



南海战疫

硬核宣传 防控知识入耳入脑入心

南海区调动各级各类宣传平台资源,打通信息宣传“最后一公里”



“百姓知情、天下太平”。

面对前所未有的病毒,空前严峻的形势,南海区委区政府主动作为,因势而动,为确保疫情防控和防护知识家喻户晓、人人皆知。区委宣传部充分统筹调动各级各类宣传平台、资源,排山倒海、铺天盖地持续宣传疫情防控科普知识,为全区上下疫情防控营造健康向上的网上舆论氛围。

在南海,村头大喇叭时常传出各种顺口溜、快板、唠家常,把疫情资讯、防控科普等内容送到乡村田间,大街小巷;镇村干部、志愿者走村入户,网格推进宣传进民居、商铺,努力做到全覆盖、无死角;宣传海报、公益广告、横幅随处可见,驻区媒体宣传报道攻势如潮……

一个多月来的宣传发动,南海所有人全部被动员起来,疫情防控的信息真正实现入耳入脑入心。



大沥镇党员志愿者走上街头张贴防疫宣传海报。

全民动员

打通信息传播“最后一公里”

在桂城翠颐社区,两台超市的购物车,车边挂着“疫情防控流动宣传车”的纸牌,车上载着大音箱,正是这种简单的办法解决了城市居民小区没有农村大喇叭的难题。

每天早上9点30分开始,社区工作人员、社区党员志愿者、街坊会热心居民等五六人一组推着流动大喇叭,在南海颐景园和怡翠花园小区内反复播放《梦之声—居家防护》的普通话版和粤语版音频节目。

不止是翠颐社区,在疫情防控期间,南海各地广大党员干部、志愿者积极行动,加入到疫情防控宣传发动的行列。

面对这场没有硝烟的阻击战,如何最大范围地动员群众参与其中?打通信息传播的“最后一公里”,凝聚最大范围的参与力量,是各级党委政府都需要思考的问题。

南海的思路是坚持党建引领,充分发挥党组织战斗堡垒作用和共产党员先锋模范作用,区领导全部下沉一线,从各级党委政府到广大党员干部群众,火速进入“战时状态”的紧张氛围,带头宣传疫情防控信息。

从1月28日,南海发布疫情防控1号文开始,截至2020年3月3日,全区发布的各类文件或倡议共30条。这些文件和倡议,通过各类渠道发布后,筑起了疫情防控的第一道墙。而党员干部、志愿者走村入户,网格推进宣传进民居、菜园、商铺、超市,也让信息的传播得到最大范围的覆盖。

文艺界也倾情投入,发挥文艺“轻骑兵”的作用,创作文艺精品,以文学、绘画、音乐、摄影、舞蹈等形式,讴歌战斗在疫情防控一线的奋斗者,生动反映抗击疫情中涌现出来的感人事迹,为做好疫情防控工作提供精神支撑。

南海疫情防控和复工复产的成效、做法,得到了央媒的关注。中央电视台CCTV-13《新闻30分》和《新闻直播间》、CCTV-4《中国新闻》以“外贸外资企业复工复产有序推进”为题,聚焦一汽—大众生产基地的复工复产情况,政府的支持和帮扶扶外企点赞。

新华社客户端在全省共选取了7家企业报道复工复产情况,其中群志光电有限公司、广东一方制药有限公司和广东星联精密机械有限公司为南海企业有序复工复产实力代言。

此外,人民网、新华网、央视网等多家央媒围绕南海出台“稳企十五条”、发布“复工十条”、村级工业园改造项目全面复工、推出“氢能产业发展规划”等多个亮点工作内容,高度关注南海区全力统筹疫情防控与经济社会秩序恢复。

数看南海战“疫”宣传

截至3月2日17时,全区累计发出抗击疫情报道**5.2**万篇,新增**1033**篇

新华网、央广网、经济日报、人民日报客户端等中央级媒体报道**1391**篇

南方日报、广州日报、腾讯、新浪、凤凰和网易等省级媒体报道**1.6**万篇

“学习强国”学习平台采纳南海新冠肺炎防控和企业复工复产稿件**425**篇。

主流媒体平台阅读量累计超**4.85**亿。

全区部署宣传广播**2031**处,每天(按12小时计)滚动播放逾**1328**万次。

75个单位、**286**个村居悬挂张贴防疫知识宣传海报、公益广告、横幅及宣传单张等**205.9**万份。

立体宣传

160万份家书全面覆盖南海

2月16日上午,《新时代南海家书——新冠肺炎防护特辑③》送到丹灶,西城社区网格员第一时间走进企业向一线职工、企业负责人派发,充分利用这一宣传载体提高企业和群众的防控意识。

佛山市南海联发塑料有限公司总经理麦铭庆收到《防护特辑③》后,仔细阅读起来。他表示,这份“家书”实用性很强,“疫情防控知识一目了然,对我们帮助很大!”

这是南海推出的第三期《防护特辑》。为进一步扩大宣传覆盖面,为南海市民朋友通报最新疫情情况,提供防控疫情实用信息,1月30日(年初六)南海就制作第一期防控疫情特刊,共派70万份。第二期60万份于2月8日推出,第三期发行量也达到了29万份。

三期《防护特辑》总计发行近160万份。在南海区整个防疫宣传布局中,这只是其中一个环节。在南海区委宣传部的统筹指导下,南海利用大喇叭、广播、海报、宣传册、户外LED屏、社区宣传栏、宣传横幅等多种方式宣传防疫工作要点,构建全方位、立体式的宣传攻势,实现辖区全覆盖。

疫情防控期间,狮山镇岗联社区大塘经济社的村头大喇叭,经常听到经济社党支部书记邹铭华的嘹亮声音,“土味又贴心”的粤语播音,让村民们亲切而又入心。邹铭华的这一行动,还登上了央视《新闻30分》等节目。

在南海的很多村居,基层干部通过大喇叭等形式进行宣传,用顺口溜、快板、唠家常等形式通俗易懂地传播防控知识,呼吁居民做好防疫,戴好口罩,减少串门。数据显示,全区共部署宣传音频播放(含宣传车、应急广播、高音喇叭、流动广播等)点位数2031处。

不仅如此,为打通疫情防控信息传播的“最后一公里”,南海在户外宣传方面共部署2222块电子屏进行防疫信息刊播;部署悬挂张贴防疫知识宣传海报、公益广告、横幅、印刷宣传单张205.9万份;全区大街小巷的1777辆公交车、出租车也加入防疫宣传队伍,挂起了防疫知识播报屏。

创意传播

让防疫知识入耳入脑入心

2月13日晚上,一条超燃MV——南海版《出征》,出现在南海区各大媒体上。该视频用87秒全程记录第四批60名南海医护人员出征驰援湖北壮丽征程。视频中,抗疫集结号吹响时,紧急出征的医疗队员们斗志昂扬,齐声高呼:“武汉加油!中国加油!”

视频发出后,迅速在互联网上掀起传播热潮。网友樵山牛人在朋友圈写道:“危难时刻,南海人从不缺位。”

以视频来展示南海形象,传递南海力量,只是南海在这次疫情防控攻坚战中,各大媒体、宣传平台主动作为,挥洒创意的一个缩影。

为最大范围动员群众参与配合疫情防控工作,南海区各大媒体宣传平台纷纷发挥创意,通过报纸、新媒体、视频直播、家书特刊等全媒融合的方式,用各种新鲜而又接地气的媒体产品,全方位关注和报道一线医务人员、党员、公安干警、社区志愿者坚守抗疫的先进事迹,凝聚最广大群众的力量参与到疫情防控中来。

以珠江时报为例,在此次疫情防控过程中,先后策划了九宫图“花系列”宣传海报“待樱花烂漫时,江城平安归!我在南

海,祝福武汉”,以鲜花传达祝福,为武汉加油;制作海报“了不起的90后”,致敬各行各业奋战在抗疫一线的工作人员,包括执勤民警、党员干部、公交司机等一批90后,他们是对青春无悔的最好诠释。

纸媒方面,珠江时报每天8个版的篇幅报道抗疫,推出“党旗飘扬”“复工复产”等专栏,开设“时报快评”“战疫观察”等专栏,以观点和方法论分析和总结南海战疫中的做法,起到了借鉴和启示的作用,快评已刊发40多条,深度观察已刊发10多篇,其中深度观察有8篇被学习强国全国平台选用。

而其他媒体平台也竞相推出自己的拿手绝活:凤凰网策划推出南海党员干部奔忙在暴雨中的系列抗疫海报;网易制作暖心H5“春暖花开之时,疫情过后那天,你最想做的第一件事是?”;腾讯设计策划企业复工复产防疫指引九宫图。

主动、及时、创意、权威的信息传播,不仅让真相走在谣言的前面,缓解群众疑虑,打好打赢疫情防控战提供坚强的宣传舆论支持。数据显示,截至3月2日17时,全区累计发出抗击疫情报道5.2万篇,主流媒体平台阅读量累计超4.85亿。



党员志愿者上门派发《新时代南海家书——新型冠状病毒感染防护特辑》。



党员志愿者开三轮车载着音响,在村头巷尾宣传防疫知识。