**关于统一管理使用市级宣传经费的建议**

领衔代表：吕怡然

附议代表：

一、现状分析

宣传工作是党的一项极端重要的工作，是坚持党的政治路线，加强党的思想政治领导，巩固党的群众基础和执政基础的重要形式。党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视宣传工作，然而市级单位在宣传工作的开展中存在不足之处，其中宣传经费运用于宣传成效等方面的问题尤为突出。

**（一）各部门宣传统筹较差**

宣传工作是一项系统工作，需要各部门、媒体以及社会团体共同努力协作，但在宣传活动的开展中，各部门往往各自为政，各唱各的调，各吹各的号，合力不足，缺乏联动性，没有形成齐心协力“大合唱”的氛围。分兵作战、互不通气的结果就是宣传活动成为低水平、低效应的重复工作。

**（二）宣传工作缺少专业性**

各部门宣传队伍建设比较薄弱，宣传策划等各方面都缺乏专业人才，工作中创意性不足，实效性不高，难以很好的胜任新形势下的宣传新需求。专业性缺乏，人员流动大灯因素造成宣传活动层次较低，手段单一，使得宣传影响力受局限。有的对宣传工作的规范性和要求不够了解，有时甚至出现“高级黑、低级红”等行为；有的照搬照抄，不能灵活应对因地制宜，因人有异的情况，使得宣传活动过于随意，形式主义突出，未能形成“大宣传、大文化、大服务”的形态格局。

**（三）宣传费用使用不合理，宣传针对性不强，且难以评估宣传活动效果**

 有些部门对宣传工作投入产出存在误区，认为花大钱=宣传到位，认为搞了活动=宣传到位。有些部门找商业影视公司或策划公司承接宣传活动，但是这样的市场化、商业化操作常常是“花冤枉钱”、“事倍功半”。在活动过程中缺少沟通监管，在活动结束后缺乏反馈总结。宣传活动“一阵风”，宣传效果“一场空”。诸如此类，高投入低回报，造成财政经费的严重浪费。

二、相关建议

**（一）整合资金集约管理，预算归到市融媒体中心**

党的二十报告指出，“巩固壮大奋进新时代的主流思想舆论，加强全媒体传播体系建设，塑造主流舆论格局”，

将分散在市属部门、街道宣传经费项目预算统一整合，由市财政局根据全市宣传工作计划，将经费安排在市融媒体中心统一执行。一方面能进一步加健全宣传经费支出标准体系，实行宣传项目集中管理，做到专款专用，以资金带动资源，有效实现舆论引导和社会服务“一盘棋”；另一面也是贯彻落实习近平总书记“扎实推进县级融媒体中心建设，更好的引导群众、服务群众”的重要指示精神。给予融媒体中心建设极大支持，使其朝着“主流舆论阵地、综合服务平台、社区信息枢纽”的目标不断迈进，为其带来全新的发展机遇。

**（二）借助“融媒体”传播渠道，将声音最大化**

慈溪市融媒体中心拥有慈溪日报、慈溪电视台、慈溪人民广播电台，慈溪发布微信公众号、慈溪日报微博、慈溪融媒视频、“慈晓”客户端，慈溪新闻网、户外大屏和电梯应急宣传屏等“一报两台、三微一端、一网一屏”等宣传平台，总用户突破387万。融媒体中心可凭借采编、策划、运营等高素质专业人员，结合市属部门的各项宣传计划，在物力、人力，以及丰富的传播渠道，做到宣传工作“多管齐下”“同频共振”。在内容建设层面凝聚共识，开拓创新，增强并发挥意识形态的引领力。充分利用融媒体“中央厨房”，并部门单位单兵作战，升级为整体联动的“同心圆”，达成策划、数据分析、内容生产、实效传播的精准发声。

**（三）借助“融媒体”大数据，做好宣传效果反馈监测**

近年来，市融媒体中心深度融入数字化改革浪潮，推动构建“大数据”运营模式。可以通过“活动反馈”等应用场景，健全吸纳民意的工作机制，自动抓取民情民意的高频词汇，准备呈现群众对各部门宣传工作的意见和建议，协助收集宣传活动的效果反馈，形成总结报告进行分析处理，便于改进下一步宣传活动的开展。

牢牢把握意识形态工作领导权，推动各项宣传工作走深走实意义重大。而慈溪市融媒体中心是市委市政府意识形态宣传坚定、可靠、权威的坚强阵地。通过以上措施，可以高效实现市级各部门、各战线一盘棋的宣传局面，优质内容融汇融合，好声音共鸣共振，好经验互相借鉴，激活宣传力量的生命力，扩大宣传力量的影响力。