

微博文化建设调查与对策

童永芳

(湖南科技大学 外国语学院,湖南 湘潭 411201)

摘要:随着微博的迅猛发展,高校注册官方微博的现象日益显著。然而,微博是一把双刃剑,为高校形象的塑造带来了一系列的机遇和挑战。通过对当前微博传播与高校形象关系的分析,指出湖南科技大学在利用微博进行高校形象传播过程中,不仅要注意微博的维护与建设的特色化,更要充分发挥官方微博的权威性和大学微博群的传播力,增强与微博用户群的互动性,才能有效地传播学校优良的高校形象。

关键词:湖南科技大学官方微博;高校形象;资讯特色化;互动交流

中图分类号:G647 **文献标志码:**A **文章编号:**1674-5884(2014)03-0092-03

2006年,微博先驱埃文·威廉姆斯(Evan Williams)在美国旧金山推出Twitter服务,开启了微博时代的大门^[1]。美国《时代》周刊认为微博具有强大的信息传播功能,并称“微博是地球的脉搏”。作为时下最流行的沟通方式,微博在中国发展迅速,它正成为中国社会各种力量汇聚交融的工具。微博不仅是政府倾听民意的通道,还是企业对外传播的介质,更是各界沟通交流的平台,微博平台对社会各个角落的渗透性毋庸置疑。以新浪微博为例,2012年为止,其用户数量达到3亿,而其中70%都是学生。随着时间的推移,高校—这个思想活跃的大群体逐渐加入了微博这支浩大的队伍。利用微博对学校进行宣传、对学生思想进行了解。2010~2013年间,全国高校在新浪微博注册的数量增达516个,各大院系、校园媒体、学生会等官方微博的使用数量则高达8000个^[2]。

当今社会,微博是大众获取高校信息的一个重要媒介,同时,微博也对大众对高校的认识有着一定的影响。面对微博的快速发展和公众对高校相关信息的需求,高校正积极开拓信息传播的新途径,抓住良好时机提升高校形象,使公众更加了解高校,从而得到公众的支持和对高校形象的新的理解。

1 微博文化建设对高校形象塑造的重要性

高校形象体现了学校在社会公众心目中的总体水平,体现了社会对学校综合实力、教学质量、学生素质、教

学硬件设施、校园环境等方面的评价与认识。因此,塑造好我国高等院校的形象是一项紧迫的战略任务。

第一,高校大学生是微博的主要用户群。根据万瑞数据发布的《微博媒体特征及用户使用状况研究报告》显示,微博用户群的年龄集中在18~30岁,所占比例高达67%,而其中所占比例最高的则属大学生群体。根据《中国青年报》2010年年底对大学生进行的社会调查显示,关注微博的大学生有69.0%,已经使用微博的有73.5%,正打算用微博的则有14.85%^[3]。在当今高校,认识并使用微博的大学生越来越多,在微博中发布一些与高校相关的话题必定会引起他们的注意。因此,一所高校形象的传播就注定和微博这个平台紧密相关。第二,微博是高校形象树立与传播的有力平台。一般而言,高校形象传播的主要途径分为校内传播途径和校外传播途径。而校内传播途径主要包括校园报刊、论坛、广播、宣传栏、海报、官方网站等等。其中,传播的途径主要是侧重校内媒体,忽视了大众媒体。然而,微博则有效地整合了校内媒体和大众媒体,既保证了对内校园信息的发布,又保障了对外学校形象的树立与传播。当出现负面影响时,微博能给予及时的回应,及时有效地防止影响的扩大^[4]。

2 微博文化建设发展的现状及问题

根据中国互联网络信息中心于2011年7月19日发布的《第28次中国互联网络发展状况统计报告》显示:微

博以惊人的速度向前发展,而微博的用户数量也呈现出“爆发”式增长。目前,湖南科技大学微博的开通形成了我校信息交流的新通道,但也存在一些问题。

2.1 微博影响力不够

高校微博的运营管理方式决定着其微博的影响力。因为,要想提高微博的影响力,就必须掌握与了解其影响力的因素,并加以有效的管理与控制^[5]。微博的“粉丝”人数则成为了微博影响力的直接反映。湖南科技大学自2011年5月开通微博以来,“粉丝”人数有8686人,仅占全校师生人数的34.74%。

2.2 高校形象传播个性化的缺失

湖南科技大学微博文化建设对学校形象的传播并没有走出传统的高校形象传播模式,几乎和大部分的高校官方微博一样,将学校荣誉、学校历史、学校文化、师生风采等等构成微博的主要内容,这与学校网站构架十分相似,很多微博内容与学校网站上的校园新闻、信息公告大同小异,缺乏体现微博特色、学校个性的信息。

2.3 微博信息量与互动频率少

较多高校已开始使用微博作为信息发布的平台,就其利用程度而言,相当比例的高校只是将微博视为信息发布的一种补充渠道,并未将其与高校门户网站的信息发布功能进行区分。在对湖南科技大学高校官方微博的访问中发现,2012年11月为止,湖南科技大学在15月内仅发布了339条微博,平均每天发0.75条。并且,每次发布微博的时间段都是集中在一起,并没有时间段的规律性。较多的信息发布后对于粉丝的评论很少回复,即没有利用微博的功能进行二次信息发布或实现信息反馈,这不利于微博文化建设的有效发展。

3 微博文化建设发展的对策

由于湖南科技大学官方微博正处于发展初期,如何进一步促进该校官方微博的发展,如何利用微博这个媒介,在建立学校与同学、社会交流平台的同时,能有效地传播校品牌文化,树立湖南科技大学良好的高校形象,成为学校急需解决的问题。

3.1 官方微博的资讯特色化

高校官方微博的内容类型是研究高校微博特征的重要因素。高校利用微博主要是发布校园新闻、社团活动、招生宣传、学术交流等内容。到目前为止,湖南科技大学的微博内容类型趋向大众化,总体上都是发布校园工作新闻、招生工作。但是,湖南科技大学微博应该与该校具有代表性的特色文化联系在一起,便能更好地宣传湖南科技大学的典型品牌文化。具体体现在以下4个方面:(1)自然风景。高校里美丽的自然风景不仅可以优化校

园环境,同时也能让师生身心愉悦,心情舒畅。各大高校对自然环境的重视程度很高,“绿色校园”成为大家追捧的校园。但是学校微博内容并没有发布关于每年的“樱花节”信息,从而未吸引无数“粉丝”的眼球。(2)思想教育。思想教育工作是各大高校的重要任务。湖南科技大学微博在思想教育方面的宣传形式仅仅只是单纯的党的精神的传递,并未结合本校享誉国内的优秀事迹(如“向日葵女孩”何平事迹)与党的思想教育联系在一起,从而并没有在有效建设思想教育工作的同时扩大其微博影响力。(3)学术交流。学术教育建设是各大高校的基础任务。在这一方面,湖南科技大学微博的信息内容趋向大众化,并且关于学术交流的信息很少。并未注重如“八朵金花”这类学生模范、皇晓东这类教师代表、精品课程与科研成果的宣传。这类已具备粉丝群的热点人物,都未能在校微博上引起讨论与交流。目前校微博粉丝数量仍然较少。(4)校园生活。作为社会一个不可分割、必不可少的组成部分,校园生活具有社会生活的特征,同时又具有教育生活的独特性质。湖南科技大学微博并未有效利用学校草根明星如“豆沙包”创作团队对湖南科技大学校园文化的宣传基础,没有意识到微博的建设与管理应该时刻把握该校已有的热点话题、草根明星的关注度。

3.2 增强与微博用户之间的交流与互动

高校官方微博的亲民性和互动性,有助于提升高校形象中的硬实力,进一步强化高校形象的软实力。微博的便捷,使学生通过微博表达意见和想法会遇到更少的障碍,进而学生表达意见的愿望更强烈。一方面,高校师生通过微博既可以更好地交流讨论,又能向学校反映问题和建议,另一方面,学校也能够通过收集师生反映的问题,更高效准确地管理校园。这一个互动过程,增加了学生和教师、学生与老师以及学校和教师之间交流,加强了情感联系,增强了凝聚力和归宿感。

3.2.1 微博发布的时间

《新浪微博企业微博发布时间规律研究》表示,当发博的比例大于转发或者评论率的比例时,说明该时间段企业发博效率低,建议减少发博量;当发博的比例小于转发或者评论率的比例,说明该时间段用户互动性强,企业发博效率高,可以增加发博量。由于微博用户的使用高峰集中于下午与晚间,湖南科技大学微博管理者应多根据微博用户群的作息时间,及时地与他们进行互动,充分利用微博这个桥梁建立学生与学校之间的友好关系。

3.2.2 微博活动的开展

为了提高微博的评论,增强微博用户的参与程度,湖南科技大学官方微博还可以设立一个定期的“湖南科技大学热门话题讨论”的版块。定期发布有关微博,讨论微

博用户们最关心的话题,如学习内容、食宿问题等。这不仅拉近了微博用户与校官方微博之间的距离,还体现了学校关心师生生活、与时俱进的精神,为有效地完善和建设湖南科技大学校园文化创造了重要条件。

3.2.3 微博语言的亲民化

这类语言主要是用于温情的问候,真诚的提示类的微博。营造与“粉丝”之间温馨的氛围,从而凝聚人气。如,湖南科技大学官方微博可以在感恩节时送上“这一天,让我们一起感谢那些帮助过我们的人”之类的话。当教师节即将来临时,又可以在微博写上一句“第二十八个教师节即将来临,向我们敬爱的老师们送上节日的祝福吧”,并且附上一封本校学生写给老师的信。这样的问候和提示,语句朴实,让人感到温暖。可想而知,微博用户量也会不断增加,从而提高了“粉丝”与“博主”之间互动次数的概率。

3.2.4 微博形式的多样化

网络与传统的四大传播媒体(报纸、杂志、电视、广播)不一样,它作为一个全新的广告媒体,速度最快,效果也很理想,是中小企业发展壮大良好途径,对于高校也是如此。网络传播的灵活性强,时间持久。在运用这样一个全新又多样的媒介时,应该抓住它的优势。比如,除了采取传统的文字、图片等手段,还可以运用音频、视频、FLASH动画等多种形式,丰富微博形式,使微博的内容更加直观、生动形象,从而增强微博信息的冲击力^[6]。湖南科技大学官方微博可以通过微博平台,用图片、音频、视频等形式介绍学校情况、重大活动、重要讲话等。上传的现场照片、视频等必定会引来不少“粉丝”前来围观。

4 结 语

湖南科技大学官方微博于2011年5月开通以来,已形成了高校信息交流的新通道。通过微博这个平台,体现了湖南科技大学对党的十七大六中全会精神的坚持与落实。贯彻落实了《国家中长期教育改革和发展规划纲要》,符合推进我国高等教育事业健康发展的根本要求。有效地建设湖南科技大学官方微博文化,能使湖南科技大学与同学之间、社会之间的交流互动更加频繁。同时,还能更好地宣传湖南科技大学的校园文化,塑造优良的学校形象,更有利于提高整个学校在湖南乃至在整个中国的知名度。

参考文献:

- [1] 冯建成. 微博在高等教育中的应用研究[J]. 信息化教学, 2011(18): 147-149.
- [2] 吴 鋈. 高校官方微博对高校形象塑造的影响研究[J]. 中国校外教育, 2013(8): 25.
- [3] 贺心颖, 邓思同. 微博对首都大学生政治参与的影响[J]. 新闻界, 2012(9): 42-46.
- [4] 王 鹏. 微博背景下的高校形象传播研究[D]. 重庆: 西南大学, 2012.
- [5] (美)谢尔·以色列. 微博力[M]. 任文科, 译. 北京: 中国人民大学出版社, 2010.
- [6] 刘东明. 微博营销大革命[M]. 北京: 清华大学出版社, 2012.

(责任校对 罗 渊)