

共享、融合与引领:智媒时代 高校新媒体的发展策略

金宏奎

(南京财经大学 党委办公室、校长办公室,江苏 南京 210023)

摘要:高校新媒体的发展为我国高等教育深化改革营造了良好的舆论氛围。借助新媒体的传播优势,能够推进高校新媒体与传统媒体的深度融合,通过内容、技术、人才、经验的共享,媒介、目标、理念的融合,实现引领高校文化、价值、舆论的发展目标,全面构建高校大宣传格局。

关键词:高校新媒体;智媒;发展策略;共享;融合;引领

中图分类号:G64

文献标志码:A

文章编号:1674-5884(2019)02-0099-05

“Web2.0之后媒体变革的起点是移动互联网,但它更大的趋向是媒体智能化或智媒化。智媒化的特征主要体现为万物皆媒、人机共生、自我进化。”^[1]媒体智能化的演进趋势,将进一步改变传统媒体和新媒体格局,对新闻生产分发、受众体验以及社会真实的界定等方面产生巨大影响,进而重构人、物以及环境之间的关系。随着人工智能、大数据、VR/AR等新技术的广泛扩散,高校新媒体发展面临新的机遇和挑战。如何以互联网为载体,充分利用智媒时代的先进技术和传播理念,推动高校新媒体较好发展,是构建现代化高校信息传播体系的关键。

1 智媒时代高校新媒体的发展现状

随着国家大数据战略的实施,“截止到2016年12月,我国网民规模已达7.31亿,互联网普及率为53.2%,即时通信、网络直播、微博社交等网络应用使用频率很高。”^[2]我国高校大力发展各类在线官方应用,如官方微博、微信等。“调查发现,87.26%的高校有微信公众号,72.25%的高校

有微博,融合型校园媒体占比已超过95%。”^[3]高校新媒体在优化高校管理模式、展示高校形象、发布新闻信息和提供社会服务等方面发挥着积极作用。随着媒介智能化水平的提高,以网络为载体的新媒体成为人们获取信息、交往互动的重要媒介和场域,尤其是智能技术与新闻生产的结合,将再次改写新闻产业的格局,重新定义人、媒介与新闻信息传播的界限。

为满足发展需求,各高校积极搭建新媒体矩阵,不断探索高校新媒体发展的新模式和新机制。高校新媒体是指以学校或校内各单位名义建设、认证并作为单位信息平台运行的新媒体平台,主要包括门户网站、官方微博、微信、新闻客户端等。门户网站是高校新媒体中发展最为成熟、影响最大的一种媒介类型。随着智慧校园工程的实施,校园无线移动网络、教育云平台、移动校园智能综合平台等创新应用的开发,实现了校园网、物联网和移动网的融合发展,逐步形成了一个“基础设施完善、教学网络化、学习数字化、管理智能化”^[4]的高校门户网站应用集群。“截至2016年

收稿日期:20180518

基金项目:2018年度江苏高校哲学社会科学研究基金项目(2018SJA0268);南京财经大学2018年党建思政课题(DJ201812);南京财经大学2017年度继续教育研究课题(JG2017015)

作者简介:金宏奎(1982-),男,甘肃庆阳人,助理研究员,硕士,主要从事高等教育管理研究。

12月31日,已开通官方微博的高等学校1168个,累计粉丝量2725万,累计发博量310万条。”^[5]高校官微的内容包括各种信息、新闻宣传、文化活动等。官方微博的普及,极大地提升了高校管理、信息发布及形象展示的水平 and 能力。“目前,全国经过认证的高校微信公众号达到1542个。”^[6]高校官方微信公众号围绕新闻资讯、信息服务两大主题开展运营活动。推送内容包括高校新闻、招生就业信息以及校园学习、生活信息查询等内容。开放小程序的开发功能使高校微信公众号发展潜力增大。

在智媒时代,新媒体不仅提高了新闻生产的智能化程度,塑造全新的新闻感受,同时也改变了受众接触的环境和终端,更深层次作用于受众的信息消费习惯和心理行为机制。“大学生几乎每天都会接触互联网,超过90%的人使用时长超过两小时。QQ是大学生日常社交应用最多的媒介,微信次之,微博居于第三。”^[7]智能手机的普及,拓展了大学生交际圈和网络接触频次。“今天中国的网络用户中,92.5%的用户用手机上网,移动时代正全面到来。”^[8]鉴于新媒体的强大影响力,各高校积极探索应对新媒体使用及管理的有效机制。自2013年^①以来,各大高校先后颁布了各自的新媒体发展管理办法。各高校对新媒体平台的开办进行分级管理,实行备案、审批制度,责任到部门,归口管理,运行结合工作需求,协同运作,办出特色,同时要求加强内容建设和运行监管,维护高校信息安全。

2 当下高校新媒体发展存在的问题

目前,各高校新媒体平台建设已初具规模,各平台之间融合发展,优势互补,组建高校新媒体联盟,整体上扩大了高校新媒体阵营的规模和影响力,已成为高校对外交流和发展的主要媒介。然而,“智媒时代将是一个传统传媒业边界消失、格局重塑的时代。”^[8]自动化新闻、移动终端接收以及社交化传播将成为新闻行业变革的新特征。高校新媒体的发展既是一个现实问题,同时也需要具有一定的前瞻性,适应媒介智能化的趋势,重塑高校媒介发展格局,走可持续发展的道路。因此,对发展中存在问题的分析,是把握高校新媒体发

展趋势的重要前提。

第一,顶层设计前瞻性不强,导致高校新媒体发展理念相对滞后。目前,高校对新媒体的发展持谨慎、适度发展的态度,将新媒体作为传统媒体的延伸,未形成具有前瞻性的发展战略规划,导致高校新媒体发展理念相对滞后。首先,目标定位不符合实际和前瞻性发展的需求。具体来讲,就是没有形成以新媒体矩阵为发展核心的高校媒体发展理念,新媒体作为主体发展的定位不明确,结构不完整,主体功能未能发挥,以新媒体为核心的大宣传格局有待加强。其次,新媒体发展的整体关联性不强,发展要素整合度不高。具体表现在新媒体平台功能单一,媒介内容创新、策划能力不强,传播手段社交化程度不高,新媒体的传播优势未得到充分发挥,对新的传播环境适应性差,对用户习惯的变化不敏感。高校新媒体各发展要素未能很好地融合、匹配,没有围绕核心理念和顶层目标形成发展合力。高校媒体矩阵担负着新闻信息传播、思想政治教育的双重功能。根据我国高等教育政策及高校发展需求,合理定位,要素整合,聚焦发展,做好前瞻性顶层设计显得尤为重要。

第二,没有整体性的策略支持,导致高校新媒体发展动力不足。高校新媒体的发展是一个内嵌于高校发展框架的系统性问题,只有对治理结构、媒介策略以及用户管理进行整体性架构,才能在推动高校发展中实现高校新媒体的发展。首先,新媒体治理未纳入高校内部治理结构体系,没有围绕高校发展需求整合治理结构。没有组建专业的新媒体治理团队,打造校级层面的新媒体治理中心,协调处理校内校外新媒体运行及资源获取。未能发挥高校人才密集的优势,人才、技术、平台、内容等资源共享、整合不到位。其次,媒介策略没有进行整体性规划,新媒体格局松散,运行效果差。平台整合优势未能发挥,协调运作能力不够。内容创新性不够,未能根据媒体特性进行创作,用户粘性差。社交化传播渠道策划能力不足,跟风、雷同现象严重。再次,没有开展有效的用户心理及行为调查,用户管理不到位。对用户的媒介使用习惯、个人兴趣等信息掌握不够,没有做到精准、有效的内容传播。

第三,媒体智能化程度不高,导致高校新媒体

① 百度检索 2013 年 5 月 16 日,华东师范大学党委宣传部最早发布了《华东师范大学新媒体发展管理办法(试行)》。

传播效果不佳。新技术推动的媒体智能化浪潮对新闻业的格局产生了重大影响,媒介平台不断扩张,新闻生产、传收模式改变,用户体验、传播效果都将在新的场景中完成。相比较而言,高校新媒体的智能化程度不高,主要体现在三个方面:一是媒介平台类型、质量不高。高校新媒体应用主要是基于互联网的门户网、微博、微信以及移动客户端的格局。现有应用平台使用的质量不高,未能充分发挥新媒体平台传播的优势。新媒体的平台类型偏少,表现形式多样,视听兼备的传播平台应用少,在VR视频频道、浏览器、人机界面、移动终端等形式和技术未得到很好的开发和应用。二是新技术应用范围、水平有待提高。自动化新闻、VR/AR直播、个性化新闻等相关的新技术在高校新媒体中应用范围有限,应用的水平还有待提高。基于物联网技术、大数据技术、云计算技术等技术的新媒体技术整合应用模式还没有在高校新媒体发展中得到重视。三是传播理念创新不够。以技术为肇始的新媒体变革最终指向新闻业态的整合,尤其是传媒发展的理念和产业布局的变迁。自动化新闻、社交化传播、用户向移动终端的迁移等新形势需要有新的传播理念与之适应。高校新媒体传播理念需要不断创新,才能适应智媒时代的传媒发展潮流和用户需求。

3 智媒时代高校新媒体的发展策略

习近平总书记在视察解放军报社时指出,“要强化互联网思维和一体化发展理念,推动各种媒介资源和生产要素有效整合,推动信息内容、技术应用、平台终端、人才队伍共享融通。”^[9]借助新媒体的传播优势,推进高校新媒体与传统媒体的深度融合,形成以新媒体为引领者的信息传播新格局,“共享、融合、引领”可以看作是一条较为理想的发展路径。

3.1 共享:为高校新媒体发展提供动力保障

内容共享。打破新闻内容生产的条块壁垒,构建适应全媒体运营和发展的内容共享机制,建设涵盖新闻、公告等内容的全媒体信息共享平台,实现高校传统媒体与新媒体、对内传播与对外传播的内容共享。建立以大新闻中心为信息集散地的内容共享平台。新闻、公告、服务信息等以校园媒体为载体进行发布的内容汇集到新闻中心,建立数据库,对全校各媒体责任主体开放。各校园

媒体根据自身定位及需求,加工制作适合刊载的媒体内容,既保证信息的准确性,同时最大限度地发挥媒介特性及各运营主体的创造性。内容共享不是照抄照搬,而是各主体创造性地使用。大新闻中心的建制是高校里的“通讯社”,是高校媒体内容的集散平台,也是高校媒体运营的中心。

技术共享。目前,高校新媒体的应用主要是对已开发平台的使用,而对有较高技术要求的多媒体应用及小程序开发等使用较少。对新媒体而言,技术是其传播优势得以施展的基础,也是推动新媒体发展的根本动力。高校新媒体的技术共享主要是指不同技术使用者之间,以及不同技术使用者与极少数技术开发者之间的合作。高校新媒体技术包括网络技术、多媒体技术,以及新媒体策划及运营等方面的技术支撑,如数字图像处理技术、数字音、视频处理技术、自媒体平台及作品制作技术、网络流媒体技术等。技术共享有利于提高新媒体的使用价值,通过技术创新及扩散提高现有的新媒体技术水平和能力,构建以技术共享、创新为基本驱动力的高校新媒体发展机制。

人才共享。专业人才短缺是高校新媒体发展的现实困境。高校根据实际需要开拓选才、用才的渠道,谋求人力资本的集聚是推动新媒体发展的现实选择。高校是人才培养的重要场所,也是各类人才汇聚的地方。高校媒体要根据自身发展需求,从校内、校外两个层面着手推动人才流动,打造动态、多样的人才共享机制。高校人才管理部门要出台政策,鼓励校内人才交流与互动。高校媒体要主动、积极与校外技术人才、新媒体专业人才建立联系,以培训、短期合作等方式灵活引智,既可人尽其用,又降低了人力成本。人才共享要以发展为目的,以需求为导向,以共赢为原则。同时,还要提高现有从业人员的专业素质和水平,这是依靠人才推动发展的根本。

经验共享。好的工作方法、工作机制是提升工作质量和效率的重要手段。高校媒体运营者要积极关注新媒体方面的业务动态和研究成果,参加业务交流活动和专业培训,在业界、学界建立自己的朋友圈,不断提高新媒体运营的能力和水平。经验共享可以提高高校为企业、行业服务的能力,也为与业界、学界交流、合作搭建了平台。一方面向外拓展,在与兄弟高校、新闻单位的交流与合作中汲取发展的经验;另一方面向高校内部拓展,与

在新媒体运营及管理方面成绩卓著的师生员工建立联系,学习其成功的经验以及好的做法,共同构建高校新媒体矩阵。同时,还要支持有条件的在校内、学生社团建立新媒体平台,管理和指导其发展壮大,在实践中总结经验,提高新媒体建设和发展的能力。

3.2 融合:构建现代高校新媒体传播体系

媒介融合。媒介融合是新媒体发展的原始动力。目前,各大高校已基本实现校报上网,校园广播上网。门户网站成为高校对内、对外交流和信息发布最重要的平台。微博、微信、网络视频发布、微课等形式的新媒体将成为高校对外交流、舆论引导以及影响力提升的重要手段。融合发展还表现在高校传统媒体与新媒体之间,新媒体与新媒体之间的整合、分工,在功能设置、结构安排等方面的一体化发展的实践探索。高校新媒体的融合发展是基于技术、内容、人才等现实资源的分享与整合,是在实践层面对各种资源进行合理的安排与筹划,最终通过媒介融合实现共同发展的实践路径。

目标融合。高校新媒体发展的目标是构建以新媒体为引领者的媒介发展格局,为高校发展营造良好的舆论氛围,同时还要承担信息沟通、价值引领、文化建设、知识育人等任务,做名副其实的网络平台的高校“代言人”。因此,一方面,要看到新媒体在未来媒介格局中的重要性,坚定建设和发展高校新媒体的决心;另一方面,传统媒体要走融合发展之路,在功能、结构以及发展目标的设置上与新媒体有效衔接,实现一体化发展的目标。目标融合是让传统媒体与新媒体在新的发展格局中各自找到自己的位置,各自承担不同的发展角色,发挥不同的功用,进而高效、有机地为同一个发展目标运转。

理念融合。理念表现为一种衔接实践与目标之间的方法与策略,即如何融通实践与目标之间的嫌隙,让实践以一种既有操作规则,又有理论指导的可实现的方式达成目标。新媒体在资源、信息、技术等禀赋较开放的环境中产生,是基于网络平台的原生性媒介,秉承专业性、市场化、经济效益优先等发展理念。高校新媒体内嵌于高校组织,其有新媒体的特性,又有政治宣传等需求,同时也要兼顾专业性和市场的问题。在现有条件下,将新媒体技术及思维有效整合到高校媒体发

展战略中,拓宽传统媒体和新媒体的合作领域,在相互融合中寻求共同发展的路径是理想的选择。

3.3 引领:全面构建高校大宣传格局

文化引领。建设有中国特色的社会主义文化,是高校媒体发展的重要任务。高校新媒体要发挥自身的平台优势和传播优势,将社会主义文化的传播作为自身发展的重要使命,开拓创新文化传播方式,做社会主义文化传播和发展的引领者。高校还是传承文明、知识创新的重要场所,因此,传播科学知识以及营造良好的学习氛围是新媒体文化引领的重要内容。大学时期是青年人价值观、生活态度养成的重要时期,也是学习科学文化知识,成才、成功的关键阶段,借助新媒体的传播优势为青年人成才、成人创造条件和氛围。营造以学习科学文化知识为荣的校园氛围,关键是要做好教学、科研的宣传工作,赋予教师、知识以崇高地位,引导学生追求真理,创新创造,形成大学知识共同体。

价值引领。高校作为一个特殊社会系统的组成单位,担当着社会成员所共同信仰的一套价值观念的宣扬与传播的责任。我国高校新媒体要为中国特色的社会主义价值体系的传播服务,大力弘扬与践行“社会主义核心价值观”。新媒体还是各种时尚、流行事物的策源地,也是消费观、生活观、爱情观等价值观念的传播媒介。倡导健康的消费观、生活观,对时尚、流行事物保持客观的态度,引导青年人正确面对各种社会思潮,保持积极乐观的生活态度,维持自我内心的平衡,是高校新媒体价值引领的重要内容。

舆论引领。高校新媒体要做正确舆论的引领者,为高校发展营造良好的舆论氛围。好的舆论氛围有利于高校发展资源的获取,依靠好的口碑、声誉可以吸引更多的人才及优秀的学生加入这一社会共同体。高校新媒体在舆论演进中扮演引导者的角色,引导舆论向矛盾化解、维护社会和谐的方向发展,把坏的影响降到最低点,促成社会问题的解决。尤其是在与高校相关的舆论事件中,高校新媒体要抢占信息传播的制高点,及时传播事件的最新进展,掌控舆论的走向和影响。高校新媒体要在文化、价值观念的传播及舆论生发中起到引领作用,做党的政策主张的传播者。

参考文献:

- [1] 彭兰.智媒化:未来媒体浪潮——新媒体发展趋势报告(2016)[J].国际新闻界,2016(11):6-24.
- [2] 中国互联网信息中心(2017).第39次我国互联网网络发展状况统计报告[EB/OL].(2017-01-23)[2017-08-01].中国互联网信息中心网站. <http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzbg/hlwtjbg/201701/P020170123364672657408.pdf>.
- [3] 中青在线.2016中国高校校园媒体发展报告(摘录)[EB/OL].(2016-11-07)[2017-08-02].中青在线.http://zqb.cyol.com/html/2016-11/07/nw.D110000zgqnb_20161107_1-12.htm.
- [4] 马严.网络与信息处理技术推进教育信息化[EB/OL].(2017-08-13). http://free.eol.cn/edu_net/edu-down/nhppt/wlyxxcljstjyxxh.pdf.
- [5] 《2016中国高校政务新媒体发展报告》发布[EB/OL].(2017-01-10)[2017-08-16].中国教育新闻网, http://www.jyb.cn/high/gdjyxw/201701/t20170110_693077.html.
- [6] 纾恬.高校新闻微信公众平台建设研究[J].湖北经济学院学报(人文社会科学版),2016(4):126-127.
- [7] 人民网.2015年中国大学生媒体使用习惯调查报告发布[EB/OL].(2015-07-20)[2017-08-02].人民网, <http://media.people.com.cn/n/2015/0720/c397572-27329888.html>.
- [8] 彭兰.智媒化:未来媒体浪潮——新媒体发展趋势报告(2016)[J].国际新闻界,2016(11):6-24.
- [9] 习近平关于新媒体的论述[EB/OL].(2016-02-26)[2017-08-23].新华网, http://news.xinhuanet.com/video/sjxw/2016-02/26/c_1118162819.htm.

Sharing, Integration and Leading: Development Strategy of College New Media in the Era of Intelligent Media

JIN Hongkui

(Office of President and University Secretary, Nanjing University of Finance and Economics, Nanjing 210023, China)

Abstract: The development of new media in university has created a sound atmosphere for deepening reform of Chinese higher education. The communication advantages of new media can promote the deep integration of new media and traditional media in university. The sharing of content, technology, talents and experience, and the integration of media, goals and ideas can achieve the goal of leading the culture, value and public opinion of university, and build a comprehensive propaganda pattern in university.

Key words: new media in university; intelligent media; development strategy; sharing; integration, leading

(责任校对 钟丽)