。下面将从政务宣传的内容、语言表达、传播手段，以及传播的互动性四个层面来分析融媒体时代政务宣传的创新策略。

### 1. 服务地方经济社会发展，回应受众关切

传统的政务宣传以政府工作为主要题材，往往内容单一、形式呆板，缺乏吸引本地受众的能力。这种模式下，政务宣传容易陷入“一刀切”的俗套，比如，当前普遍存在一种趋势，即政务宣传在内容发布上过于依赖缺乏深度、对民生关切回应不足的解释性、宣传性，以及日常服务类的信息。这种内容构成导致了信息触达率低下，难以有效吸引年轻受众和新媒体用户的关注。习近平总书记强调，对新闻媒体来说，内容创新、形式创新、手段创新都重要，但内容创新是根本的[③]。因此，政务宣传更应注重内容上求新求变，服务地方政治经济发展，并注本地群众的需求和体验感，及时回应受众关切。

“浙江宣传”的政务宣传的选题本地性特征明显，从浙江本地政务信息到浙江当地经济发展成就，从浙江历史人物政务成就到浙江本地政策会议宣传，“浙江宣传”的文章直面浙江本地政治经济发展方面讨论热度最高的话题，致力于传播党的声音、宣传浙江成就、展现浙江精神。2024 年 1 月跨年夜时针对不少网民呼吁放松对烟花爆竹的管制，“浙江宣传”随即发文《寻找烟花爆竹“禁”与“放”的最优解》，对各地对于燃放烟花爆竹的规定提出了有效建议并写道：“控制风险和继承传统如何兼顾……解答这个难题需要智慧，更需要担当。从一个极端到另一个极端，

① 王熙熙．新媒体时代主流媒体的语态变革——以“央视频”为例［J］．中国有线电视，2023（8）：68–71.
② 郭慧．5G时代新媒体漫画在政务宣传中的图像建构策略［J］．传播与版权，2023（16）：40–43.
③ 出版发行中共中央宣传部．习近平新闻思想讲义［M］．北京：人民出版社，2018.

无助于问题解决。只有尊重法律法规、立足实际情况，因时因地对政策作出动态调整，才能让政策更好地呼应民众期许和现实需要。”这篇文章既呼吁各地因地制宜，根据当地情况调整规则，也充分考虑到了人民群众的愿望和诉求。

“浙江宣传”等一批优秀的政务新媒体在政务宣传的内容制作上积极创新，关键时刻不失语，不缺位，吸引了广泛用户的关注，有效地提升了政务宣传的影响力和吸引力，值得各地在进行政务宣传时借鉴和学习。

### 2. 语言表达生动形象，政务宣传更接地气

原中央广播电视台副台长孙玉胜在其著作《十年———从改变电视的语态开始》中将语态视为一种叙事方式，其中既包括语句、用词、调式等叙事方式，还包括叙事的态度[①]。融媒体时代，信息的传播速度变得更加迅猛，信息数量呈指数级增长，在浩如烟海的信息世界中，只有适应互联网时代传播语态要求的内容才能为用户所接受，才能传得开、传得远。而政务宣传需要适应这一变革，以贴近融媒时代的语态，实现政务宣传的通俗易懂和接地气。

由于政务信息带有官方色彩，用语一般较为专业、严谨，这种严肃的传播语态利弊共存，一方面，让读者在阅读时感受到权威性，可信度较高；另一方面，也让读者感到有疏离感，部分读者面对过于官方的、缺乏趣味性和可读性的表述会转而选择忽略，这也在无形中降低了政务信息的触达率。“浙江宣传”突破了传统的政务信息传播语态，其政务宣传文章中的话语用通俗化、年轻化的语态赢得了广大读者的欢迎与喜爱，即使是与政务宣传相关的推送的文章也能轻松获得“10 万 +”的点击量。如在《“浙”只地瓜何以越来越甜》一文中，在文章中运用谐音宣传浙江的地瓜经济，写道诸如：“‘浙’只地瓜也在反哺‘一带一路’沿线国家和地区。”采用谐音梗和短句的形式使文章更具吸引力并给读者带来了新鲜感。同时，在文章中采用将对仗且简短句子进行前置的方式突出重点。摒弃冗余的辞藻，保留最真诚、最有效的建议是“浙江宣传”在政务宣传上语态创新的成功之处，也同样值得各级各类媒体或相关政府单位在进行政务宣传时应学习和借鉴的地方。

再如，政务新媒体“四平警事”在宣传吉林省动车组列车禁烟政策时，改变了通俗的发布文书公告的做法，而是革新了严肃的叙事语态，在宣传政策时融入了许多网络热梗，如“整活”“南方小土豆”等。同时以东北二人转的形式，以当地地道方言进行宣传，取得了良好的宣传效果。其“高铁上边别抽烟，行车安全大过天，警事更新，欢迎围观”的宣传视频获得了 3.8 万次点赞，有 3000 余条受众的留言评论。

在融媒体时代，政务宣传的创新路径在于贴近时代语态，实现亲民传播。政务宣传应通过简洁明了的语言、平等交流的态度、真挚诚恳的互动，而非一如既往秉持严肃的语态进行宣传。

① 孙玉胜．十年：从改变电视的语态开始［M］．北京：人民文学出版社，2021.


https://doi.org/10.35534/cnr.0504007

长此以往，政务宣传可以更好地适应时代的变革，提升宣传效果。

### 3. 媒介技术赋能，创新宣传形式

2013 年 8 月 19 日，习近平总书记在全国宣传思想工作会议上作出“加快传统媒体和新兴媒体融合发展，充分运用新技术新应用创新媒体传播方式，占领信息传播制高点”[①]的重要指示。过去十年，我国移动互联网、数字经济、智能媒体蓬勃发展，舆论生态、媒体格局、传播方式发生深刻变化。有学者指出，“媒体融合是指各种媒体形态的边界逐渐消融，多功能复合型媒体逐渐占据优势的过程和趋势”[②]。它不是单纯媒体形态的融合，更是一种全方位、深层次的融合。政务宣传顺应媒体融合的发展趋势具体表现在政府和政务新媒体可以利用文字、图片、音频、视频、h5、数据新闻、3D 动画等多种媒体形式进行宣传。利用新媒介技术赋能政务宣传的内容表达，能够使政务新媒体以更立体、多维度的方式传递政务信息，并取得良好的宣传效果。

以“浙江宣传”为例，其政务宣传相关的推文基本上都是采用“图片 + 文字 + 音频”的形式，并且充分了解传播渠道——微信端的制作规律。文字部分顺应微信公众号推文和受众阅读的习惯，采用简洁、清晰、重点突出的排版形式，并巧妙利用多种媒体形式的融合以顺应微信推文的制作规律。如在 2024 年 1 月 25 日发布的推文《浙江经济的韧性》主要宣传浙江经济的发展，以及总结了浙江省在经济发展中取得成就的三条经验，这条政务宣传的推文中充分利用了音频、图片和文字三种媒体形式，将陪伴感、可视化，以及内容输出很好地融合在一起，如图 2、图 3 所示。

**图 2　《浙江经济的韧性》音频部分**

Figure 2　Audio section of *The Resilience of Zhejiang's Economy*

① 张洋．弘扬主旋律 传播正能量——中国网络媒体10年发展成就综述［EB/OL］．［2024–10–17］．http://paper.people.com.cn/rmrb/html/2023–07/18/nw.D110000renmrb_20230718_1–06.htm.

② 李良荣，周宽玮．媒体融合：老套路和新探索［J］．新闻记者，2014（8）：16–20.

图 3　《浙江经济的韧性》图文部分

Figure 3　Graphic section of *The Resilience of Zhejiang's Economy*

再如，《郴州日报》的“政务”版面上，一篇对郴州市自然资源工作会议的报道，这篇报道的信息量十分丰富，但是因为图片是手机拍摄，再加上单一文字和质量较低的图片使得整体传播效果并不很理想，传统的宣传形式在较大程度上削弱了传播力。而在随后的 2023 年 5 月高新区环保视频制作中，《郴州日报》采用了专业的无人机进行跟踪拍摄。拍摄剪辑出来的视频作品具有非常良好的视觉体验效果，没有一味地遵循传统的宣传模式，取得了良好的传播效果。

在融媒体时代，政务宣传的创新路径需要充分利用媒体融合的力量。通过整合多种媒体形式，政务新媒体能够更灵活地传递信息，实现传播效果的提升。媒体融合不仅是形式上的创新，更是一种赋能传播的策略，通过提升传播效果，使政务信息更好地被受众理解。

### 4. 即时互动增强黏性，强化宣传效果

即时互动是指政务宣传在信息传递过程中，与受众之间建立起实时、双向的沟通渠道。在融媒体时代，即时互动不仅是一种工具，更是政务宣传提高受众黏性、促进受众参与的关键策略。目前，“低互动、弱联动”“只管发布，不管回复”等现象仍普遍存在。早在 2018 年，国务院办公厅发布的《关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》就指出，一些政务新媒体存在功能定位不清晰、信息发布不严谨、建设运维不规范、监督管理不到位等突出问题，“僵尸”“睡眠”“雷人雷语”“不互动无服务”等现象时有发生，对政府形象和公信力造成不


https://doi.org/10.35534/cnr.0504007

良影响[①]。相反，通过及时回应受众的疑虑、关切和建议，政务宣传可以与受众建立起更加紧密的互动关系，提升受众对政府信息的信任感和参与意愿。高度的互动性是政务新媒体区别于传统媒体发布政务信息的一个重要特征，对于政务新媒体来说，更需要以积极的互动来增加用户对政务信息的关注度。

“浙江宣传”始终高度重视评论区，并将其作为增强受众黏性的方式之一。通过编者与用户间积极的评论互动，既能体现其充分尊重民意，也能让问题得到更好的讨论和解决，创造了与广大用户交流互动的宝贵机会。“浙江宣传”重视互动的运营策略，使得传播效果和受众黏性进一步提升，甚至有粉丝在 7 点 30 分在“浙江宣传”定时发文时，就第一时间看推文并留言。因此，在融媒体时代，政务宣传除了在文章的内容和形式上下“真功夫”，还要和用户打好交道。比如，在《浙江经济的韧性》一文中，网友留言：“毕业就要去浙江工作了，满满的幸福感安全感。”，编者回复：“下一个 GDP 数据中，不许少了你那份”等，皆能体现出“浙江宣传”的编者和用户之间轻松的互动氛围，如图 4 所示。“浙江宣传”摒弃了严肃的“官方回复”，而更像朋友之间的交谈。此类的回复在“浙江宣传”的留言区还有很多，这种做法无疑极大地增加了用户黏性，更有利于普通受众对政务信息的接受，并进一步提高传播效果。

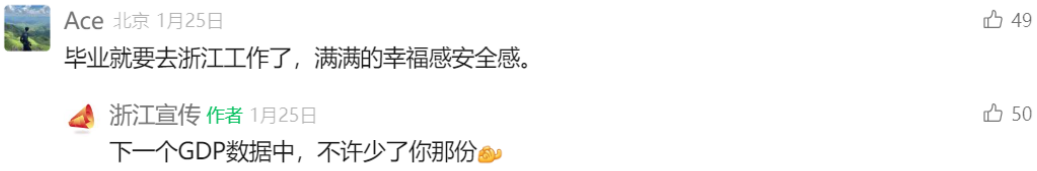


图 4 《浙江经济的韧性》一文中的留言区

Figure 4 The message board in the article *The Resilience of Zhejiang's Economy*

再如，政务新媒体“四川观察”在近 30 天内涨粉 1101 万，单日最高涨粉数达到 188 万。除了在内容上紧跟热点，吸引受众眼球外，“四川观察”3000 万的粉丝量更在于其持续与粉丝互动，不断增强受众黏性。“四川观察”在抖音评论区中通常以“观观”的身份，即以第一人称的视角与受众进行互动，具有极强的亲切感。这表明作为政务宣传主体的政务新媒体积极与受众、粉丝互动，更有利于拉进受众与政务新媒体的距离，从而能够使受众更乐意接受政务宣传方面的内容。

通过巧妙运用策略提升受众的参与度，政务宣传能够在融媒体时代更好地适应多元化、快

① 关于推进政务新媒体健康有序发展的意见［EB/OL］．［2024-10-17］．https://www.gov.cn/xinwen/2018-12/27/content_5352739.htm.

节奏的社会环境，实现更为深入、广泛的政务信息传播。

## 四、结语

在深入剖析“浙江宣传”政务宣传的实践与创新路径后，我们不难发现，其成功经验不仅为区域发展注入了强大的精神动力，更为全国范围内的政务宣传工作提供了宝贵的借鉴与启示。“浙江宣传”以其精准的定位、创新的策略、务实的作风和显著的成效，成功构建了全方位、多层次、立体化的宣传格局，有效提升了地区形象，增强了民众对地方的归属感。“浙江宣传”的精髓在于其紧跟时代步伐，充分利用新媒体等现代信息技术手段，实现了宣传工作的精准化、高效化。同时，“浙江宣传”还注重挖掘本土文化资源，讲述浙江故事，传播浙江声音，有效激发了社会正能量，营造了良好的舆论环境。这种既注重传统又勇于创新，既立足本土又放眼全国的工作思路，是“浙江宣传”工作能够取得显著成效的关键所在。因此，全国各地区的政府宣传部门和政务宣传工作应充分借鉴“浙江宣传”的宝贵经验，结合本地实际，积极探索符合自身特色的宣传路径。通过加强顶层设计，创新宣传手段，深化文化内涵，不断提升宣传工作的针对性和实效性，为经济社会发展提供强有力的思想保证和强大的精神力量。“浙江宣传”的成功实践，无疑为全国宣传工作树立了新的标杆，其经验值得广泛推广与应用。


https://doi.org/10.35534/cnr.0504007