

从“好好警官”出圈看公安宣传破圈之路

□记者 陈永团 苑美丽

核心 阅读

2026年8月10日晚,周口城区细雨连绵。交警刘好好巡逻时,发现一位七旬瓜农因西瓜滞销滞留在路口。次日清晨,他因牵挂返程查看,发现老人在车上熬过整夜。心疼不已的刘好好随即联系本地爱心企业,将整车西瓜全部收购,为老农守住了一季辛劳收成。

这段朴实温暖的执法日常被真实记录后,以《雨夜偶遇瓜农“好好警官”追着大爷“一路跑”……》为题传播出圈,先后被人民日报、新华社、央视新闻、法治日报等数十家国家级主流媒体重点推送,全网播放量突破2.5亿,点赞推荐超800万,成为现象级公安正能量传播标杆。9月19日,中央电视台新闻频道《24小时》栏目以《“好好警官”刘好好:就是好管事儿》为题,对其暖心事迹进行专题深度报道。

一名基层交警,一段雨夜里的朴素善举,为什么能引发如此广泛而深切的共鸣?答案或许恰恰藏在“朴素”二字里。

成绩:从“偶发爆款”到“机制化生产”

今年33岁、从警9年的刘好好,始终怀揣着从警之初的赤诚初心。谈及从警缘由,他坦言:“看到影视剧里的警察侦破案件、服务群众,自己也想成为像他们一样的人。”没有什么修辞和包装,迎面而来的是未经雕琢的真诚。在公众对程式化、模板化典型宣传渐生审美疲劳的当下,刘好好的走红恰恰说明了一个道理:真正打动人的,从来不是宏大叙事,而是那些具体可感、带着温度的“小事”。

刘好好的出圈绝非孤立事件。近年来,市公安局在典型人物宣传上已经形成了一套可复制的工作机制。

平台搭建上,市公安局与当地党媒深度联动,联合打造专属宣传阵地,搭建起警媒常态化沟通、常态化发声、常态化传播的固定平台,为警营正能量故事挖掘、刊发、推广提供坚实载体支撑。

内容创作上,市公安局宣传科主动对接公安部新闻传媒中心,建立常态化联动共创机制,持续打磨优质原创作品。近年来,先后有68部原创作品被公安部新闻传媒中心视频号择优推送,其中《答案》《青春序章》等6部精品作品收获社会各界广泛赞誉。2026年7月,市公安局新媒体中心成功获评“公安部新闻传媒中心特约共创团队”,民警翟银银获评特约共创人才,实

现“团队+个人”双向赋能、双向突破。

经验输出上,市公安局宣传工作的创新做法获得上级认可。2026年9月18日,公安部新闻宣传局在杭州组织召开全国公安新媒体工作线上交流会,市公安局新闻宣传科科长李书洲受邀参会,以《解锁警民共情新密码 让流量带着温度传播》为题,分享市公安局深耕暖心警务、创新舆论引导、打造有温度的宣传的实践经验,为全国公安新媒体宣传工作提供了周口思路。

典型选树上,市公安局坚持“见人、见事、见精神”,精准挖掘基层民辅警履职尽责、服务群众的鲜活事迹,培育出一批辨识度高、感染力强、接地气、传得开的先进典型。如深耕警营35年、总结出系统化交通事故处理工作法的资深民警徐占军,15年坚守社区一线的“骑行警长”丁高岭,巡防值守、暖心为民的基层民警王文杰等等。

常态化的素材挖掘、系统化的典型培育、专业化的包装推广,让市公安局典型宣传产能持续释放。2025年以来,市公安局聚焦重大主题、重要节点、典型人物三大方向,深耕一线警务故事,持续做强正能量宣传,推动警务宣传不断破圈突围,特警队伍先进事迹多次被法治日报、人民公安报、河南日报等20余家主流媒体集中聚焦报道,警营良好形象持续深入人心。

审视:繁荣背后的结构性隐忧

然而,成绩的背后,问题同样不容回避。

其一,典型宣传的“自发涌现”多于“主动策划”。刘好好的走红,本质上是一次“偶发爆款”——一段执法记录仪拍下的真实画面,因为情感浓度足够高而被新媒体编辑捕捉到,进而引发裂变式传播。但这样的“偶发”能否被制度化地“发现”和“放大”?在刘好好之前,市公安局是否还有类似的感人故事因为没有及时被记录、被传播而悄然消逝?对比福州公安的做法——当地党媒借助传统媒体、新媒体不同优势,多渠道、立体化对潘东升等先进典型事迹挖掘报道,市公安局在典型人物的主动策划、前置介入和系统挖掘上,仍有提升空间。

其二,与当地党媒的联动仍显“例行公事”。尽管市公安局与当地党媒有合作平台,但从整体来看,这种合作更多停留在

“供稿—刊发”的浅层模式,尚未形成“共同策划、联合采访、深度挖掘”的深层次协作。刘好好的央视报道,更多是央媒“自上而下”的关注,而非当地党媒“自下而上”的推举。

其三,典型人物的“长尾效应”尚未充分释放。一个典型人物的价值,不仅在于“被看见”,更在于“被记住”和“被延续”。刘好好登上央视,全网播放量2.5亿,但热度过后呢?群众能否在日常生活中持续感受到“好好警官”式的服务温度?公安形象的重塑,不能只靠一两个爆款视频,而需要将典型人物的精神内核转化为整个警队的行动自觉。正如市公安局在经验总结中所言,要“持续深化与公安部新闻传媒中心联动共创机制”,但这种“深化”不应止步于作品共创,更应延伸到典型精神的落地生根。

破局:构建警媒深度融合的“周口路径”

从“好好警官”的个案出发,市公安局典型宣传工作要走出“偶尔出彩、常态平淡”的困境,关键在于与当地媒体建立从“物理叠加”到“化学融合”的深度合作关系。

首先,建立“前置介入”的联合策划机制。典型宣传不能等事迹“发酵”后再去追认,而应在日常工作中就建立线索发现和评估机制。建议市公安局与当地党媒建立常态化的“新闻线索联席会商”制度,由媒体记者定期参与公安宣传选题策划,从新闻专业视角判断哪些人物和故事具有传播潜力。河南省公安厅已有先例——组织河南日报、河南法治报、大河报、河南广播电视台等主流媒体记者深入一线,挖掘采访典型人物先进事迹,周口完全可以借鉴这一模式,将“请媒体来”变为“与媒体一起干”。

其次,打造“梯队式”典型培育体系。项城民警丁高岭推树过程中“市县两级公安宣传部门重点跟踪培养”的做法值得系统化推广。应当建立从“日常发现”到“重点培养”再到“集中推树”的三级梯队:基层所队负责日常记录和素材积累,县级

宣传部门负责初步筛选和定向培养,市级宣传部门负责统筹策划和向上推报。每一个“刘好好”的出现,都应该有一条清晰的成长轨迹和宣传路径,而非依赖偶然的“网络爆红”。

最后,构建“全链条”警媒合作模式。警媒合作不应局限于“发稿”这一终端环节,而应贯穿“选题—采访—制作—传播—反馈”全链条。参考青海警媒合作座谈会上提出的“在选题策划、音频制作、直播演绎、传播渠道等方面深化协作”的思路,市公安局可以与当地党媒共同组建“警营故事工作室”,由媒体派驻记者常态化嵌入公安宣传工作中,实现资源共享、人才共有、作品共创。

回到刘好好。“我的名字就是我的初心。”他的这句话朴素简洁,但强烈的使命感、责任感让这句话直抵人心。公安典型宣传的最高境界,不是让群众记住某个“典型”的名字,而是让群众在每一个民警身上都能感受到“好好”二字所承载的那份善意与担当。从一个人到一群人,从一个故事到一种文化,这才是“好好警官”留给市公安局最有价值的启示。

本版组稿 苑美丽