

新媒体环境下二级学院新闻宣传工作探究

陈 苏

(南京财经大学 财政与税务学院, 江苏 南京 210023)

摘要: 二级学院新闻宣传工作承上启下, 有其独特的意义和作用。新媒体的冲击使二级学院新闻宣传工作面临一定的困境, 同时也带来了新的机遇。坚持以师生为本, 坚持党性原则, 兼顾继承和创新, 转换思维方式、促进资源整合、改进话语体系、更新内容结构, 同时逐步形成较为成熟的新闻宣传工作常态化机制, 是加强和改进二级学院新闻宣传工作的必由之路。

关键词: 新媒体; 二级学院; 新闻宣传; 宣传工作常态化

中图分类号: G646 文献标识码: A 文章编号: 1672-6049(2015)02-0105-04

近年来, 随着移动互联网技术、通信技术的飞速发展, 各种新媒体逐渐成为重要的信息集散枢纽, 不仅对人们的日常生活有着潜在和渐进式的改变, 其迅猛发展和扩张更对传统媒体的优势地位形成了强烈的冲击。高校尤其是二级学院作为年轻受众的聚集地, 新媒体的影响力更是首当其冲。在新媒体时代, 如何融合发展、继承创新, 更好地推进二级学院新闻宣传工作是目前亟待探究的问题。

一、新媒体时代及其特点

新媒体在学界广为人知的定义是: “在计算机信息处理技术基础之上出现和影响的媒体形态。”^[1]在实际应用中, 笔者更倾向于将其定义为“以数字媒体为核心的新媒体, 通过数字化交互性的固定或及时移动的多媒体终端向用户提供信息和服务的传播形态。”^[2]

中国互联网络信息中心(CNNIC)2014年7月发布的《第34次中国互联网络发展状况统计报告》显示: “2014年上半年, 即时通信使用率继续攀升, 第一大网络应用的地位更为巩固。微博客市场逐步进入成熟期, 整个市场呈现出集中化

趋势……移动社交逐渐向单一应用聚合。”而在网民职业结构中, “学生依然中国网民中最大的群体, 占比例25.1%, 互联网普及率在该群体中已经处于高位。”^[3]

显然, 新媒体在高校校园语境构建和信息交互中的作用越来越凸显。以移动互联网技术为基础的即时通讯软件和社交平台, 如微信、飞信、QQ、微博、人人网等, 正改变着高校大学生的信息传播渠道和发布方式。与传统媒体相比, 新媒体有其独特的优势:

(一) 信息传播迅速, 实现了多媒体融合

数字技术打破了传统媒体的固有模式和传输渠道, 使信息传递更加快速准确, 并具备了多媒体融合的特点。同时由于传输手段和接收终端的多样化, 传播内容更为丰富, 方式更为多样。

(二) 从单向传播转为多向、互动传播

互动性是新媒体的明显标识之一。新媒体介入的“低门槛”使得不同年龄、职业、地区的受众均可以通过跟帖、发表评论、以及各类自媒体发布, 进入到全开放式的全员参与中来, 不受时间和空间的限制, 大大强化了使用感受。

收稿日期: 2015-02-24

作者简介: 陈苏(1980—), 女, 江苏泰兴人, 研究方向为高等教育管理。

(三) 实现了信息传播的个性化、分众化

在新媒体中,受众不再是单一被动的信息接收端,而是有着绝对的主动权,可以从时间、内容、媒体形式上进行选择,并随时进行反馈。由此新媒体传播也从以灌输为主的“广播”转向针对性强的“窄播”,更加注重个性化、分众化。

二、二级学院新闻宣传工作承上启下,具有重要的意义

新闻宣传是高校改革和发展的重要推动因素,为学校各项中心工作的开展提供思想保障、舆论引导和精神动力。二级学院作为高校基层组织的主要构成部分,是高校新闻宣传的一线阵地和主力军。

作为连接学校与学院师生、校内与校外的纽带和平台,二级学院具有独特的承上启下性质。不仅紧密围绕学校的中心工作,发挥上情下达的渠道作用,同时作为大量鲜活的高校各类动态的发源地,通过及时报道学院新闻和重要动态,完成下情上传、外传的角色功能。其“内聚合力,外塑形象”的重要作用日益凸显。

另一方面,新媒体在带来发展机遇的同时,也是一柄“双刃剑”。传播渠道的多样性使得传播的信息量激增,传统媒体在高校的主导地位受到强烈冲击。大学生面对大量信息,难以对其真伪、可信度进行有效的识别和甄选,虚假传播引起的校园公共安全和突发事件更暴露了这一安全隐患。

因此,做好二级学院新闻宣传工作,是充分利用学院平台,占据意识形态重要阵地、把握舆论主动权、保障校园安全的必然要求。

三、新媒体环境下二级学院新闻宣传工作现状及困境

在新媒体冲击下,相当一部分高校的新闻宣传工作仍处在较为传统的阶段。宣传媒介主要集中在在校报、校园广播、校电视台以及被称为“第四媒体”的网站等载体上,宣传载体较为传统,渠道相对老化。而二级学院的新闻宣传工作困境尤为明显:

(一) 宣传渠道较为匮乏。很多二级学院仅有院刊、社团性质的杂志等用于刊印学院动态、宣传先进事迹等,受资金和人员的限制,出刊频率低,发行量少,受众面也较为狭窄。目前已较为普及的学院网站,虽然能够实现较为迅速地发布学院动态和各类信息,但由于互动性不强,内

容关联度不够,存在学生关注度低、点击率不高等问题。部分学院网站还仅限于门户介绍功能,存在建设不足,更新缓慢的情况。

(二) 传统的“把关人”功能弱化。作为高校传统“把关人”功能的初级审核阶段,二级学院这一功能正被逐渐弱化。自媒体作为具有传播信息功能却不具备传统媒体的类似审核程序的个人网络行为,打破了信息发布的控制权。信息无法从发布渠道、信息源头进行控制和筛选,甚至在接收和反馈上容易出现滞后。部分二级学院由“把关人”变成了“救火员”:不实信息引发的舆论已经形成对学校、学院的负面影响后,才了解并追踪信息源,进行事后澄清和弥补。

(三) 意识形态工作的主导地位受到冲击。新媒体井喷式的大量信息夹杂着不同意识形态的价值观输出,一定程度上削弱了马克思主义主流意识形态的话语权,消解着高校主流意识形态的主导地位。对于理性判断能力不强的大学生,容易造成理想信念迷失,价值观念混乱。二级学院直接面向学生进行思想政治教育,亟待探索新的隐形教育方式,夺回阵地主导权。

四、新媒体环境下加强二级学院新闻宣传工作的措施

鉴于以上对当前高校二级学院新闻宣传工作的分析和反思,笔者认为新媒体时代二级学院应以师生为本,坚持党性原则,兼顾继承和创新,转换思维方式、促进资源整合、改进话语体系、更新内容结构,同时,逐步形成较为成熟的新闻宣传工作常态化机制,切实改进和加强新闻宣传工作。

(一) 坚持党性原则和正确的舆论导向

新形势下,新闻宣传工作的意识形态属性比以往更为复杂和显著。只有坚持党性原则,牢固把握意识形态领域的话语权,强化权威信息发布,旗帜鲜明地宣传社会主义核心价值观体系,才有助于形成正确的舆论导向,推进高校思想政治工作。二级学院新闻宣传工作只有立足学校改革发展的中心任务,结合学校十二五规划的分解目标,围绕提升内涵建设的核心要求,才能统一广大师生的思想认识,凝心聚力,做到守土有责、守土负责、守土尽责。

(二) 坚持继承和创新相结合,重视新媒体环境下的宣传工作创新

习近平总书记在2013年8月19日全国宣

传思想工作会议上的讲话中指出：“‘明者因时而变，知者随事而制。’宣传思想工作创新，重点要抓好理念创新、手段创新、基层工作创新，努力以思想认识新飞跃打开工作新局面，积极探索有利于破解工作难题的新举措新办法，把创新的重心放在基层一线。”

作为高校新闻宣传的基层一线，新媒体环境下，二级学院宣传工作亟待创新。这不仅是新媒体发展带给我们的挑战，也是开拓新闻宣传工作新局面的机遇。

1. 转换思维方式是新媒体环境下新闻宣传工作创新的重要前提。

新媒体环境下，信息选择呈现多元化趋势，灌输式宣传效果已明显弱化。我们要跳脱固有框架，改变宣传工作的思维定式，以多角度、全方位的思维方式，重新梳理新闻宣传工作架构。充分利用日益臻普及的新媒体技术，加强与大学生的交流互动，展开思想引导、价值观确立、人生规划等方面的隐性教育，达到新闻宣传工作“润物细无声”的效果。

2. 加强资源整合是新媒体环境下新闻宣传工作创新的必然趋势。

资源整合是新媒体趋势所带来的必然改革。从学生使用率高、覆盖面广的QQ、微信、飞信等即时通讯软件和微信、人人网、微博等发布平台来看，媒介资源的整合使用要坚持继承与创新相结合、形势多样和统筹协调相结合。

院刊、门户网站、学院橱窗等传统载体适合发布深度报道、连续报道、品牌宣传，更倾向于对核心价值取向认同的需求，由信息传播向内容传播转型；而各类即时通讯软件和平台等新媒体更倾向于信息传播快速准确的需求，适合发布短平快的即时消息，如获奖快讯、会议通知、课表更改等，也可用于传达各类文件，提高办公效率。在此基础上，实现跨媒体合作，在不同的媒体之间进行信息、技术、条件等的共享更有助于形成综合优势，提供可持续发展的动力。

3. 改进话语体系是新媒体环境下新闻宣传工作创新的有效手段。

话语体系已成为高校新媒体的鲜明标识之一。诸如“你造么？”“萌萌哒”等一些网络热词频繁出现在一些高校的微信公众账号中，以90后为主的大学生被迅速拉近了距离，关注度也随

之提高。当然，适度借鉴网络用语只是途径之一，改进话语体系首先要尊重受众话语权，增强平等对话意识。其次要积极拓展话语资源，提高话语创新意识，才能真正实现“贴近实际、贴近生活、贴近师生”的三贴近原则。

4. 更新内容结构是新媒体环境下新闻宣传工作创新的关键措施。

在“内容为王”的新媒体时代，新闻宣传工作的传播内容也至为关键。名为“goNJUE”的南京财经大学相关微信平台，因其推送内容全面及时，贴近师生，迅速积累了较好的口碑，从最初学生管理的公众订阅号已发展成为在全校拥有相当普及率的半官方微信平台。越来越多的高校官方媒体，正通过关注生活维度，回归日常生活，提高师生的关注度。南方周末数据实验室对全国103所省属重点以上的高校官方运营数据进行分析出炉的《中国首份高校微信排行榜》中，武汉大学、北京大学等高校的官方微信均以上万的周阅读量排在阅读量周榜和影响力周榜的前几位。^[4]

强化内容输出应注重把握意识形态领域的话语权。加强和改进正面宣传、典型宣传的力度和方式，以优秀积极的典型提振人心，以正确的人生观、价值观和世界观引领人心。“对舆论热点和政治经济社会中的敏感问题要把坚持正确导向放在首位……牢牢把握意识形态领域的话语权，做到在重大问题上不缺位，在关键时刻不缺语。”^[5]

丰富宣传内容还应重视品牌活动的宣传力度。结合二级学院的专业特色进行品牌活动宣传，更有利于提升学院知名度，制造品牌效应。以南京财经大学财政与税务学院每年的“全国税收月”活动为例，结合学院的专业优势，经过几年的精心组织 and 重点宣传，已从最初与区政府联办的校级活动，扩展为由国家税务总局在全国范围内推广的品牌活动，大大提升了学院的影响力和美誉度。

此外，还应组织定期调查，加强宣传策划。充分利用新媒体较高的互动性，收集师生意见，汇集师生心智，了解师生多样化需求，及时调整更新传播内容。对于较突出的宣传点，应进行有意识地深入挖掘，并加以精心策划。

(三) 坚持建立健全二级学院新闻宣传工作常态化机制

建立成熟的二级学院新闻宣传工作常态化

机制是推进学院新闻宣传的最终目标和根本保障。

首先要建立覆盖全面、及时高效的学院采编网络。完善的采编网络是实现信息及时有效传播的基本保障。打造一支政治素质高、业务能力强、勤业敬业的学生采编队伍是推动二级学院新闻宣传工作高效开展的核心动力。通过推选能力突出的学生骨干,举办学院通讯员培训班等形式对其进行重点培训,提升业务能力,提高稿源质量,为学院新闻宣传工作提供源源不断的原动力。

其次是要建立与校外媒体的联动机制。对外宣传是二级学院新闻宣传工作的重要组成部分,不仅有利于塑造提升学院、学校的社会形象,也有利于院内外媒体的资源整合和信息共享。因此加强与外界的联动性,形成良好的沟通机制,建立成熟的合作关系,是推进二级学院新闻宣传工作常态化的重点措施之一。

第三是建立有效的网络舆情的监督、研判、预警机制。新媒体是一把“双刃剑”,网络危机随时考验着高校的快速反应能力。二级学院应随时关注网络舆情的形成,发挥新媒体的力量,深度参与、正确评判、提前介入,把控事态发展端倪,及时补救。

第四是建立健全学院的“大宣传格局”。新媒体环境下,二级学院新闻宣传工作要从工作机制、传播渠道、内容体系、人员布局等方面构筑学院的大宣传格局。现有情况下,如何实现大宣传

格局下的体制、机制创新,还有待于进一步探讨。以队伍建设为例,学院宣传工作涉及学院人才培养、党建、教学科研、社会服务、文化建设等方方面面的重点,涉及部门较多,人员也各有分工。只有全员参与、全面覆盖、交叉共通才能实现信息传播的及时、迅速、融合。突破传统模式下媒体方式、传播内容、宣传队伍的单一限制,已经成为进一步有序高效开展学院新闻宣传工作的必然趋势。

参考文献:

- [1]熊澄宇. 新媒体与文化产业[EB/OL]. 2005-02-01. [http://media. people. com. cn/GB/35928/36353/3160168. html](http://media.people.com.cn/GB/35928/36353/3160168.html).
- [2]廖祥忠. 何为新媒体[J]. 现代传播, 2008(5): 122-127.
- [3]中国互联网络信息中心. 第34次中国互联网络发展状况统计报告[J]. 互联网天地, 2014(7): 71-89.
- [4]南方周末数据实验室. 你的学校上榜了吗? 中国首份高校微信排行榜新鲜出炉[EB/OL]. 2014-09-24. [http://mp. weixin. qq. com/s? __ biz = MjM5MTY0NzY0Nw = = &mid = 201987797&idx = 2&sn = 9c17197b02cf174f7217e79a20ceb9cc&scene = 2&from = timeline&isappinstalled = 0#rd](http://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MjM5MTY0NzY0Nw==&mid=201987797&idx=2&sn=9c17197b02cf174f7217e79a20ceb9cc&scene=2&from=timeline&isappinstalled=0#rd).
- [5]高明. 充分认识新闻宣传工作的意识形态属性[J]. 新闻传播, 2013(11): 221.

(责任编辑: 黄明晴)

A Research on News Propaganda of Secondary Institute in the New Media Environment

Chen Su

(School of public Finance and taxation, Nanjing University of Finance and Economics, Nanjing 210023, China)

Abstract: News propaganda of secondary Institute is an unique middle link between the university and the students. News propaganda of secondary Institute is in some kind of difficulties with the impact of new media, by which the new opportunities are also brought for. Principle of Party character teachers and students oriented, must be insisted in the news propaganda work of secondary institute. In addition, covering thinking modes, promoting resources consolidation, improving discourse system, updating content structure, and building up mature normalized mechanism are the inevitable choose to reinforce and improve news propaganda work of secondary institute.

Key words: new media; secondary institute; news propaganda; normalized mechanism of news propaganda work