# 政务新媒体清理整顿工作总结(通用3篇)

来源：网络 作者：悠然自得 更新时间：2024-08-07

*工作总结是最常见和多用途的年终总结、半年总结和季度总结。 以下是为大家整理的关于政务新媒体清理整顿工作总结的文章3篇 ,欢迎品鉴！第1篇: 政务新媒体清理整顿工作总结　　按照上级要求，我镇及时进行了政务新媒体自查自纠和清理备案工作，现将具体...*

工作总结是最常见和多用途的年终总结、半年总结和季度总结。 以下是为大家整理的关于政务新媒体清理整顿工作总结的文章3篇 ,欢迎品鉴！

**第1篇: 政务新媒体清理整顿工作总结**

　　按照上级要求，我镇及时进行了政务新媒体自查自纠和清理备案工作，现将具体情况汇报如下：

　　新媒体共开设一个，即微信公众号“X”。安排专人专人进行公众号的日常维护，“X”公众号的开设旨在打造公众交流平台，宣传风土人情、经济社会发展、特色农副产品、特色旅游，促进更好更快发展。“X”微信公众号创建于2024年5月11日，共推送发布信息85条，内容包括公共空间治理专栏、党建专栏、民生公众专栏等多个方面。今年以来信息推送频率达到一周一条，进一步加强了与网民的互动沟通，以平等、包容的心态对待批评，以客观公正的态度缓解疑惑，以认真负责的精神解决了群众切身利益问题，增强了信息传递的及时性，也加强了老百姓的参与性与互动性，同时也提升了政府办事效率。

　　经过认真仔细的排查我镇政务新媒体不存在出现严重表述错误的问题；未曾泄露国家机密；未曾发布或链接反动、暴力、色情等内容；未曾因发布内容不当引发严重负面舆情；目前微信公众号正常运行，上次信息发布时间为为4月27日，无“僵尸”、“睡眠”等问题；通过“水美临淮”微信公众号能够实现与网民有效互动，不存在购买粉丝、强制要求群众点赞等弄虚作假的行为。

　>　下一步我镇将从下面几个方面做好政务新媒体工作：

　　一是加强平台建设。坚持质量优先、管理先行，打造权威发布、反应灵敏的政务新媒体平台。按照谁主管谁负责、谁发布谁负责的原则，明确“水美临淮”公众号责任主体，避免出现开而不管、管不到位的问题。

　　二是严格审核管理。建立明确规范的工作程序，指定专人专岗负责相关政务信息发布工作，建立信息发布审核机制，严格把关发布内容。政务新媒体要紧密围绕政府部门职能定位，及时发布政务信息，尤其是与社会公众关系密切的政策信息、服务信息，不得发布与政府职能没有直接关联的信息。重大信息发布要经本单位主要负责人或分管负责人签批同意，避免出现不当言论。

　　三是强化引导回应。对重大突发性事件，按程序及时通过政务新媒体等发布信息，公布客观事实，并根据事件发展和工作进展发布动态信息，表明政府态度，回应公众关切。对社会公众关注的热点问题，通过政务新媒体等作出权威、正面回应，阐明政策，解疑释惑。对涉及本地的网络谣言，及时协调相关部门查证辟谣，同时通过微信公众号予以公布。

　　四是完善考核监督。要健全政务新媒体考核评价体系，围绕信息质量、发布时效、传播效果等方面制定考核指标。加强对考核结果的运用，对工作落实好的单位和个人，按照有关规定表彰表扬，对内容长期不更新、信息发布不准确、互动回应不及时、运维管理不规范，在发生重大政务舆情时“失声失语”“雷言雷语”“信谣传谣”引发负面舆情的政务新媒体，要督促整改，问题严重的严厉问责。

**第2篇: 政务新媒体清理整顿工作总结**

　　一是找特色亮点。在宣传日常工作和规定动作的同时，针对我局开展的特色亮点工作进行重点宣传。比如开展的“进百企送安全”活动，系统全体人员下沉一线进行免费宣讲，加强了政企沟通交流，有效帮助指导企业解决安全生产方面的突出问题。我们将宣讲的照片和ppt进行发布，这一举措拉近了与监管对象的距离，可以说是把安全真正送进了心里。我们注意到这类宣传的留言很多，互动性很强。

　　二是挖理论深度。一些典形事故发生后，我们以现场视频、事故原因、防范措施的形式对广大受众进行普法说法、释法说理,此类信息的阅读量也很大，有很好的法律效果和社会效果。

　　三是做强标题点亮封面。一篇新媒体作品发布出来之后,第一眼呈现在受众面前的只有三个要素:封面图片,标题章副标题。我们紧紧抓住吸引人眼球的第一触点,以华丽、清晰、明朗、紧扣主题的三要素为微信作品增色加分。

　　四是坚持原创和效率。原创和效率是新媒体作品的生命力。我们立足部门职能，开展常识宣传、释法说理,宣传国家政策、法规、工作特色、亮点成绩等,传播正能量。比如我们的曝光台栏目，向在监管一线发现的问题隐患亮剑，对其他企业起到警醒作用，也通过媒体倒逼企业整改，此类原创文章的点击数也是非常多的。在重要的会议和活动结束后，微信公众号也会第一时间发布相关的内容，起到很好的宣传效果。

　　五是创新宣传形式。大部分官微新媒体作品,90%都是采用文字为主、图片为辅的形式开展活动和工作宣传。我们经常性地曝光事故现场视频，或者通过安全生产微视频的形式传播安全生产正能量，效果也常常事半功倍。

　　六是互动留言添色彩。当我们点击确认微信群发之后,其实工作并没有结束。一方面,要将作品在朋友圈及各种工作群、朋友群转发,这既是拓宽宣传的平台和途径,又是我们与受众和同行沟通交流、联系互动的有效渠道。另一方面,在后台管理平台上,网友们的点赞和留言,也要适时、适当的“精选”,让它在前台页面上显示出来,还要对别人的鼓励表示感谢、问题进行解答、建议表示接受并认真研究、及时改进,不断完善。

**第3篇: 政务新媒体清理整顿工作总结**

　　>一、基本情况

　　我局目前开设运行的政务新媒体主要有：政务微博1个——“江苏粮食和物资储备”；政务微信1个——“江苏省粮食和物资储备局”。未开设其他第三方政务平台及移动客户端政务账号或应用。政务新媒体（微博、微信）均由办公室负责审核管理。2024年三季度，我局政务微信公众号累计更新40条，阅读量13000余次；政务微博累计更新135条，阅读量311000余次。在政务新媒体第三季度检查抽查过程中，未发生单项否决和各类扣分问题。

　>　二、所做工作

　　（一）助力疫情防控。7月南京禄口机场新冠肺炎疫情爆发以来，围绕疫情防控发布权威信息，通过发布《江苏启动疫情防控物资保障机制》《最新！关于进一步严格疫情防控工作的通告》《【风雨同舟抗“疫”有我】省粮食和物资储备局党员积极投身疫情防控第一线》《江苏省处置南京禄口机场新冠肺炎疫情应急指挥部物资保障组召开工作会议》《关于做好疫情防控医疗物资保障和粮油市场供应工作的通知》《最新版防护指南发布！戴口罩有这些新要求》《关于“德尔塔”，国务院联防联控机制发布会权威解答！》等通知公告，第一时间发布权威信息，开展灵活多样的宣传解读。扬州疫情爆发以后，通过发布《全省粮油市场和医疗物资供应充足保障有力》《每天25吨，定向供应扬州！》《放心！江苏生活物资市场稳定稳定！全力保障扬州！》《从一头猪到一碗肉，省级储备肉这样端上扬州人餐桌》等暖心文章，让大家了解扬州疫情防控下的物资保障情况，主动回应社会关切。

　　（二）提升服务能力。积极发挥新媒体优势，进一步加强服务能力。通过发布《粮食储备管理加重问责！》,解读国家发展和改革委员会、国家粮食和物资储备局制定的《粮食储备管理问责办法（试行）》；发布《这份〈军粮供应站和军粮代供点资格认定事项优化审批服务指南〉，请您收好！》《这份〈粮食收购企业备案事项服务指南〉，请您收好！》两份指南，通过图解方式，一图读懂企业认定事项的服务流程。通过发布《〈扛稳责任让“米袋子“更安全〉：今晚黄金时间，快来围观！》《@干饭人，省局受邀参加〈黄金时间--改革政策e解读〉节目，速来围观！》以视频短片和现场互动的方式做好政策解读。

　　（三）加强日常监管。按照省政府办公厅要求，结合自身工作实际，由办公室成立政务新媒体发布审核小组，定期组织召开宣传工作会议，广泛听取各方意见建议，指定专人负责内容审核，不断完善信息发布审核制度。定期组织专人对存量信息错别字、敏感词等问题进行排查整治，按照国办、省政务办有关要求，做好各项维护工作，确保发布内容权威、数据同源、口径统一、表述准确。

　　>三、存在问题及整改情况

　　在取得一定成绩的基础上，我们认真梳理，认为政务新媒体运营中还存在以下几方面问题：一是受众面还不够“广”。在粉丝数量有限的情况下，部分文章的阅读、点赞、转发量有限，特别是政务微信公众号在运营过程中，受行业关注程度、机构改革等因素影响，影响力还不够。二是传播形式还不够“潮”。虽然在文章形式、图文比重、新媒体传播特点方面进行了一定研究，以加强传播效率，但是在互联网文化发达的今天，在如何改变文风，适应互联网传播特点等方面还有待进一步加强。三是在政务公开方面还不够“实”。近期，我局在政务新媒体上发布了一些政策文件类信息，但主要还是宣传报道居多，对于政务公开、政策解读方面，下阶段还需要继续加强主动公开力度。

　　通过对问题的排查，我们总结梳理了以下改进措施，以期切实履行好推进、指导、协调、监督本单位政务新媒体工作。

　　（一）提高信息发布质量。主动收集行业信息动态，加强政策解读比重，研究新媒体传播规律，学习“互联网语言”特点，适当改变文风，增加图片、视频比重，加强互动交流，促进政务新媒体发布内容高质量发展。

　　（二）加强信息互动回应。建立及时有效的留言管理机制，加强对后台网友留言的关注，提供切实有效而又充满温度的互动，及时回应网民关切，提高留言的时效性、专业性、权威性。

　　（三）扩大传播受众面。通过领导带头重视、举办各类活动、与市县条线部门加强联系协调、号召行业人员多关注等方式，扩大宣传范围，增加关注人数和粉丝数量，提升我局政务新媒体的传播力、影响力。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找