

“全息”融合 丰富宣传方式

大数据时代，在物联网、人工智能、云技术等新兴技术的支持下，人们采集到的各种信息越来越“全息化”，全部媒体共同发力，丰富宣传方式，信息才能得到更加广泛的传播。党委宣传部活用内外网、报纸、杂志、宣传展板、微信公众号、楼宇和电梯间电子屏，打造全媒体宣传矩阵，充分发挥各媒体功能的差异互补与完善，实现“资源通融、内容兼融、宣传互融”，为开展宣传思想工作提供强大的驱动力。

防疫期间，宣传思想工作打通不同媒体之间壁垒，扩大传播范围，提高传播实效。采用图文、视频、音乐MV等多种方式，提升可视化、立体式宣传效果，深入人心、喜闻乐见的优质作品得到广泛传播。集团内外网编发80多个基层单位的新闻1000余篇。其中，聚焦武汉的专题报道近百篇；《中国航油报》编发10期抗击疫情特刊计48个版面；《中国航油》策划制作“抗击疫情”专刊1期；设计制作抗击疫情展板3块；微信公众号坚持每天不停息，策划发布《战疫保运专题图片报道》《战疫保运小视频》等专题推送70余期、500余条推文，阅读量突破20万人次；收集挑选《复工复产安全指南》等10余个抗疫科普知识视频，在楼宇、电梯间电视屏播放，无时无刻提醒干部职工做好防护；拍摄制作《中国航油：我们一起加油》等暖心原创音乐MV，由一线干部职工作词、作曲和演唱，将全力以赴战疫保运一线的一幕幕真实场景和坚决胜利的信心决心通过文字、画面和歌声表达出来，用航油人自己的歌喉发出夺取疫情防控阻击战和复工复产攻坚战“双胜利”的最“靓”声音。

此次战“疫”宣传工作有效整合媒体资源，以全媒体“中央厨房”为指挥中枢，融合新闻采编和技术平台，统一集中采制新闻，将数字化信息差异化传送给报纸、杂志、网站、微信公众号、电子屏、展板等媒体，再加工处理并通过多元形态多渠道地向公众发布，实现了新闻报道全方位呈现和多角度同步传播，取得了良好的传播效应。

“全员”联动 凝聚强大正能量

“打赢疫情防控这场人民战争，必须紧紧依靠人民群众。”做好中国航油“两手抓、两手硬、两不误、两促进”的宣传思想工作，也必须依靠全体航油人群策群力。当前，疫情防控转为“外防输入、内防反弹”、国际油价断崖式下

跌等不利因素对集团公司生产经营产生冲击，集团公司党委决定开展战疫情、保经营、作贡献、谱新篇形势任务教育，全系统宣传思想队伍闻令而动、遵令而行，积极动员组织全体干部员工充分认识疫情对公司生产经营造成的影响，坚决完成全年任务目标。

宣传思想工作把镜头聚焦一线、用笔尖着墨基层，在信息平台“要闻”刊发武汉机场油库刘兴武、华北公司第一油库马玉衡、彭州管输公司刘洋等基层同志火线入党，《湖北分公司抗击疫情安全保供党员先锋队在行动》《战“疫”一线党旗飘》等新闻报道，全面反映基层党组织和党员在战疫保运过程中，充分发挥战斗堡垒作用和先锋模范作用，让党的旗帜在基层一线高高飘扬的优良作风。

通过《大战大考是检验党建成色的试金石》《战疫，24小时一直在！》《航油员工马玉衡给赴汉战疫妻子的一封信》《航油国家队的责任与担当》等新闻报道，对湖北分公司党委书记、总经理仇晨希，党群工作部主任李菁等疫情防控期间的“最美逆行者”，及全国各地航油人在战疫保运过程中的感人事迹、典型做法进行宣传报道，展现“五有”航油铁军风采，为全体干部职工加油鼓劲。

在全系统对成员企业、航油各地区公司等认真落实集团公司党委要求，积极开展形势任务教育进行专题报道，引导全体干部职工认清公司发展形势的严峻性，坚定“两战两胜”信心决心，提振队伍士气，汇聚攻坚克难、勇攀高峰的强大正能量，凸显“五有”航油铁军负重前行的责任担当和攻无不克、战无不胜的精神风貌。

形势逼人，使命逼人，疫情防控没有局外人，形势教育没有旁观者。党委宣传部同志们主动放弃假期的休息时间，主动请战、加班加点、冲锋陷阵，及时传递党委要求，多角度展示防疫成绩，汇集战疫保运最大共识和最强力量。

全体航油人充分发挥各自特长，通过文字和图片报道反映战疫保运的可喜成绩、用手中的相机和画笔真切展示一线防疫和生产情况、以激扬的旋律和有力的歌声传递“两战两胜”的最强信心决心……多种专业、多个部门参与宣传思想工作，实现了宣传主体的全员联动协同，有力形成了“工作共融、资源共融、发展共融”的宣传合力。