

提升民办高校新媒体宣传成效的策略研究

施凤燕

(南通理工学院 宣传统战部, 江苏 南通 226002)

摘 要:新媒体具有时效性强、交互性强、可查性强以及信息量大的特点,对于提升民办高校宣传工作水平,提高民办高校学生认同感、归属感,扩大民办高校知名度、美誉度,增强民办高校舆情把控力、应对力有着重要意义。民办高校可以从转变认识、扩大共识,凝练特色、打造品牌,整合平台、线面互动等六个方面破解经费紧张、人员不足、能力不高等现实困境,充分发挥新媒体的作用,提高宣传工作成效。

关键词:新媒体;民办高校;宣传工作

中图分类号:G648.7

文献标志码:A

文章编号:1671-9891(2019)02-0021-04

0 引言

随着移动互联网的飞速发展以及信息资讯场景从 PC 端向移动端的转移,新媒体在民办高校宣传工作中发挥越来越重要的作用。以单向传播为主要特点的传统媒体的公信力在新一代民办高校学生中不断下降,与之相反,QQ、微信、微博等新媒体由于具有即时性、交互性等传统媒体无法比拟的优势,越来越受到民办高校学生的青睐,逐渐成为民办高校传播思想、发布信息的重要阵地。从技术维度看,新媒体是基于数字技术、网络技术以及通信技术的新型媒体,具有传播迅速、跨区融合、交互性强,能即时地为用户提供海量资讯的特点。极光大数据在 2018 年 10 月发布的第三季度移动互联网行业季度数据研究报告中指出,中国移动网民每日平均有 4.2 小时花费在手机 APP 的使用上。^[1]第 42 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,20~29 岁年龄段的网民占比最高,达 27.9%。^[2]而民办高校大学生作为大学生群体中不可忽视的一部分,正处在这个年龄段,因此如何善用新媒体,占领民办高校宣传阵地,不断提高宣传工作的有效性和针对性,是民办高校必须正视的问题。

1 新媒体在民办高校宣传工作中的重要作用

民办高校的特殊性质以及与公办高校不同的体制机制,导致其在社会上的认同度不高,学生对学校的满意度也比较低。新媒体的兴起搭建了学校与学生以及学校与外界有效、快速的沟通桥梁,使学校更加容易被学生及外界了解,因而在民办高校宣传工作中发挥了重要作用。

1.1 有助于提高学生认同感、归属感

民办高校学生有不同于公办高校学生的成长经历和个性特征,他们中的相当一部分在学习热情、纪律观念、文化素养、接受能力等方面与公办学校学生存在差距。一般而言,民办高校并非他们的首选,因而进入民办高校后,他们对学校的认同度并不高。在传统媒体下,由于很难及时了解学校信息,更无法做出及时、有效的回应,这种单向传播更加剧学生的不认同感。新媒体在这方面则拥有不可比拟的优势。新媒体的交互性、及时性使学生成为参与学校各项活动的发声人。掌握了自己话语权的学生,从单纯的信息接收者转变为集接收与传播于一身的信息当事人。他们通过点赞、评论、转发、跟帖等方式实时参与,与信息发布者或其他留言者交流互动,在交流互动中完成双向理解,从而有助于提高民办高校学生对学校的认同感与归属感。

收稿日期:2019-01-09

基金项目:南通理工学院科研项目(科研 201804);江苏高校哲学社会科学思想政治工作专题项目(2017SJBFDY580)

作者简介:施凤燕(1990—),女,江苏南通人,南通理工学院宣传统战部助教,硕士。

1.2 有助于扩大学校知名度、美誉度

民办高校大都建校时间短,师资相对薄弱,生源单一,在社会上的知名度、美誉度较低。新媒体的兴起为民办高校扩大知名度、美誉度提供了机遇。新媒体不受时间、空间限制,只要有网络、有设备,随时随地都可进行,极大地加快、扩大了信息的传播速度与传播范围。新媒体的传播特点决定了它的受众范围远远大于传统媒体,学校的官方微信、微博等新媒体平台不仅本校学生在关注,更有外校学生、家长以及关心学校的社会各界人士时刻在了解学校的发展动向。关注人群通过在朋友圈转发等形式,将学校发布的信息扩散到更广的范围,无形之中提高了学校的知名度与美誉度。

1.3 有助于增强舆情把控力、应对力

高校的动态本就吸引公众眼球,突发事件更容易成为被关注的焦点,而民办高校由于其特殊的体制机制,更容易受到外界关注。因此,对民办高校而言,舆情监控和危机公关能力显得尤为重要。面对突发事件,若学校不能及时妥善处理,造成被动局面,极有可能影响自身的生存和发展。新媒体赋予了民办高校面对危机及时发声的便利,通过建立完善的网络舆情监控和预警机制,及时发现问题,做好疏导工作,引导舆论走向,将危机扼杀在摇篮中,使民办高校宣传工作更具主动性。^[3]

2 民办高校新媒体建设现状

与新媒体在民办高校宣传工作中所起重要作用不相匹配的是,民办高校新媒体建设现状不容乐观。构建立体化的新媒体传播平台,打造一支素质优良、行动高效、结构合理的新媒体宣传队伍,是民办高校在新时期抢抓机遇、提升知名度的有效举措。然而民办高校由于自身的体制机制特点,在人员配置、经费投入等方面与公办高校差距悬殊,在新媒体建设方面尚存在一些不足。

2.1 平台整合程度不高,未形成合力

随着移动互联网的蓬勃发展以及创新宣传方式的需要,各民办高校都在第一时间建立起自己的新媒体传播平台,不仅有代表学校发声的微信公众号、微博等官方平台,也有各学院、各部门独立运营的新媒体平台。然而在实际运行过程中,众多平台各自为政,缺乏统一管理,且存在宣传内容单一、重复等问题。有些平台活跃度不高,推送内容缺乏深度与新意,学生关注较少,无法起到有效的宣传作用。

2.2 人员配备不足,流动性大

高质量的宣传工作离不开分工明确、各司其职的管理队伍,即以专人做专事。目前,公办高校大多由于经费、人员充足,已经形成了较为合理的新媒体分工团队。然而,民办高校受制于经费,在人员配置上常常捉襟见肘。一个合理的宣传队伍,应该将采、写、编、校、核等内容合理地分配至相应的负责人员,以流程化的方式高效地完成宣传工作。民办学校常常为了节省人员,将任务压缩给一两个人负责,在如此高负荷下,很难既保质又保量地完成工作。此外,宣传人员兼任情况较多,很少有专人负责。各二级学院的宣传委员常常由学院教师或辅导员兼任,他们在自身工作任务繁重的情况下,难以投入足够的时间和精力,且人员更替频繁,宣传队伍不稳定,导致宣传质量难以稳定。

2.3 宣传人员专业能力不强,新媒体相关认知缺乏

新媒体是基于数字、网络、通讯等现代技术的发展而兴起的,故对从业人员的专业技能要求较高。从业人员不仅要精通传统媒体传播规律及传播内容特点,同时要熟练掌握各种新媒体技术。在民办高校,由于人员不足导致的人员兼任以及人员频繁更换问题,使得新媒体宣传人员专业水平参差不齐,无法形成统一的宣传风格,宣传质量也难以保证。没有匹配的人力、财力组织有效的人员培训,无法做到及时更新知识与技能,使得新媒体工作人员在面对日新月异、迅猛发展的新媒体技术时深感心有余而力不足。

3 提升民办高校新媒体宣传成效的举措

新媒体无可比拟的传播优势给民办高校的宣传带来了前所未有的机遇与挑战。只有深入领会新媒体传播规律,精心培育新媒体宣传队伍,以创新理念引领队伍建设,才能在新形势下切实做好民办高校宣传工作。

3.1 转变认识、扩大共识,把握新媒体宣传规律

新媒体不受时空限制,人人皆可参与,人人皆能发声,使传统媒体的议程设置及把关人功能在一定程度

上失效。新媒体以其时效性、交互性、可查性等优势为民办高校学生带来便捷信息的同时,也为他们接触各种非主流价值文化提供可能。民办高校学生正处于世界观、人生观、价值观尚未成形的阶段,对外在世界缺乏理性认识与判断。民办高校宣传工作者一定要正确认识新媒体作为高校宣传工作的重要载体,在发挥舆论宣传阵地作用方面的巨大优势,创新工作思路,改变自上而下的灌输式宣传,积极调动学生的主体意识,让学生为自己发声,为学校发声。

3.2 凝练特色、打造品牌,发挥新媒体宣传优势

新媒体较传统媒体的一大区别在于它的易获得性以及可亲近性。易获得性表现在基于数字技术的新媒体依靠互联网传播信息,并将信息储存在互联网上,通过关键字搜索即可方便地查找到目标信息。可亲近性则主要表现在新媒体可通过评论、转发、点赞等交互行为拉近平台与受众的距离。民办高校宣传工作者要善于把握和运用新媒体的规律,凝练特色文化,打造个性品牌,最大程度地发挥新媒体的宣传优势。在凝练特色文化方面,可以参考公办大学,如重庆大学的官微拟人形象“渝小微”、武汉大学的“珞珈珈珈”等,使系列漫画的角色成为生活在学生中间有温度的人,增进学生对学校的理解,从而产生亲近感,进而提高学生对学校的认同感与归属感。在打造个性品牌方面,如南通理工学院官方微信公众平台推出的“逐梦南通理工人”“身边的榜样”“书香通理工”等系列微信,通过推出典型标杆人物以及塑造特色品牌,让更多人了解学校办学情况,间接提高学校知名度、美誉度。

3.3 整合平台、线面互动,形成新媒体宣传合力

新媒体平台不在于多,而在于有效管理。学校要改变不同平台各自为政的局面,优化、整合各级平台,构建新媒体矩阵,充分利用资源,提高宣传效率及宣传的辐射力度。新媒体宣传要依据平台特点谋选题,依据受众特点做策划,以高质量、有特色的内容开创系统化、网络化的新媒体工作格局。^[4]以南通理工学院为例,学院依据不同媒体平台传播方式、传播内容与受众范围特点,已建成“3+N”立体化网络宣传平台。“3”是指“校、院、班”三级新媒体建设,官方网站、官方微博、官方微信公众号等为校一级平台,统筹规划全校新媒体建设;各二级学院网站及微信公众号等为院二级平台,院内负责,校级监督;班级为三级新媒体,以QQ群、微信群为主,主要用于发布学校各种活动及通知,受学院监督。“N”为其他职能部门建设的新媒体平台,如团委的“青春通理工”、学生工作处的“学工在线”、图书馆的“通理工书香”等,部门负责,校级监督,对学校的新媒体建设起到补充和完善作用。

3.4 优化结构、加强培训,提高宣传队伍专业能力

建立一支系统、专业的新媒体宣传队伍,是新媒体时代宣传工作的现实要求。民办高校应当克服经费紧张、人员不足等问题,以最少的人力、物力、财力,建立一支相对高效的新媒体宣传队伍,在重要宣传岗位安排专人负责,统筹本岗位事宜。同时,学校还要建立涵盖各部门、各学院甚至各班级的通讯员队伍,让更多人参与到新媒体建设中来,确保第一时间发布校园重大事件或学生关注的问题,形成自上而下、覆盖范围广、参与人数多、宣传效果好的新媒体宣传格局,最大限度地发挥新媒体在民办高校宣传工作中的重要作用。此外,新媒体时代的民办高校宣传工作者,不仅要熟悉一般的宣传规律,更要与时俱进地掌握新媒体的相关技术。学校要加强培训,使宣传工作者及时掌握新知识、新技能,紧跟新媒体技术发展步伐,增强他们的职业认同感,从而更好地服务于学校的宣传工作。

3.5 适当投入、完善制度,强化宣传人员价值认同

民办高校人手紧缺,宣传任务又极为繁重,强化新媒体宣传人员的价值认同意义重大。学校可以出台相关制度,考核激励宣传工作兼职人员,使其宣传工作成效与工资、晋升挂钩,提高兼职宣传人员的工作积极性。学校组织开展新媒体平台建设、运营及影响力等专项考核评比,适当奖励工作突出的团队,促成内部良性竞争,在争先创优氛围中提高宣传工作质量。此外,学校可定期组织兼职宣传人员研讨交流,倾听选题意见,赋予兼职宣传人员一定的宣传内容决定权,利用“曝光效应”强化其责任意识与担当精神,提高他们对兼职宣传工作的价值认同,进而提高宣传工作质量。

3.6 把握节点、紧随热点,彰显宣传工作育人作用

民办高校作为高等教育的重要组成部分,其宣传工作本质上也是为国家培养合格的社会主义建设者和

接班人服务的。民办高校宣传工作者一定要善于把握时间节点,紧随时事热点,围绕传统节日、考研考公、重要会议的召开、四季变换等主题内容,以学生喜闻乐见的方式,将传统文化、主流价值观、社会主义核心价值观等贴合主流文化的内容在学生中广泛宣传,引导其理性、客观地看待外部世界,潜移默化、润物无声地影响学生,使他们形成正确的世界观、人生观以及价值观。

4 结束语

新媒体是新事物,具有传统媒体不可比拟的优势,但也给宣传工作带来诸多挑战。加强新媒体建设,与时俱进地掌握新媒体技术,对提升民办高校宣传工作质量与成效具有重要意义。只有深入领会新媒体传播规律与特点,持续加强新媒体宣传队伍建设与人员培训,进一步发挥新媒体各项优势,才能有效助推民办高校在新形势下提高宣传工作成效。

参考文献:

- [1]极光大数据.2018 年 Q3 移动互联网行业季度数据研究报告[EB/OL].(2018-10-31)[2019-01-08].<https://www.jiguang.cn/reports/350>.
- [2]中国互联网络信息中心.第 42 次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL].(2018-08-20)[2019-01-08]. http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzxbg/hlwtjbg/201808/t20180820_70488.htm.
- [3]沈洁.关于新媒体下高校宣传工作的几点思考[J].商,2015(35):209-210.
- [4]陈欣.高校新媒体建设现状及其在思政工作中的应用[J].新闻世界,2017(5):55-58.

(责任编辑 范可旭)

Strategic Research on Improving the Effectiveness of New Media Propaganda in Private Colleges

SHI Feng-yan

(Dept. of Propaganda and United Front Work, Nantong Institute of Technology, Nantong 226002, China)

Abstract: The new media is characterized by its strong timeliness, strong interaction, strong traceability and large volume of information. It is of great significance to improve the level of propaganda in private colleges, promote the sense of identity and belonging for private college students, expand the popularity and reputation of private colleges, and enhance the control and response of public sentiment in private colleges. The private colleges can solve the real predicaments of cost, personnel and competence from the six aspects of transforming recognition, expanding consensus, shaping brand, consolidating platform and interacting online, through which the role of new media is fully exerted and the effectiveness of propaganda is promoted.

Key words: new media; private colleges; propaganda work