热点事件：政务号开始花式整活

一、热点概述

政务号在我们的印象中一直是一个严肃认真、一本正经的形象。但近些日子，越来越多的政务号放下“架子”，展现出趣味化、年轻化、网络化的特征。原创短剧、魔性 BGM、搞笑段子、卡通形象……不少政务号“八仙过海，各显神通”，在内容创作、账号运营上“花式整活”。比如深圳卫健委官方账号发布《穿越到霸总短剧里当护士》等微短剧；比如海南警方：“‘缉犯犀高端秋季号子服’采用‘经典后悔蓝、哇哇大哭条纹设计’，穿上便可感受‘束缚型力量’，不仅‘驾驭不同场合’，还能‘一种款式，陪你到老’。”海南警方凭借这则“纯狱宣传片”的创意视频而火遍全网，被网友称为“普法界的玩梗之王”。流量袭来，也引发了公众对政务新媒体运营转型的讨论：“政务号该不该追求流量”、“整活是否影响官方的严肃形象”、“同质化视频产生审美疲劳”……讨论声音的背后也引发了民众的思考。

二、专业点评

1. 新京报：

近两年，一些政务新媒体号越来越会“整活”，吸引了大批粉丝，但也偶有把“故事”整成“事故”的现象。政务号如何“严肃又活泼”，确实是一个值得探讨的话题。严肃属性下的有趣灵魂有别于主流媒体和自媒体，政务号在运营当中一直面临着一个颇难拿捏的“度”。作为“指尖上的政府”，承担着政务公开和政务服务的重要职能，让政务号自带了“严肃”属性。但板起的面孔背后，总难真正达成“有广泛社会影响力和舆论引导力”的更高要求，因此，一些政务号大开“脑洞”，试水“整活”，让曾经的冰冷发布，展现出“有趣的灵魂”。

2. 腾讯发布：

这些短视频不仅令人耳目一新，而且其坦荡、自信、从容不迫的官方形象在幽默风趣中又饱含智慧。“00 后剪辑，90 后审核，80 后向 70 后解释。”的评论已成为用户对这些短视频欣然接受的一种另类表达。官方媒体“花式整活”，用趣味化、情感化和略有夸张色彩的“娱乐化”表达方式，拉近了信息传播者和信息接受者之间的距离。与信息接受者形成良好的互动，让评论区成为网友的“点歌台”，让信息接受者参与到信息的创造中，成为新信息的生产环节，这样的参与感加大了用户与官方媒体账号的黏性，势必引发新的传播热潮。得民心者得天下，随着时代的发展，新闻学上开始淡化“受众”的提法，而改为提“用户”，便是把服务意识放到了重要的位置。把功课做在前面，策划时，对用户的类型和行为作详细的分析研究，视频的点击率、完播率、评论数、点赞转发数等等都逐一分析，并得出用户画像，从而编写出用户喜爱的内容。在这个过程中，网络热歌、热词、热梗都可以为我所用，必然获得较好的传播效果。

3.中工网：

毫无疑问，这些“整活”收获了更好的宣传效果。过去，宣传场景通常是“单向灌输”式：张贴宣传海报、发放宣传手册、悬挂横幅标语……几乎没有互动性。近年来，信息传播途径越来越多样化，微博、微信、抖音等新媒体平台的出现，使得信息可以通过短视频、直播等多种形式高效传递，网友们还可以实时提出意见，实现“双向互动”。政务账号“整活”，让宣传更有新意、更接地气，干货满满，这既是适应时代的需要，也是更好服务公众的有益尝试。

三、出题方向

（一）你怎么看

1.最近一段时间，很多政务号放下了曾经一本正经的形象，开始进行“花式整活”：有的配上网络搞笑歌曲，有的加上可爱小猫，有的自嘲自讽……请谈谈你对“政务号花式整活”的看法？

◎审题判断——你怎么看（社会现象）——答题结构【点题-意义分析-过渡-举措-展望结尾】

◎解题思路

第一步——点题：

近些年，越来越多的政务号放下“架子”，展现出趣味化、年轻化、网络化的特征，政务号们纷纷闯入新赛道，更多的政务号尝试转型，加倍注重网友的观感与反馈，这背后正是抓住了“账号为谁开”“内容给谁看”这两个关键问题，运营也以更加开放、灵活的理念，为官方号塑造一个新形象……

第二步——意义分析：

（1）多了生动活泼。一些政务号主打一个反差感，有的把视频进行“鬼畜”剪辑，配上动感BGM、萌宠梗图或魔性标题；有的在名字上玩起“随身办”“这里办”“心想事成”等谐音梗；还有的爆改喊麦“我姓X”，为本地文旅“上分”，纷纷用更接地气的方式俘获网友的心，营造轻松愉悦的网络氛围，刷新民众对政务号的形象……

（2）多了通俗易懂。一些政务号通过动画片、微短剧等形式，在内容中融入各种热梗或幽默剧情，把原本较为晦涩难懂的专业术语切换成大白话，把枯燥乏味的内容讲得生动鲜活。在新鲜趣味中增加民众的知识储备，政务号也进行了科普，提升民众的满意度、认可度、幸福度……

（3）多了亲近倾听。一些政务号更加注重贴近性、服务性和实用性，内容展示更有价值，情感输出更能共情，把“官宣体”转化成贴近群众的“干货”。如前段时间掀起的文旅热潮中，多地文旅部门政务号开启“听劝”模式，在评论区与网民“打成一片”，主打一个及时响应、有错就改……

第三步——过渡：

政务号不同于一般自媒体号，既要有创新表达，又要有权威内容，更要践行好服务群众的创办初心。在互联网的大海中，“政务号们”如何更好成就乘风破浪的自己？

第四步——举措：

（1）抓本职，但不能缺了网感。发布信息、解读政策、回应舆情等是政务号的本职功能。但在信息爆炸、新媒体账号泛滥的时代，也应顺应移动互联网传播规律，深刻洞察群众需求，充分发挥年轻人的积极性，多用能够引起共鸣共情的语言和形式与网民对话互动是不变的真理，唯有如此才能更好地把工作做到大众心坎上……

（2）引流量，但不能少了干货。政务号“花式整活”、吸引读者眼球，目的之一是为了更好地去宣传政策和普及知识。但也应保质量，会“整活”而不应止于“整活”。有诚意、有价值的内容才是最能打动人的，集中精力在读者关切的内容上下功夫，做到既有“梗”也有“料”，流量才有意义。那些被广大网友所喜爱的“网红”政务号，看似赢在笑点密集的形式，实则胜在干货满满、价值足足的内容……

（3）搞创新，但不能破了底线。守正方能创新，张弛有度方能收放自如。真实、准确、正能量是政务号权威性的来源，再怎么“整活”都需要把握适度、符合定位，厘清浅显与肤浅的边界，谨防导向偏差、过度玩梗。同时，也须树牢风险意识、健全审核机制、做好兜底措施……

第五步——展望结尾：

从“正襟危坐”到“花式整活”，政务号积极求变的态度和贴近群众的趋势值得肯定和鼓励。期待更多账号发挥主动性和创造力，打造出更多主题鲜明、内涵丰富、形式新颖、引发共鸣的“爆款”，让政务信息以更多元、更惊艳的方式被看见、被传播、被支持……

（二）你怎么办

1. 随着会整活的政务号不断增多，你所在的单位也想跟随时代的步伐，想把自己单位的抖音号、公众号进行改变，为此要开一次培训会，对运营人员进行培训，领导让你负责本次培训，你会怎么做？

◎审题判断——你怎么办（组织管理）——答题结构【点题-前期-中期-后期-结尾】

◎解题思路

第一步——点题：

组织好一次线上业务培训会，不仅可以提高员工的线上平台运营水平，更能够丰富线上政务服务的展示层次。因此，这次培训会十分重要，如果让我负责，我会这样做……

第二步——前期：

（1）首先，我会通过问卷调查、面对面交流等方式调研本单位运营人员当前需求，了解运营人员当前存在的困惑、需要提升的技能点以及对培训内容的期望……

（2）其次，我会到其他做的好的一些单位学习运营的经验，尤其是本单位人员感兴趣的方面要细致学习、认真记录……

（3）再次，我会根据目标和需求调研结果，制定详细的培训计划，包括培训时间、地点、课程内容、讲师安排等；之后，准备培训所需的场地、设备、教材、案例等材料，并邀请具有丰富经验的讲师进行授课……

（4）通过内部通知、海报张贴等方式，将培训信息传达给所有相关人员，并鼓励大家积极参与……

第三步——中期：

（1）首先进行专家授课。介绍抖音号运营技巧和公众号运营策略，分析公众号的定位、内容规划、排版设计、互动营销、数据分析等关键要素，讲解介绍抖音平台的特点、用户画像、内容创作要点、短视频制作技巧以及如何通过优质内容吸引粉丝并提升用户黏性；接下来结合成功案例，讲解如何运用社交媒体具体如何进行运营……

（2）其次进行实战演练与经验交流活动，分享自己的运营经验，互相学习、借鉴；组织学员进行实战演练，给予特定主题“端午节、粽飘香”让大家进行现场操练，检验立题角度、互动性、趣味性和实用性……

第四步——后期：

在培训会结束后，收集学员的反馈意见，对培训效果进行评估，以便改进后续的培训活动；整理培训资料，形成一套完整的培训体系，方便后续运营人员参考和学习；定期组织经验分享会或座谈会，鼓励运营人员交流心得，分享成功案例，促进团队成长……

第五步——结尾：

通过以上步骤的实施，我相信可以为单位培养出一批具备较高社交媒体运营能力的专业人才，为单位的抖音号和公众号的发展提供有力支持……