

东莞宣传文化

创新案例选编

(2012年度)

中共东莞市委宣传部 编著

东莞宣传文化
创新 案例
选编

(2012年度)

中共东莞市委宣传部 编著

《东莞宣传文化创新案例选编》编委会名单

总 策 划：潘新潮

编委会主任：李国全

编 委：梁 杰 曾立斌 张 超
林玉秀 叶晓平

主 办 单 位：中共东莞市委宣传部

地 址：东莞市南城区鸿福路99号市行政办事中心主楼10楼

电 话：22836590

出 版 日 期：2013年4月

开 本：16开

印 数：1000册

编 辑 单 位：东莞报业传媒集团（编辑出版中心）

印 刷 单 位：东莞市信誉印刷有限公司

准 印 证 号：莞准印字第DG2013—040号

（内部资料，免费交流）

前 言

党的十八大报告指出，要始终把改革创新精神贯彻到治国理政各个环节。宣传文化领域是最需要改革的领域。

2012年，全市宣传文化战线紧紧围绕“加快转型升级、建设幸福东莞、实现高水平崛起”的核心任务，主动作为，激情干事，队伍阵地开拓奋进，管理服务与时俱进，文明创建保持先进，名城建设稳步前进，在诸多方面“先人一步，快人一拍”，呈现出有声有色、亮点纷呈的局面。其中，以《推进“四个全覆盖” 提高舆论引导水平》为典型的市一级创新案例和莞城、樟木头、凤岗、清溪、虎门、谢岗、桥头、石龙、东城、长安等镇街一级创新案例走在了全市、全省乃至全国的前列。

为了表彰先进、树立标杆，我们将这些典型案例整理、提炼、汇编成书，集中展示我市创新宣传文化工作的理论思考与实践探索，积极营造“比、学、赶、超”的良好氛围。

当前，全市各级各部门正在深入贯彻落实党的十八大精神，以实际行动为广东实现“三个定位、两个率先”的总目标作出应有的贡献。这其中，争当全国、全省“单打冠军”是深入贯彻落实党的十八大精神的客观要求，是广东实现“三个定位、两个率先”的总目标在东莞细化落实的具体体现，是创新宣传文化工作的有力举措和重要抓手。探索方能争先，创新催生卓越。全市宣传文化战线要在传承实践

经验和优良传统的基础上，贴近实际、贴近生活、贴近群众，使宣传文化工作始终与时代发展的要求相适应、同不断变化的客观环境相符合，全方位推进工作机制创新、内容形式创新、方法手段创新，积极回应广大市民群众的新要求和新期待，全力争创全国、全省“单打冠军”，为我市实现高水平崛起提供强有力的思想保证、精神动力、舆论支持和文化条件。

编委会

2013年4月

目 录

- 东 莞：推进“四个全覆盖” 提高舆论引导水平/01
—— 东莞市创新新闻舆论工作的实践与探索
- 莞 城：文明涂鸦拓展公益宣传新阵地/10
- 樟木头：创新体制改革 建设艺术团队/17
- 凤 岗：一场八省媒体联动的爱心接力赛/27
—— 凤岗创新开展“2012温暖回家路”主题活动的实践与启示
- 清 溪：以“美丽”为名片 打造珠三角的“香格里拉” /37
- 虎 门：推动基层政务微博全覆盖 提高镇级新闻舆论引导水平/45
—— 东莞市虎门镇政务微博工作调研思考
- 谢 岗：小投入完成文化舞台大制作/54
- 桥 头：挖掘资源做大旅游文化品牌/66
- 石 龙：敬老文化节设立“贤长有为风范奖” /78
- 东 城：探索音乐剧精品生产新模式/87
- 长 安：城市形象借助摄影艺术走进台湾/99

东莞：推进“四个全覆盖” 提高舆论引导水平

——东莞市创新新闻舆论工作的实践与探索

引言

当前正处于经济社会转型时期，社会思想文化多元多样多变，传统媒体格局深刻变化，新兴媒体迅猛发展，民众权利意识、监督意识和表达意识大大增强，东莞因外向型经济发达、广泛参与国际制造业分工的特殊发展模式，毗邻港澳、紧邻穗深的特殊地理位置，以及市镇两级的特殊行政架构，2011年底户籍人口184.77万人、常住人口825.48万人的特殊人口结构，受境内外媒体高度关注，舆论环境复杂多变。为做好新时期新闻舆论工作，2012年以来，东莞市认真贯彻全国宣传部长会议和全省宣传文化工作会议精神，进一步加强和创新新闻舆论工作，加强新闻发布队伍建设和舆情监测研判，推动新闻舆论工作实现“四个全覆盖”，即

“官方微博全覆盖、舆情监测全覆盖、新闻发言人全覆盖、网上志愿服务队伍全覆盖”，努力做到“四个第一”，即“对网上炒作苗头第一时间发声、对网上热点问题第一时间回应、对网上不实信息第一时间澄清、对网上串联煽动第一时间处理”，取得了显著成效，为推动东莞高水平崛起营造了良好的舆论氛围。

1、推动官方微博全覆盖，积极抢占舆论新阵地。微博作为一种新的网络传播平台，是当前信息传递最重要载体和最热门的网络应用方式。为此，东莞市积极利用微博等新的互联网应用方式，配备专人专业团队，开展网上新闻发布，打造政务公开、表达民意、反映民情、集中民智的网络问政新渠道。一是设立市政府新闻办官方微博“莞香花开”。以市政府新闻办名义分别于2011年3月21日和23日，先后在新浪网和腾讯网上开设“莞香花开”微博，围绕“每天绽放新精彩”主题，积极发布重要信息，回应社会关切。目前，“莞香花开”新浪微博的粉丝已超70万人，腾讯微博上的粉丝80万人，微博的转发和评论数量平均保持在两位数以上，演出、慈善等活动推广微博转发和评论数量最高达到一万多次，在人民网舆情监测室发布的《2012年上半年新浪政务微博报告》榜单“十大新闻办机构微博”中排名第八，是全国唯一一个进入前十的地市级官方新闻办微博。2012年，“莞香花开”还相继获得“2011-2012年度广东十大政务微

博”、新浪微博2012年度“百大政务微博”、腾讯微博“最佳亲民微博”、广东省第二届网络文化精品“十大政务微博”等多项殊荣，成为我市对外宣传和舆论引导的一张靓丽名片。二是推进各单位、镇（街）开通官方微博。在“莞香花开”微博上线一周年之际，我市在新浪及腾讯网正式推出“东莞微博发布厅”，构建政务信息发布的网络新平台。目前，微博发布厅共聚合了76家官方微博，覆盖了32个镇街、3大园区、41个单位，基本实现了官方微博全覆盖。此举措还带动了虎门、长安、大朗等镇建立官方微博群，数量分别达到95、72和24个，三镇镇政府官微粉丝量分别达到201004人、173758人和52251人。据不完全统计，目前全市各镇街、各基层单位共开通近400个官方微博，逐步形成了



市镇村三级官方微博联动体系。三是对官方微博实行绩效考核。为切实发挥官方微博信息发布和引导作用，市政府新闻办制定、完善东莞微博发布厅成员单位测评标准，建立评分软件系统，分季度定期对成员微博进行评分考核。协调腾讯网、新浪网及专业微博研究团队对各单位微博进行统计、分析和评分，定期开展经验总结和交流培训，各单位发布情况纳入年终新闻发布考核项目。四是形成分工负责、相互协作的网络新闻发布机制。加强对微博各发布单位的统筹协调，引导成员单位借助微博及时发布信息、处理舆情。在“9.16涉日示威游行”事件中，以“莞香花开”为代表的东莞政务微博群集体发声，呼吁理性爱国，微博累计转发近万次，有效引导了舆论。

2、推动舆情监测全覆盖，把握舆情应对主动主导。舆情监测是做好舆论引导应对的前提，为此，东莞市不断强化涉莞舆情信息的监测和研判，抢夺舆论引导先机：一是推动网络舆情工作规范化科学化。制定《网络舆情工作细则》，明确舆情监测、报告和处置办法，真正做到“四个及时”，即：及时发现涉莞政治舆情、敏感舆情；及时以《舆情信息专报》、《互联网舆情周报》等工作简报形式汇报舆情；及时根据舆情事态发展、发酵程度，快速处置舆情；及时回应媒体公开或未公开报道的网络报料，避免事态扩大。二是推广应用舆情监测智能系统。截至目前，全市共有25个镇街、

园区使用智能监测系统开展工作，占全市镇街总数的78%，有效提升了舆情监测能力。三是落实快速反应机制。监测到热点或敏感舆情，及时介入处理，确保“四个第一”。同时，将事件基本情况、处理措施、舆论态势等，通过《舆情信息专报》等内参形式及时报告市领导，提供决策参考。

3、推动新闻发言人全覆盖，强化突发事件新闻发布。做好新闻发布和舆论引导工作，壮大积极正面的主流声音，关键要有一支素质过硬、作风优良、能力突出的新闻发言人队伍。东莞市着力强化“三大建设”，即“制度建设、平台建设、队伍建设”，推动新闻发布工作迈入制度化、规范化、专业化轨道。一是建立多层次、广覆盖的新闻发布网络。以市委市政府名义出台了关于新闻发布工作的近十份系列文件，将设立新闻发言人和助理的市直单位、镇（街）从以前



的87个扩大到162个，新闻发言人队伍的人数从以前的181人扩增至365人，增长了一倍左右，基本实现了新闻发言人在市直单位和镇（街）的“全覆盖”。同时，探索建立发布效果评估制度、新闻预案制度、24小时新闻发布服务制度等多项制度。二是建立多样化、专业化的新闻发布平台。围绕全市工作重点、公众关注热点，主动设置新闻议题，精心策划专题新闻发布。将与社会民生关系密切的新闻发布会向市民开放，将群众关注的部分专题新闻发布会进行网络直播，并由新闻发言人在线回答网友提问；将市委常委会、市长办公会议等在内的全市重要会议和会务活动向媒体开放；推动市社保局等6个“行政三公开”试点单位向媒体和市民开放局长办公会。三是建立系统化、制度化的培训学习模式。采取“请进来”（邀请国内知名专家学者来本地集中授课）、“走出去”（组织发言人前往国内著名高校和政府部门集中学习）等形式，每年对全市新闻发言人队伍进行两次以上系统培训。2012年2月、4月、8月，通过“请进来”的形式，先后举办了三期新闻发言人培训班，并带动了市直部门及镇（街）自行组织和开展内部培训；8月、9月和11月，又组织发言人和助理到无锡市委党校开展三期“走出去”轮训活动，参与培训的学员基本覆盖了市直单位和各镇（街）。

4、推动网上志愿服务队伍全覆盖，形成网上舆论强势。用正确的舆论引导网友，用理性的分析解疑释惑，切实营造

良好的网上舆论氛围，是宣传部门当前的重要任务。近年来，东莞市大力推动网上志愿服务队伍建设，实现网上志愿服务队伍全覆盖。一方面围绕市委、市政府中心工作，关注社会热点，聚焦社会动态，了解网民讨论的主要议题，搜集、整理、分析并提出应对方案；另一方面关注和把握可能引起社会动荡和舆论哗然的涉莞网络信息，适时进行正确的网上舆论引导，营造网上舆论强势。目前，我市网评员队伍已扩充到近400人，包含全市各镇街、园区宣传委员、宣传办主任（宣传文体局局长），各单位新闻发言人、新闻助理，以及各镇街、单位的舆情信息员、政务微博维护人员等。

启示与思考

做好新时期新闻舆论工作，必须适应新形势新变化，不断开拓创新，不断探索总结。认真回顾和思考“四个全覆盖”工作，主要有以下几点体会：

1、要与时俱进，积极抢占舆论新阵地。近年来微博、SNS社区等多种互动工具的产生和移动互联网的迅速发展，使得传播格局发生深刻变化。只有积极抢占传播新阵地，才能有效拥有话语权，扩大影响力。为此，东莞市率先在全省地级市中建立新闻办的官方微博，带动全市41个市直机关、32个镇（街）、3大园区开通官方微博，与报纸、广播、电视等传统媒体功能互补，形成覆盖广泛、导向正确的舆论引

导新格局：一方面，及时准确地发布权威信息，通过实时更新微博信息，摆脱对传统媒体的依赖，遏制流言传播，有效避免因微博的强大社会动员功能影响社会稳定。另一方面，借助微博着力推动问政于民、问需于民、问计于民，畅通群众利益诉求表达的网络“直通车”，推动网络问政常态化、制度化，有效提高虚拟社会管理水平。

2、要强化预警，构建多角度全方位的舆情监测网络。在全球化与社会转型的背景下，在网络传播极为发达的媒介环境下，一件看似很小的事件，可能因“蝴蝶效应”而演变为全国甚至全世界关注的焦点。因此，对各种突发事件的苗头和各种社会舆情，要及时准确把握，及时进行风险评估，做到未雨绸缪，防患于未然。东莞市通过推动舆情监测全覆盖，在全市搭建起多层次、全方面的网络舆情搜集平台，快速有序开展舆情收集工作，进一步强化信息共享，提高舆情分析研判能力，及时预警，切实强化舆情信息时效和质量要求，使舆情管理由被动应对转化为主动引导，真正做到舆情监测的“四个及时”，确保舆情处置的“四个第一”。

3、要把握主动，切实掌握舆论主导权。话语权决定主导权，谁掌握了话语权，谁就能将自己的利益反映出来。信息公开、新闻发布既是人民群众知情权、参与权、表达权和监督权的保障，也是各级党委政府夺取舆论引导主导权的关键。今年以来，东莞市通过新闻发言人全覆盖，拓宽发布网

络，创新发布方式，规范发布程序，丰富发布内容，推动新闻发言人制度建设扎实稳步开展，成为党委、政府宣传的主阵地主力军。通过网上志愿服务队伍全覆盖，对网上热点问题，主动解释说明，回应社会关切，疏导公众情绪，做到关键时刻不失语、重大问题有导向，切实掌握舆论主导权。

4、要加强指导，切实抓好队伍培训。新闻舆论工作政策性、敏感性以及技巧性都很强，要求具备良好的政治、媒介、专业和心理素质。因此，宣传部门要将新闻舆论培训作为一项重要的基础性工作，从实际出发，制定详细的培训计划，有步骤、分层次地进行系统化专业化培训。在推进“四个全覆盖”的工作中，东莞市针对新闻发言人开展了6期培训，培训人次达2000余人；针对微博和网络舆论引导工作开展了4期培训，培训人次达1500余人；结合东莞实际，编印了《东莞市新闻发言人工作手册》《市直及驻莞媒体概况》《媒体常用操作规则》《东莞市政务微博工作手册》《东莞市党政机关干部微博应用指南》等书籍，有效加强工作指导和引导。

莞城：文明涂鸦拓展公益宣传 新阵地

建筑墙体是一个城市的外衣，建筑墙体的面貌直接关系到一个城市的市容市貌，而建筑墙体的“牛皮癣”，直接影响了我们的市容环境，一直以来都是文明创建工作中的一个老大难问题。过去，治理此类“牛皮癣”采取的方法主要是翻新墙面或采用喷绘广告覆盖墙面，但“牛皮癣”很快卷土重来，治理效果难以持久，而且此种方法



■ 市民参与
文明涂鸦热
情高涨

造价成本高，材质又不环保。如何有效治理此类“牛皮癣”，成为了困扰城市文明创建的问题。

为解决建筑墙体“牛皮癣”问题，莞城深入研究、集思广益，针对喷绘广告做法的不足之处进行逆向思维，再结合莞城的地域特点进行思考，最后得出结论，以手绘的形式代替喷绘不失为一种好方法。莞城作为东莞文化底蕴最深厚的地方，文化活动非常丰富，人文气息浓厚，市民对书画的热情较高，如果发动市民在墙体上进行彩绘，有较深厚的群众基础。古人便有在梁上绘画的风俗，很多大都市也流行着街头涂鸦，国内很多城市也做过文化墙绘，但在东莞，街头墙绘似乎还是一件从未有过的新鲜事。

于是，“文明涂鸦”这一想法应运而生。



■ 文明涂鸦
为空白围墙
添上色彩