

培养“四种思维”，融媒体时代高校新闻舆论工作“四力”提升路径

彭丽

南京航空航天大学

DOI:10.12238/er.v4i6.3972

[摘要] 在信息技术迅速发展,媒体平台更迭迅速的情况下,宣传理念也在不断更新,“媒介融合”成为发展趋势,也给新闻舆论工作带来变化,在工作实践中要求不断提升信息传播的时度效、提高信息传送的精准度、拓展信息内容的丰富度,为了提升新闻舆论工作的公信力、引导力、影响力、传播力,需要具备“品牌思维”“治理思维”“数据思维”“系统思维”。

[关键词] 融媒体; 公信力; 引导力; 影响力; 传播力

中图分类号: G210 **文献标识码:** A

Cultivating "four kinds of thinking" and promoting the "four forces" of news and public opinion in Colleges and universities in the media era

Li Peng

Nanjing University of Aeronautics and Astronautics

[Abstract] Under the circumstances of the rapid development of information technology and the rapid change of media platforms, publicity concept is also constantly updated. "Media convergence" has become a development trend. Changes brought about by the press and public opinion work requires the employees constantly improve their working ability. Constantly improve the timing, validity, accuracy and richness of information dissemination in the work. In order to enhance the credibility, guidance, influence and transmission of the news public opinion work, the employees need to have "brand thinking", "governance thinking", "data thinking" and "system thinking".

[Key words] Convergence Media; credibility; Guiding force; influence; transmissibility

引言

在十九大报告中提出要“提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力”(以下简称“四力”),在高校宣传工作实

践中,信息技术的加速发展带来了媒介平台的更迭,对信息呈现方式、传播模式提出了更高的要求,如何把握媒体平台及受众主体的特点,应对不断变化的形

势,探索更具成效的宣传模式,成为新闻宣传工作者必须思考的重要命题。

1 紧跟两大趋势,在变化中厘清宣传发展新机遇

[参考文献]

[1]习近平.在全国高校思想政治工作会议上的讲话[N].人民日报,2016-12-9(1).

[2]习近平.习近平在全国教育大会上强调:坚持中国特色社会主义教育发展道路培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人[N].人民日报,2018-09-11(01).

[3]李宁.红色文化在高校学生思想政治教育中的作用.承德石油高等专科学校学报,2013,15(1):46-49.

学校学报,2013,15(1):46-49.

[4]徐海泉,虞新胜.论红色文化资源在高校思想政治教育中的运用.井冈山大学学报(社会科学版),2012,(2):22-26.

[5]吕涛.红色文化与当地大学生社会主义核心价值观建构[J].教育与职业,2011,(26):58-59.

[6]矫磊,甘迎.高校红色文化艺术教育在大学生思想政治教育中的价值及实

现——以广西师范大学为例[J].新教育时代电子杂志,2016,(47):248

[7]王崇景.红色文化艺术教育对当代大学生思想道德的影响[J].艺术百家,2016,32(S1):319-320.

作者简介:

霍伟义(1978—),男,汉族,河南滑县人,硕士研究生,副教授,山东管理学院,研究方向:声乐教学与研究。

1.1 信息技术发展,媒介平台更迭层出不穷

随着信息技术的发展,媒介平台也在不断进行着更新,在更新发展的过程中,有如报纸、新闻网等在当下依旧有活力且有价值的“传统媒体”,有被时代、市场、受众等诸多因素“淘汰”的“人人网”“博客”等,有近些年一直活跃、拥有大量用户的“微博”“微信公众平台”,也有近年来发展势头迅猛的短视频平台。媒介平台的更新发展,也对宣传工作从业者与时俱进、不断学习新的平台运营技能和理念提出了更高的要求。

新媒体与传统媒体是非取代关系而是迭代关系,在高校媒体矩阵运营中,应有所侧重,不能一概而论。

1.2 宣传理念更新,宣传工作要求引领形势

技术的发展带来局势的变化,为适应不断发展的技术手段,传播理念也在不断更新,“媒体融合”就在信息化浪潮带来的新变化中应运而生,这一概念最早由美国麻省理工学院教授伊契尔·索勒·普尔提出,1983年,他在其《自由的科技》一书中提出“传播形态融合”,认为数码电子科技的发展是导致历来泾渭分明的传播形态聚合的原因,随着信息化技术的发展、技术革命的冲击,这一概念正逐渐变成现实。

2018年,县级融媒体中心建设拉开序幕,提出“要扎实抓好县级融媒体中心建设”¹,2019年提出要建设“全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体”²的全媒体传播格局,要“坚定不移推动媒体深度融合”,要坚持传统媒体和新兴媒体一体化发展方向,加快从相加阶段迈向相融阶段。

在现实技术的推进和县级融媒体中心建设先行探索下,高校媒体融合发展也成为必然趋势,在媒体融合视域下,着力提升新闻舆论宣传工作“四力”,也成为高校宣传工作者亟待解决的命题。

2 把握三个变化,在发展中迎接新闻舆论工作新挑战

2.1 提升信息传播的时度效

“时效性”向来是衡量新闻好坏的

重要标尺,在信息技术手段高度发达的今天,更是对其提出了更为严苛的要求,在重要新闻事件的传播上,传播速度无疑是重要的要素,但在高校新闻舆论工作实践中,还需综合多方考虑,不应以“快”为唯一度量尺,把握好快与慢的辩证关系,选择传播的最佳时机。在传播中,也应该把握好内容的深度和效果之间的关系。

2.2 提高信息传送的精准度

信息的爆炸式增长,生活节奏的加快、工作效率的提高,从“人找信息”到“信息找人”的转变致使受众对信息接收的精准度有了更高的要求,能够快速浏览到感兴趣的内容,成为用户对一个平台的基本要求。在平台运营中,不仅要注重信息的精准推送,还要注重分析不同平台的主要受众群体,根据受众群体的不同特征推出不同的内容。将内容策划关口前移,通过加强整体谋划推动信息传送精准度的提升。

2.3 拓展信息内容的丰富度

在“人人皆有麦克风”的自媒体时代,平台之间竞争激烈,也使得用户对信息的要求越来越高,不仅要知道是什么,即事实,还要知道为什么,即深层的背景,无论是对信息的数量还是质量,都提出了更高的要求。由于信息量级的不断增长以及新媒体的激烈竞争,为了避免用户的“审美疲劳”,也催使平台运营者需要不断加强形式上的创新,从图片设计、音频、视频等方面调动用户多维度的感官新体验。

3 培养四种思维,促进“四力”提升

3.1 培养“品牌思维”,提升公信力

作为在受众数量和关注度上皆具优势的信息传播平台,学校新闻网、官微等媒介平台是发布学校大事要事的重要窗口,这一功能性作用使得校级平台信息发布更具权威性,也使其承担了官方发声的重要使命,因此在平台运营中,必须保证信息的及时性、准确性。

校园媒介传播的内容不仅要让更多人看见,更要让更多人记住,因此,在进行内容策划时,不仅要树立一个品牌,更

要将每一次内容当成一个“产品”去运营,内容的生产完成并非是新闻舆论工作的终点,在媒介融合视域下,需要形成一个集“内容的采集生产、多平台分发、推广到舆情监控、相关数据分析”于一体的闭环产业链。在内容策划阶段,就应当将多平台分发方案纳入到策划当中,在内容生产完成后,要注重内容的推广,关注后续受众反馈情况,并收集有关数据形成可改进方案,从而形成生产内容日益精进的良性循环。

同时,在原创策划相关选题时,也需更加注重官方媒体在宣传工作中的正面效益,不仅要通过官方媒体的窗口展示学校在发展过程中多领域的重要成果,还要通过讲述好学校故事凝聚各方力量。

3.2 培养“治理思维”,提升引导力

高校媒介的受众群体较为聚焦,其承担了高校“立德树人”使命、服务师生等一系列提升学校治理能力的重要任务,也是学校治理能力的重要展示窗口,因此在运营过程中,需要相关从业人员以治理能力提升为目标推进相关工作。

首先是舆论引导能力的提升。高校新闻舆论工作群体指向相对集中,加强学生思想政治教育、爱国、爱校荣校教育等也是重要内容之一,在策划宣传内容时要把握好创作大众喜闻乐见的作品与提升作品正确引导力之间的关系。

其次是服务意识的加强。在以“用户为中心”的互联网思维的影响下,在新闻舆论工作中着力提升用户体验。随着手机端的媒介平台使用率不断上升,成为主要的信息传播平台及与受众双向互动平台,了解受众需求,搭建更多服务平台,开发并加强更多服务功能。

最后是反馈机制的建立。新媒体相较于传统媒体,交互性特点较为显著,技术手段的更新使得受众的意见表达变得更加便捷,受众意见可以得到实时反馈,日益便捷的表达渠道让受众成为媒介平台治理的重要一环,受众在某种程度上也可以扮演“审稿人”角色,参与到内容生产中,建立起“反馈—收集—促进”

机制,从而不断完善供给内容,相关媒介平台也成为了师生参与学校治理的途径之一。

3.3培养“数据思维”,提升影响力

我们正在进入一个“万物互联、万物皆媒”的一个时代,随着数字化进程的发展,新的度量方式和程度将会出现,“所有人都在一步步地进入精细解析的社会”³,这种通过信息化手段被更加精确获取、精细分析和透彻评价的社会被称之为“微粒社会”。在媒介平台运营中,借助信息化手段收集相关数据,并对此进行解析,成为推进媒介发展的重要手段,因此高校宣传工作者也需要培养“数据思维”。

首先是通过“大数据”对生产内容精准分析。利用技术手段,对内容进行分析,通过相关内容的阅读量、转发量等数据的分析,了解用户的喜好,以此作为内容调整的指标之一,并通过算法精准分发内容,依据不同平台受众的不同喜好,对用户进行精准画像,依据用户特色对作品呈现形式和内容进行相应调整,以符合不同受众的需求和心理预期。

其次是通过信息化手段提升工作效率。在融媒体时代,各个平台发展迅猛,平台内容传播渠道更加广泛,对传播过程及效果的把控也变得更加困难,在與

情监测上单凭人力是很难高效完成,借助信息化手段,可以极大的提升工作效率,释放更多的生产力。

3.4培养“系统思维”,提升传播力

传播力即实现有效传播的能力,衡量传播的“力”可以分为“能力”与“效力”两个方面,“能力”侧重于传播的广度,“效力”侧重于传播的精度与效果,在媒体融合视域下校园各个媒体平台的运营,并非是简单的相加,进行物理聚合,而是进行相融,让其产生化学反应,在运营过程中,提升传播力的关键在于系统思维的运用。运用系统思维可以帮助我们动态地看待问题,让我们能够在不断变化的形势中“看到多种可能性,从而让我们更好地管理、适应复杂性挑战,把握新的机会”⁴。

在高校媒介运营中,要注重处理好以下几对关系,一是把握好“全面”和“重点”的关系。随着平台数量的逐渐增多,在运营过程中要有内容的侧重,对一些重点选题进行全方位全平台多维度的宣传,但是对于一些选题可以只侧重发布在部分平台,通过有选择性的发布突出宣传重点。二是把握好“加法”和“减法”的关系。并非所有的内容都要“大而全”,要学会进行素材的取舍,最大限度的提升传播效果。三是把握好“快”

与“慢”的关系。掌握好各类选题发布契机。四是把握好“上”与“下”的关系。做到上下联动,做到宣传内容无死角、全覆盖。

4 结语

随着时代的快速发展、技术的日益更新,宣传工作也应始终与时俱进,在融媒体时代,也应积极运用融媒体思维,不断提升宣传工作的公信力、引导力、影响力,最终促进传播力的提升。

[参考文献]

[1]张洋.习近平在全国宣传思想工作会议上强调:举旗帜聚民心育新人兴文化展形象更好完成新形势下宣传思想工作使命任务[N].人民日报,2018-8-23(1).

[2]习近平.加快推动媒体融合发展构建全媒体传播格局[J].冶金企业文化,2019(02):4-5.

[3]黄昆,夏柯译.[德]克里斯多夫·库克里克.微粒社会[M].中信出版社,2017:8.

[4]邱昭良译.[美]德内拉·梅多斯.系统之美[M].杭州:浙江人民出版社,2012:7.

作者简介:

彭丽(1995--),女,汉族,安徽宣城人,硕士,科员,初级,南京航空航天大学党委宣传部/教师工作部,研究方向:广播电视艺术学。