

学生组织新媒体平台在 新闻舆论引导中的作用

——以湖南科技大学“大学生通讯社”新媒体平台运营为例

李洪华

(湖南科技大学 党委宣传部,湖南 湘潭 411201)

摘 要:在新媒体时代,加强高校新闻舆论引导成为一个重要的现实课题。作为高校意识形态工作和大学生思想政治教育的阵地,学生组织新媒体平台发挥着重要作用,这要求充分认识学生组织新媒体平台在高校新闻舆论引导中的意义,把握当前高校学生组织新媒体平台建设面临的形势,切实提高新闻舆论的传播力、引导力、影响力、公信力。

关键词:学生组织;新媒体平台;新闻舆论引导

中图分类号:G649

文献标志码:A

文章编号:1674-5884(2017)03-0092-04

近年来,随着新媒体技术的不断发展和广泛使用,高校新媒体平台建设进入了快速发展时期。作为高校意识形态工作和大学生思想政治教育的一块重要阵地,学生组织新媒体平台也呈现蓬勃发展态势。就舆论传播而言,新媒体很大程度上成为新闻舆论的发酵场,而舆论与师生参与行为的互动又推动着媒介技术、媒介交互方式的进步。2015年中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步加强和改进新形势下高校宣传思想工作的意见》,明确要求推进校园微信公众账号等网络新媒体建设^[1]。在新形势下,如何进一步加强高校新闻舆论引导,发挥学生组织新媒体平台在其中的作用,成为一个重要而紧迫的现实课题。本文以湖南科技大学“大学生通讯社”新媒体平台运营为例,作一粗浅探讨。

1 学生组织新媒体平台在高校新闻舆论引导中的意义

高校新媒体文化以其社会性、包容性、自觉性等文化特质,很大程度上影响着当代大学生的价值观念、思维模式、行为习惯和心理特征。加强高校舆论引导,必须适应互联网发展带来的媒体对象化、分众化、互动化趋势,充分认识学生组织新媒体平台对于高校新闻舆论引导新的重要意义。

1.1 是适应大学生生活方式新变化的客观要求

当前,新媒体平台已经渗透高校工作的各个层面,成为高校校园文化建设的重要组成部分,而大学生也成为使用新媒体技术最为广泛、最为活跃的群体之一。《2014中国大学生媒介与消费调研报告》显示,微博、微信在大学生中的使用率分别为71.1%和82.3%^[2]。《中国校园微博发展报告(2015)》指出,截止到2015年6月底,新浪微博用户中,大学生占了七成多,985和211院校的用户几乎全面覆盖^[3]。《2015年中国大学生媒体使用习惯调查报告》显示,大学生日常社交应用最多的媒介为QQ,所占比例高达88.3%;其次是微信,所占比例为84.9%;位居第三的是微博,占比为60.7%^[4]。可以看出,

新媒体已经成为大学生获取外界信息、分享生活状态、表达个人观点的重要渠道,被大学生接受和喜欢。学生组织新媒体平台能够适应新媒体给大学生思想、学习、工作和生活带来的颠覆性变化,满足大学生日益增长的精神文化需求,为大学生提供方方面面的服务。

1.2 是占领思想政治教育新阵地的必然选择

新媒体在改变大学生的生活方式、行为标准、思维方法、价值取向的同时,也给高校思想政治教育带来了机遇与挑战。从机遇方面看,新媒体形式新颖、内容丰富、传递快捷、互动频繁、功能独特等特点为大学生思想政治教育提供了新载体、新平台;从挑战方面看,新媒体虚拟、开放、难以掌握和监控等特点,使大学生思想政治教育面临许多新矛盾、新问题。在这种情况下,迫切要求高校充分发挥新媒体技术的思想政治教育功能,利用新媒体技术的传播特点与学生成长规律相契合的优势,创新网络思想政治教育的方式方法和手段,主动占领新媒体阵地。例如:新媒体功能强大、应用广泛,可以克服传统教育模式受时空限制的不足,进一步延伸思想政治教育课堂;新媒体传播方式生动活泼,符合大学生平等交流的心理特征和接受习惯,能够增强思想政治教育的针对性和吸引力等等。

1.3 是应对高校网络舆情新形势的迫切需求

新媒体的存在导致任何信息都可以通过移动客户端“一触即发”,每一个人都成为搅动舆论海啸的那只“蝴蝶”,这不可避免会增加网络舆情研判和处置的难度。如今,高校负面舆情呈现频发之势,有学者对近年来高校危机事件的典型案例作了分析,新兴媒体成为“生产”高校危机事件的“第一媒体”,首发比例总体占到了75%^[5]。越来越多的大学生通过新媒体平台发表各自的观点、态度、意见和诉求。目前,不少高校都构建了包括官方账号、学院账号、学生社团账号、师生个人账号在内的新媒体矩阵,形成了层级丰富、落点众多的“微网络”。但是,各类新媒体平台往往风格迥异,效果也大相径庭。相对于“高大上”的官方账号,学生组织新媒体平台往往显得有朝气、更鲜活、会卖萌,能够通过校园资讯与移动终端的信息联通、师生互动、资源共享,发挥好各类机构、部门以及个人新媒体平台的集聚效应和协同功能,形成立体化、多角度、全方位的舆论合力,切实掌握网络的主动权和话语权。

2 当前高校学生组织新媒体平台建设面临的形势

传播渠道的多元化、快捷化,传播客体的分众化、个性化,传播信息的海量化、碎片化,促使着媒体格局发生急剧变化,一方面,高校传统宣传阵地(报纸、广播、电视、橱窗等)正在日渐弱化,另一方面,以微博、微信、客户端等平台的新媒体影响力越来越大。虽然不少高校在学生组织新媒体平台建设上花了不少功夫,也取得了一定成绩,但从新闻舆论引导的角度来看,形势不容乐观。概括来说,普遍存在“三个不适应”。

2.1 表达能力不适应

新媒体时代下,信息内容极大丰富又良莠不齐。如今不是担心没东西看,而是看不到“想看的”、找不到“想找的”内容。同时,受众对不同的媒介形式有不同的内容偏好,在不同的情境下有不同的信息消费需求,这客观上要求新媒体平台增强信息生产和表达能力,积极提供高质量、多层次、广渠道的信息服务,而不是千篇一律同质化的内容。如同微信上的“心灵鸡汤”一样,个别高校学生组织新媒体平台推送发文的品质普遍较低,原创数量不多,评论层次也有待提高。学生组织新媒体平台如果是缺少主动内容策划,仅是将传统媒体上的信息内容照搬过来,或是缺乏议题设置能力,在内容原创、权威报道、观点解读等方面做得不够的话,肯定不能很好地适应新媒体时代对于优质内容的生产、推荐、分享的需求。

2.2 工作机制不适应

2010年开始,新浪微博在各个高校推动建立微博协会。2013年,教育系统官方微博联盟正式成立,成为中国教育发展史上的第一个微博集群。可以说,高校新媒体建设迎来了发展的春天。但是,我们也要看到,相对于官方新媒体,在学生组织新媒体平台的管理上,高校普遍缺乏切实有效的手段,学生组织新媒体平台的运作呈现自由松散的状况,缺少目标导向和运行规范。例如:有的高校对于校园新媒体

平台建设和管理,并没有出台相关的实施办法或指导性意见,学生组织新媒体平台在政策保障、经费投入、队伍建设、内容监管等方面都缺乏明确的指导和有力支撑;有的高校只注重官方账号的建设运营,对于院级以及学生组织新媒体平台等却疏于管理、放任自流。这样都导致监管存在漏洞,舆论隐患重重。

2.3 队伍建设不适应

在媒体转型和融合的大环境下,技能相对单一的人员将会逐渐被淘汰。未来的新媒体人才,最理想的状态是“一专多能”的全能型,要会熟练地运用媒体编辑技术加工文字、图片、视频、音频信息等的的能力,又要具备用户意识、创新意识、团队意识等各种基本素养。高校学生组织新媒体平台,更多地面向青年学生,也必须有一支政治强、业务精、作风好的建设运营团队。学生组织新媒体平台虽然在面上呈现出欣欣向荣的态势,但是往往由于缺少必要的业务指导、学习培训、实习实践等,骨干队伍普遍存在新媒体技术较差、是非辨别力较弱等问题,不能很好适应实际工作的需要。有的热衷于传播一些低俗的热点话题和内容,没有很好地发出主流声音,还有的缺乏正确的甄别判断,引发网络虚假、不实、负面信息的扩散,进而造成网络舆情危机事件。

3 湖南科技大学“大学生通讯社”新媒体平台运营的实践

大学生通讯社是党委宣传部直接指导下的一支学生社团。2011年6月以来,大学生通讯社相继开通了新浪微博、微信公众号、腾讯空间等三大新媒体技术平台,网罗新鲜的校园资讯,聚焦澎湃的热点话题,以最直观、最原创、最有态度、最贴学生等特征,成为校园媒体发声的集散地和广大师生青睐的“小灵通”。通过打造品牌栏目、健全工作机制、加强队伍建设等途径,大学生通讯社新媒体平台运营取得了较好的成效。

3.1 打造品牌栏目,满足学生个性化需求

用户在哪里,阵地就应该在哪里。大学生通讯社新媒体立体平台遵循新兴媒体传播特点和受众互动规律,满足不同学生的多样化个性化需求,从文字、图片、音频及视频三种形式,坚持制作有思想、有品质、接地气、暖人心的传播内容,做到线上线下频繁互动。推出的纪实类《科大人的周末》、人物类《湖科大神志》、深度类《塔顶观象》、数据类《数读科大》、图片类《图说科大》、音频类《DT Radio》、文学类《文艺洲》等品牌栏目,在学生中形成了较大的影响力和公信力,成为媒体宣传的“新主流”。例如,《科大人的周末》旨在记录平凡人的生活,展现身边榜样的力量,自2014年开通以来,累积阅读量达100万。通过栏目推送豆沙包漫画工作室的作品,这些作品用简单有趣的漫画展现青春飞扬的大学生活,向社会传递正能量,让不少网友直呼“深有同感”“有趣”“太有创意了”。

3.2 健全工作机制,构建新闻宣传生态圈

一方面,大学生通讯社作为学生记者队伍,利用学生记者的眼光和视角,将校报、新闻网、画册、广播站等传统媒体的内容有机地“移植嫁接”到新媒体平台上,增强信息生产和服务能力,更好地传播主流声音;另一方面,作为党委宣传部直接指导的新媒体阵地,发挥微博、微信和QQ空间三者不同的特点和优势,努力打造立体化、聚合化、联动化的新媒体“生态圈”,延伸和拓展工作手臂,架起了服务师生的“立交桥”。例如:2013年底,五区502寝室的女生改编歌曲《老大去哪儿》走红网络,大学生通讯社准确把握时机,同步通过微博、微信以及视频网站推送学生制作的歌曲视频,让网友直呼“有爱”“好感动”,勾起了很多人对美好大学生活的回忆,引发网友广泛点击及转发,较好地回应了当时社会对大学生同学关系的普遍质疑,也引起学校领导对寝室文化建设的关注和重视。

3.3 加强队伍建设,致力全能型人才培养

大学生通讯社新媒体立体平台拥有30多名“小伙伴”,分为平台运营、栏目推广及后期技术等三大块,分工合作,责任明确。社团内部通过专题座谈、学术沙龙、新闻研讨等制度,加强新媒体建设和舆论引导等方面的业务培训,同时,利用寒暑假,针对性地组织一批学生骨干去省内高校、社会媒体参观学习,让学生积累一定经验、能够尽快上手。创作的《重拾东方戏曲艺术的瑰宝》获2014年湖南省高校优

秀广播电视节目一等奖、第五届“视友杯”中国高校电视奖专题类一等奖;新媒体 H5 设计作品《探访辰河高腔》在第四届国际大学生新媒体文化节中获新媒体设计单元“优秀作品奖”。不少成员毕业后,在新京报、红网、华声在线等主流媒体从事新媒体相关工作。近年来,微信订阅号在湖南高校校园媒体微信公号综合影响力排行榜中多次名列前茅,屡位榜首。大学生通讯社新媒体立体平台已成为培养新媒体人才的摇篮和创作优秀网络文化产品的基地。

参考文献:

- [1] 新华社. 中共中央办公厅、国务院办公厅印发关于进一步加强和改进新形势下高校宣传思想工作的意见[EB/OL]. (2015-01-19)[2016-03-23]. http://www.gov.cn/xinwen/2015-01/19/content_2806397.htm.
- [2] 常宁. 媒介变迁,正在让“圈子”形态如何变化[EB/OL]. (2014-08-19)[2016-03-23]. http://www.qstheory.cn/freely/2014-08/19/c_1112138571.htm.
- [3] 新华网. 全国青少年新媒体论坛发布中国校园微博发展报告(2015)[EB/OL]. (2015-08-20)[2016-05-12]. http://news.xinhuanet.com/newmedia/2015-08/20/c_134534702.htm.
- [4] 人民网传媒频道. 2015年中国大学生媒体使用习惯调查报告发布[EB/OL]. (2015-07-20)[2016-04-21]. <http://media.people.com.cn/n/2015/0720/c397572-27329888.html>.
- [5] 李明德,蒙胜军,纪敏,等. 媒介在高校危机事件中的作用及应对策略分析[J]. 西安交通大学学报(社会科学版), 2013(7):76-78.

(责任校对 龙四清)