

融媒体时代高校宣传思想工作的 路径创新

蔡洁^{1,2}

(1.湖南科技大学 马克思主义学院,湖南 湘潭 411201;2.湖南省党建理论研究基地,湖南 湘潭 411201)

摘要:“融媒体”的纵深发展使媒体传播的功能不断延展,深刻改变着社会的方方面面,尤其是高校宣传思想工作领域。融媒体时代为高校宣传思想工作带来机遇,同时也带来了重大挑战。高校宣传思想工作应当在辩证看待机遇与挑战的基础上,一方面创新工作理念,依托融媒体平台打造宣传系统工程,另一方面丰富内容建设,借助融媒体平台整合宣传思想工作资源,同时提升队伍能力,优化融媒体平台激活宣传思想工作新动能,从而全面探索融媒体时代高校宣传思想工作的路径创新。

关键词:融媒体;高校宣传思想工作;机遇;挑战;路径创新

中图分类号:G641

文献标志码:A

文章编号:1674-5884(2023)02-0098-06

“融媒体”(Media Convergence)的概念来源于美国学者浦尔在《自由的科技》一书中提出的媒介聚合和互动,现在用来指代不同媒体形态通过现代信息技术平台进行基于资源、平台、内容等方面的全面整合而形成的新型媒体。随着我国传统媒体在技术、手段、平台等方面的快速变革,2014年8月18日中央全面深化改革领导小组审议通过的《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》中强调,要打造集合内容、技术、渠道、平台、经营以及管理等方面相融合的新媒体平台。2019年1月25日习近平总书记在主持中共中央政治局集体学习时进一步强调,要“推动媒体融合向纵深发展,做大做强主流舆论”^[1]。《中国媒体融合发展报告(2020版)》中更是指出,媒体融合已由暗香浮动、风吹草动到因势而动、大潮涌动的奇伟磅礴发展阶段^[2]。可以说,随着当前意识形态领域斗争的日益白热化,兼

具全媒体、全覆盖、全过程、全功能等优势的融媒体已经成为高校宣传思想工作必须占领的新阵地和必须运用好的新平台,系统地研究融媒体时代高校宣传思想工作的路径创新,对于构建高校舆论引导新格局、筑牢师生意识形态防线以及全面应对高校宣传思想工作的时代难题具有重要意义。

1 融媒体时代高校宣传思想工作面临的 机遇

融媒体的本质是运用新兴的信息和传播技术提升新闻传播的效率和效能,能够弥补传统媒体平台在传播方式和效率上的短板,给高校的宣传思想工作带来重大机遇。

1.1 宣传思想工作的渠道更为丰富

随着我国融媒体信息传播方式的重大革新,高校宣传思想工作的平台渠道也实现了由静态为

收稿日期:2022-03-01

基金项目:2019年湖南省教育厅优秀青年项目(19B211);2022年湖南省高校思想政治理论课教学指导委员会课题;2022年湖南科技大学教学改革研究一般项目

作者简介:蔡洁(1985—),女,湖北襄阳人,讲师,博士,主要从事马克思主义研究。

主到动静结合,由现实为主到虚实结合的转化。根据第48次《中国互联网络发展状况统计报告》的相关数据,截至2021年6月,我国网民规模已达10亿,在线教育app的用户规模约占网民人数的32%,移动视频app的用户规模更是屡创新高,信息技术正深刻改变着大学生的学习和生活方式。面对这群与信息技术深度捆绑的年轻群体,高校宣传思想工作也必须利用融媒体平台来不断丰富和优化宣传渠道及载体形式,来实现融媒体时代载体与对象的积极互动。以笔者工作的湖南科技大学为例,学校目前已经形成以纸质报刊、校园新闻广播、微信公众号、官方微博、自主学习中心、官方抖音平台为一体的立体化宣传思想工作平台。这种融媒体一体化建设的3.0模式,实现了媒介形式与信息传播的高度整合。针对大学生自主接受信息这一新的时代特点以及其展示个性与宣泄情绪的独特要求,高校强调宣传思想工作渠道的融合创新与优化,提升了宣传思想教育工作的快捷性、超时空性和即时性。基于这种立体化的融媒体平台,高校宣传思想工作能够充分发挥其教育引导功能,积极正面的声音能够无处不在、无时不有、无所不及,为不断增强社会主义核心价值观的渗透力和主流意识形态的入脑入心提供了更多元的场域。

1.2 宣传思想工作的参与者更具交互性

伴随着信息化浪潮成长起来的新时代大学生,思维活跃、自我意识强烈,不满足于传统单向接受讯息的方式,渴望在获取信息的过程中获得主体地位,渴望在新的媒体平台中能满足自己的学习需求、表达诉求及社交需求,也更加期待在多元化的宣传渠道中与教育主体实现平等对话。融媒体载体的发展一方面强调“以用户体验为核心”的运行理念,这与当前“以学生为主体”的教育理念相当契合,在信息制造—传递—接受—反馈的整个过程中,宣传工作者都能基于大数据的表现,及时根据大学生关注的热点话题和有争议的舆论设置交互空间,即时性地开展交流互动,对不当言论和倾向进行干预、疏导与纠正;另一方面,融媒体语言的网络转向也使得宣传思想工作的表达方式及语言风格都朝着年轻化、动态化、新颖化,甚至是近来备受大学生追捧的“土味化”方向发展,更加吸引大学

生主动参与到交流互动之中。总之,不管是过去传统意义上的信息传输端还是接受端,在融媒体时代,都同时具备了信息传播与接受的双重身份,都是掌握着“麦克风”的主体力量,这不仅使宣传思想工作平台更具便利性、易用性和用户粘性,使宣传思想工作的开展更具针对性,也使大学生参与其中的积极性、满意性大大提升,符合大学生的心理特点和身份期待,更有利于畅通信息互动渠道,优化宣传思想工作的对话机制。

1.3 宣传思想工作的影响力进一步扩大

融媒体的发展提升了高校宣传思想工作的传播广度、内容深度和育人效度。融媒体平台的发展并不是简单的媒介融合,更是一种信息的整合和互通,它集合了传统媒体和新媒体的共同优势,使得各门类、各领域、各层面的资讯都全面地进入大学生的视野,这为高校宣传思想工作提供了信息支撑和工作素材。利用这种海量的信息资源、日益丰富的工作数据库及精准的大数据分析技术,高校宣传思想工作越来越走向大数据化、热点化和碎片化,能及时根据学生群体的关注热点和宣传教育引导的需要搜集整合信息并进行精准的内容推送和主题更新,使宣传思想工作从平面走向立体,从静态发展到动态。而这种立体化和动态化的工作特征也使得宣传思想工作话语体系从过去的规范、稳定和严谨向个性化、创新化转变,呈现出简单、直接、短小的内容特征,这种创新的宣传语言应用到宣传工作中,能更好地提高高校主流媒体的接受度,增强其影响力。比如,2021年,湖南科技大学的微博客户端更新了六百多条博文,每一条的篇幅都是短小精炼,博文中加入符合大学生语言习惯的网络话语,如“升级打怪”“yyds”“蓝瘦香菇”等等,并采用“随手拍”“早安科大”“知识储存站”“科大八音盒”“夜话科大”等标签对内容进行分类推送,将宣传思想内容与新闻资讯进行巧妙地“融合”“分解”与“再加工”,通过引导关注和评论,营造宣传热点内容,实现校际互联,增强了实时互动。而湖南科技大学的微信公众号及官方抖音号也分别针对新闻资讯及校园动态展示保持着一定的更新速度,进一步凸显融媒体传播的立体化特点,仅一则一分四十秒的招生宣传短片的观看人数

就突破九万次,这种广泛的影响力绝不是过去单一的传统媒介所能比拟的,宣传育人的效果也有了显著提升。

2 融媒体时代高校宣传思想工作面临的挑战

融媒体通过传统媒体和新兴媒体的融合实现了功能互补、渠道互补、内容共享以及各类人员和体制机制的共建共享,形成了由“表”及“里”,由“点”到“面”,由“单一”到“多元”的宣传媒体结构,这也导致宣传内容、宣传引导、宣传监管由“可控”发展为“不可控”,对高校宣传思想工作带来了严峻挑战。

2.1 主流宣传思想遭受冲击

融媒体平台的立体化使得信息传播的速度更为迅速,范围更为广阔,内容也更加复杂,各种良莠不齐的新闻资讯对意识形态工作产生了极大影响。一方面,高校宣传思想工作近年来虽然进行了各种形式和内容上的创新,但革新的速度远不及大学生对多元文化的接受速度,宣传教育的供给与大学生的需求产生了一定程度的失衡。特别是对于政治色彩浓厚的主旋律的宣传报道,同质化现象比较严重,独特宣传价值缺失,重说教轻互动,强调权威性忽略吸引力,无法有效地将主流宣传思想在大学生中入脑入心。同时,近年来“流量艺人”“偶像团体”“网红大V”等在大学生群体中颇受追捧,一些媒体平台出于利益和“流量”的考虑,对流量明星的不当言论或者打“擦边球”的不良信息“听之任之”,甚至是恶意引导舆论走向,制造舆论对立和热点话题。这些具有“榜样力量”的发言人,他们的负面舆论以及纸醉金迷的拜金生活,对于心智不成熟的大学生有极大的吸引力,往往会引发盲从现象。而部分教师往往一味否定、排斥大学生的“偶像观”,没有从正面角度对这种需求进行认同和引导,就容易导致大学生对这样的宣传言论及内容的信任度和认可度降低。另一方面,融媒体环境下,便利的教学资源使得教学和宣传平台的建设变得更为便捷,但大量违背科学常识的“毒鸡汤”、诋毁主流意识形态的“假真相”、危害国家网络信息安全的负面舆论

等也可轻易通过各大论坛、自媒体平台 and 短视频等渠道迅速蔓延,再加上其泛娱乐化、碎片化的表现形式及大数据“信息茧房”效应的推波助澜,很容易让高校师生的网络空间被这些不良信息侵蚀,给大学生核心价值观的构建和宣传思想工作带来难题。

2.2 宣传思想工作的固有模式亟待创新

随着高校融媒体的快速发展,各大高校将微博、微信、抖音、B站、官网、校报校刊、校园广播等相结合作为新的宣传工作模式,院级与校级平台也并行建设,各自独立,形式不可谓不多,平台不可谓不全,但这种现有模式却也存在着以下方面的问题。其一,各种媒体平台仅仅作作为不同的宣传渠道纳入一个工作框架去统筹管理,但在内容、管理、数据、人员上没有真正地打通,融合度不高,内容重复和同质竞争现象突出,高校融媒体的传播矩阵尚未形成。其二,传统的高校宣传思想工作以单向度的“我讲你听”方式为主,不管对推送信息的管控还是对舆情的引导和监管都是相对单一且简单的,采用“层层筛选”“屏蔽关键词”等就能起到管控舆情和防范风险的“把关”效果,最大限度保证大学生接收信息的质量。而融媒体环境下宣传工作的主客体之间产生了交互性的角色转化,宣传话语的主导权开始转移,传统纸媒、报刊新闻在大学生中的选择度日益降低,他们更倾向于选择新兴的媒体平台获取信息、发表政治见解、关注和讨论新闻热点,举报和监督不当言论,甚至是一键屏蔽自己不感兴趣的内容。与此同时,传统的宣传思想工作模式对各种思潮、言论导向的掌控力日渐式微,新闻生产面临着“意识形态话语符号弱化风险”^[3],再加上大学生分辨能力不足,一些虚假信息和不理性舆论就容易因为群体极化现象或者别有用心人的恶意误导而发展为不可控状态,在一定程度上冲击了主流意识形态在大学生中的影响力和公信力。正如未来学家约翰·奈斯比特所说,失去控制和无组织的信息在信息社会里不再构成资源,相反,它成为信息工作者的敌人^[4],融媒体环境下高校宣传部门如果不迅速改变传统工作思维、革新固有工作模式,投入大量人力、物力、财力,并结合信息技术和大数据进行模式创新,完善宣传思想工作管理体系、评

价体系和监管体系,就无法胜任高校意识形态安全“把关人”的角色定位,也无法有效利用融媒体在筛选管控信息、正面引导舆情、维护信息安全上形成强大的工作合力。

2.3 宣传思想工作队伍业务素质有待提高

队伍建设是促进融媒体时代高校宣传思想工作更好发展的核心竞争力,目前大部分高校宣传思想工作尚未形成专业化、专职化的人才队伍。一方面,宣传思想工作队伍的思想观念需要与时俱进。当前,一些高校的宣传思想工作部门没有适应融媒体时代的要求构建起“大宣传”格局,没有从宣传部门画地为牢的“独唱”转化为多方力量协同联动、统筹各个部门力量的“合唱”,尚未从理念上深化“一盘棋”意识,从而有效调动各个部门及二级学院机构媒体的力量,实现“心往一处想、劲往一处使”,形成宣传合力。另一方面,宣传思想工作队伍的知识结构需要与时俱进。正所谓,当孩子们霸占了全球的信息资源时,需要努力学习、迎头赶上的是成年人,对教育者来说,更是如此^[5]。高校宣传思想工作队伍目前主要由校级院级宣传部门、专兼职通讯员以及学生宣传委员构成。他们一部分是在信息化浪潮中成长起来的萌新教师,熟悉各大新兴媒体的特点,富有工作激情,但他们要么有专业技术而缺乏工作经验,要么有新闻专业背景而缺乏新媒体运营技能,要么习惯后台维护而缺乏与大学生直接在融媒体平台进行交流沟通的能力,对突发的舆情和敏感问题没有足够的引导应对技巧。一部分高校的宣传思想工作人员也缺乏针对性、专业性、系统性的培训指导,外出培训和深造学习的机会不多。而另一部分宣传思想工作的队伍主要由兼职的相关专业大学生构成,这些大学生宣传委员、通讯委员往往流动性很大,队伍的稳定性和专业性都不高,对融媒体新技术的运用也不够高效和熟练,一些必备的信息采集与加工、内容制作与开发、作品聚合与发布、数据分析与处理等能力都比较有限,滞后于宣传思想工作的现实需求。总之,打造一支能适应环境变化、政治强、素养高、理念新、懂技术、能创新的综合性专业化人才队伍是目前融媒体时代高校宣传思想工作亟待解决的难题。

3 融媒体时代高校宣传思想工作的路径创新

随着新媒体技术的迅速革新对大学生信息化生活学习模式的重塑,高校宣传思想工作必须抓住“融媒体”时代带来的千载难逢的机遇,直面新兴媒体对高校宣传思想工作的种种挑战,在全面把握媒体融合发展的趋势和规律的基础上,因时制宜,顺势而为,以创新精神开创高校宣传思想工作新局面。

3.1 创新工作理念,依托融媒体平台打造系统宣传工程

高校宣传思想工作是一项政治性强、涉及面广的重大工程,必须树立“大宣传”的工作新理念,围绕宣传主体、宣传内容、宣传渠道、宣传制度、宣传方法等打造系统宣传工程。从宣传主体来看,一方面要作好顶层设计,发挥高校党委在宣传思想工作引领指挥、统筹设计的作用,承担起政治责任和领导责任,特别是党委主要领导干部要具备相当的政治素质、整体意识及专业能力,才能把好方向,当好高校宣传思想工作的“火车头”;另一方面高校各个部门、各个院系、各个系统要集思广益、通力合作,激发全体师生自觉参与宣传工作的积极性和主观能动性,形成体系化的“大合唱”效应。从宣传内容来看,必须涵盖高校育人的每一个环节,节节发力、节节作为,将主旋律和正能量涵盖高校立德树人全过程。从宣传渠道来看,充分打通线上线下,扎实抓好高校融媒体中心建设,融合全校媒体资源,将传统媒体和新兴媒体进行有机结合,共同促进高校意识形态工作的纵深发展。从宣传方法来看,要打破固化思维,遵循融媒体发展规律和新闻传播特点,创新工作方法,在“专业”“精细”“个性”上下功夫,颠覆简单粗暴的管理方式,以学生的需求为导向,生产出兼具“有料、实用、轻悦化”的新闻作品,以更加身临其境的“体验性”形式与学生产生共鸣,让“融媒体”活起来。

3.2 强化内容建设,借助融媒体平台整合宣传思想工作资源

内容创新是根本^[6],高校宣传思想工作要坚持以内容为王,与融媒体平台进行“由表及里”地

积极嵌入,大力促进能够反映时代道德风尚、能够呈现高校师生精神风貌、能够引起高校师生灵魂共鸣的思想信息在不同媒介间快速流转,实现高校宣传融媒体平台从“表面相加”“貌合神离”发展为“不分彼此”“浑然天成”,持续地提供健康的、有营养有品质的内容,增强高校宣传思想工作的影响力与传播力。一是高校融媒体中心的内容创作要坚守政治底线,凸显主旋律。高校融媒体中心是党和政府的宣传阵地,也是高校立德树人的主要渠道,已经成为舆论斗争的主要战场。必须加强校园融媒体平台运营管理,坚持马克思主义新闻观,主动借助新媒体传播优势设置凸显“主旋律”的议题,旗帜鲜明地传播新思想、倡导新风气,将蕴含中华优秀传统文化、红色文化以及社会主义先进文化的信息内容融合到热点新闻及栏目中,将党的思想理论贯穿高校师生喜闻乐见的节目中,理直气壮地宣传正面理论,批判不良价值观,消解融媒体的“信息茧房”效应,引导高校师生明辨是非、端正立场。二是加强高校融媒体中心运营管理,打造兼具学校特色与时代内涵的融媒体新品牌,将“泛而不精、杂而无序”^[7]的宣传内容打造成“集约化、多层次、高效率”的内容生产供给体系。借助融媒体传播优势,改变新闻生产的思维方式和组织结构,精准把握高校师生的特征,在贴合师生需求和高校特色的前提下进行栏目设计、议题设置、舆论引导,以“准”“新”“微”“快”的原则转变内容呈现的形式与风格,提升各大高校宣传思想资源之间的协同力度,充分挖掘“隐性”资源,筑牢融媒体传播矩阵,打造一系列校级宣传思想融媒体经典品牌。

3.3 提升队伍能力,优化融媒体平台,激活宣传思想工作新动能

做好融媒体时代高校宣传思想工作,关键在人。习近平总书记指出,要“努力打造一支政治过硬、本领高强、求实创新、能打胜仗的宣传思想工作队伍”^[8]。融媒体时代,必须以习近平总书记的要求为实践目标,提升高校宣传思想工作人才队伍能力。一是招贤纳士,打造复合型人才队伍。高校应当在“大宣传”格局框架下,加大力度引进具备新闻采编、媒体运营、栏目策划、摄影摄像等综合素质的复合型人才,并要严格把关队伍

党性修养,培养宣传人员责任担当,建设一支既具有较强融媒体技术,又具有宣传思想工作专业背景的复合型人才队伍。同时,行政管理队伍、学生工作队伍、学生意见领袖、思政课教师队伍、专业课教师队伍等等都必须进行有效联动,共享人员、资源,构建矩阵式队伍体系,形成融合协同效应。二是强本固基,提升队伍能力。按照人才培养发展规律,制定人才队伍的培养、晋升、奖惩制度,鼓励高校宣传思想工作人员将前沿化的媒体技术与科研成果及时应用到工作实践中,并尝试、探索将融媒体实践成果及媒介运营效果纳入高校教师发展指标体系,调动高校宣传思想工作者的创新激情,坚定他们的职业发展信心。此外,高校还应定期组织专题讲座、职业素养比赛、外出学习等,让高校宣传思想工作相互学习、相互促进,以良性竞争提升教师整体职业能力,壮大“融合型”宣传思想工作人才队伍。

总之,融媒体时代看似是一次媒体技术的新革命,但实质是一场涉及技术融合、理念创新、人才发展、制度重构等方面的舆论阵地攻坚战。随着媒体融合的进一步纵深发展,作为高校各项工作的“生命线”,高校宣传思想工作必须把准时代脉搏,辩证地看待融媒体时代带来的机遇与挑战,充分发挥高校宣传思想工作服务党和国家事业大局的功能,以自我革命的勇毅担当积极探索高校宣传思想工作的新举措、新方法,适应时代要求,破解工作难题,占领舆论阵地制高点,为培养时代新人提供源源不断的正能量,使高校宣传思想工作能更好地体现时代感,富有创造力。

参考文献:

- [1] 习近平.推动媒体融合向纵深发展 巩固全党全国人民共同思想基础[N].人民日报,2019-01-26(01).
- [2] 梅宁华,支庭荣,北京市新闻工作者协会.中国媒体融合发展报告(2020)[M].北京:社会科学文献出版社,2020.
- [3] 高坤.新媒体时代牢牢把握高校意识形态话语权[J].东华大学学报(社会科学版),2021(3):79-82.
- [4] 约翰·奈斯比特.大趋势——改变我们生活的十个方向[M].北京:科学普及出版社,1985.
- [5] 尼葛洛庞帝.数字化生存[M].海口:海南出版社,1997.

- [6] 习近平.坚持军报姓党坚持强军为本坚持创新为要 为实现中国梦强军梦提供思想舆论支持[N].人民日报,2015-12-27(01). 233-235.
- [7] 杨武成,姚海田,于露.融媒体视域下大学生思想政治教育现状及应对策略[J].高教学刊,2016(20):
- [8] 习近平.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,2018-08-23(01).

On the Innovation Path of Propaganda and Ideological Work in Colleges and Universities in the Age of Media Convergence

CAI Jie^{a,b}

(a. School of Marxism, Hunan University of Science and Technology;

b. Party Building Theory Research Base of Hunan Province, Xiangtan 411201, China)

Abstract: The deep development of “Media Convergence” makes the function of media communication extend continuously and changes all aspects of society, especially in the field of propaganda and ideological work in colleges and universities. The rapid development of the media convergence age brings opportunities and challenges to the propaganda and ideological work in colleges and universities. On the basis of dialectically looking at opportunities and challenges, the ideological work of propaganda in colleges and universities should innovate the working idea and build the systematic project of propaganda work by the use of the platforms of media convergence. On the other hand, the ideological work of propaganda in colleges and universities should enrich the content construction and integrate resources for propaganda and ideological work through the platforms of media convergence. In addition, the ideological work of propaganda in colleges and universities also should enhance the team capacity, and optimize the platform of media convergence to activate the new drivers of propaganda and ideological work, so as to comprehensively explore the innovation path of university propaganda and ideological work in the era of media convergence.

Key words: media convergence; propaganda and ideological work in colleges and universities; opportunity; challenge; innovation path

(责任校对 龙四清)