

“微时代”下高职院校大学生舆情引导与校园新媒体建设

李忱帅

(南京视觉艺术职业学院, 江苏 南京 211200)

摘要:在以微博、微信为主要传播媒介的微时代,不断涌现的新媒体深刻改变着高职院校大学生的学习方式与生活习惯,这给大学生舆情引导以及校园新媒体建设工作带来机遇的同时也伴随着前所未有的挑战。因此,在详细分析微时代下高职院校大学生舆情引导的目标、原则与意义的基础上,有必要对高职院校新媒体建设与发展方向展开深入探究,以期能够切实为高职院校新媒体建设提供宝贵思路与可行性方法。

关键词:微时代;高职院校;大学生舆情引导;新媒体建设;策略

在微时代背景下,高职院校大学生舆情信息呈现出来复杂、多样的特征,不仅增加了舆情引导工作的难度,也对校园新媒体建设与发展带来了严重影响。大学生舆情引导切实关系着校园稳定和谐,也与社会安定息息相关。因此,以大学生舆情引导工作为载体,全方位加强校园新媒体建设,推动其健康长远发展是学校管理者应重点思考的问题以及工作重心。

一、新媒体建设和传统媒体建设的区别

区别一,新媒体互动性强。传统媒体在信息传播的时候主要依靠的是单向“填鸭式”传播,与之截然不同是新媒体从诞生到现在,除了载体跟随科技进步在不断发展变化之外,更大的改变是传播方式。此外,在传统媒体时代,受众接收信息往往是被动的,传播者是最大的信息主宰者,不仅控制着传播内容,且控制着传播方式、传播时间以及传播地点等。而到了新媒体时代,受众的角色发生了翻天覆地的变化,他们不仅是信息的接受者,还是信息的传播者,这两种角色之间相互转化,也互相选择。传统媒体建设的主要研究课题是“自身”,而新媒体建设主要研究的课题是“受众”,这两种概念有着本质的区别。

区别二,新媒体针对性强。新媒体时代,大众可以从自身兴趣爱好出发选择自己更感兴趣的信息浏览,为受众提供针对性服务,同时,对受众进行细致区分以及最大限度地满足他们的精神需求也正是新媒体的独特优势。相比之下,传统媒体很难对受众进行细致化区分,也难以提供针对性服务,他们把标准化以及大众化的信息传播给不同受众,很难充分考虑信息与受众的契合度,也不管受众是否需要。因此,在新媒体建设的过程中,应特别重视传播内容的个性化定制,否则,久而久之,很可能造成受众的不断流失,这也对传统媒体创新与发展敲响了警钟,提供了新思路。

区别三,新媒体方便快捷。与传统媒体相比,新媒体因为载体小巧、方便携带,几乎不会受到空间以及时间限制,更重要的是其对突发信息的反应以及处理速度相当之快,这是传统媒体无法比拟的。在建设传统媒体的过程中,不仅媒体内容需要层层把关,而且管理层级也比较正规且严格,导致对突发信息的反应速度比较缓慢。在日新月异的媒体行业,这种固化以及传统的管理体制可能比较容易失去先机。借鉴传统媒体建设的经验与教训,在新媒体建设的过程中应特别注意减少管理层级以及内容输出流程,以确保信息传播的及时性与实效性。

二、微时代下高职院校大学生舆情引导的目标、原则与意义

(一)微时代下高职院校大学生舆情引导的目标

基于微时代的舆情,是一把“双刃剑”,一方面能够为高职院校大学生提供建言献策的平台和渠道,另一方面这也是学生宣泄情绪以及发表言论的自由场所,与此同时,负面影响不可避免。因此,如果想要网络舆情发挥出其积极正面优势,那么首要任务就是要确立大学生舆情引导目标,以目标为准则,促进大学生向着积极健康方向发展,成长成才。舆情引导首要目标就是建设积极向上的网络文化。网络空间是亿万网民应共同建设的精神家园,十九大着重强调,要营造清朗的网络空间,真正为高职院校教师与学生创建良好的网络生态环境,让他们从中吸取养分,这才是他们成长必需的精神养分。

(二)微时代下高职院校大学生舆情引导的原则

其一,以人为本。“以人为本”理念是科学发展观的本质与核心,也是国家成功处理一切危机的基础与保证。同理,高职院校是为国家培养高端技术人才的主要阵地,在处理任何事务的时候都应立足学生本身,以满足其实际成长需求,促进他们长远发展。例如,当在化解舆情矛盾的时候,首先要从学生出发,将他们个人利益放在首位,细心聆听他们内心真实想法,以便给予更实际的建议。

其二,虚实结合。从本质上来看,网络舆情的发生极有可能伴随着突发事件。因此,在面对突发事件的时候,必须线上线下紧密结合,采用虚实结合的方法才有可能从根本上解决问题。从这点出发,高职院校树立以下几种意识。首先,掌控网络意识。新媒体时代,舆情的发生与发展几乎都与网络紧密相关,因此,要想科学引导舆情以及有效处理,关键在于要实时掌握舆情动态,将主动权始终牢牢紧握在手中。其次,协同应对意识。面对突如其来的网络舆情,仅仅依靠一方微弱的力量很难将其控制在有效范围之内,此时,关键要多方协同、上下结合、联合应对,建立起来传统媒体与新媒体之间的紧密联系,相关人员要始终将高职院校师生看作一个有机整体,并且建立有效的协同应对舆情引导机制,以便尽快消解危机,及时引导舆情向着积极正向的方向不断发展。

(三)微时代下高职院校大学生舆情引导的意义

首先,有利于培养理性思维能力。以微信、微博、短视频为首的微时代,为大学生自由发表言论、看法搭建了有效平台,每个人都能在网络上找到志同道合的“朋友”,也能加入自己比较喜欢的圈子,形成一个比较成熟的“小型社会”。然而,高职院校大学生从根本上来讲是比较缺乏一定深度剖析能力、批判质疑能力的,总结来讲,他们的客观判断以及理性思维还没有形成完全,此时,如果不加以正确引导,长此以往,大学生的价值观、人生观以及世界观很容易出现扭曲的问题,趁此时机,他们的这种心理很容易被别有用心的人利用。

其次,有利于培养社会主义核心价值观。尽管微时代切切实实改变了大学生生活、学习的方式,同时也为他们发表言论看法创建了很好的平台,但是,毕竟高职大学生他们正处于三观形成的关键期,在信息复杂、交流日益便捷的微时代背景下,鱼龙混

杂是当今网络现实状况,如果不加以正确引导,部分学生很可能在虚拟的网络世界中渐渐迷失方向。

三、微时代下高职院校新媒体建设与发展方向

(一) 加强骨干队伍建设,提升新媒体工作内涵

新媒体技术的飞速发展以及错综复杂的校园舆情对高职院校新媒体工作人员的综合素质以及专业能力提出了更高要求。因此,在校领导的大力支持下,高职可以加强顶层设计,鼓励每个部门积极主动发挥优势,更重要的是协同合作,真正组建一支由专职教师以及学生骨干组成的新媒体工作小组。具体说来,可以从以下几方面着手:

其一,加强培训,提高队伍的专业性。通过精准选拔、全面培训,整体提高队伍的政治敏锐性以及政策把握能力,以丰富的教育学、心理学、社会学理论作为开展工作的重要保证,借助娴熟的新媒体使用技巧,以无声的形式对大学生加以引导,并且广泛在校外宣传新媒体建设的重要性与必要性,将新媒体工作的内在艺术性展现得淋漓尽致。同时,在日常工作中,负责新媒体建设工作的人员也应始终保持敢于创新的勇气,并且寻找恰当时机,将新媒体元素灵活巧妙地融入到校园丰富多彩的活动中。例如,针对某一活动,可以采取线上微信或者微博投票的方式将越来越多学生参与活动的积极性与主动性完全调动出来,并且进一步强化学生自律意识,慢慢地扩大新媒体的校园影响力,为新媒体建设工作夯实基础。要想达成以上目标,可以通过一系列培训的方式实现,如讲座、相关课程学习、操作技巧针对性训练等,只有通过考核,预备人员才能真正成为高职新媒体建设队伍的正式一员。

其二,加强交流,形成多方协作局面。人力资源是盘活一切资源的关键,然而,对于一些普通高职院校,和著名学校以及发达城市地区的学校相比,难免在观念、方法以及意识方面会存在比较明显的差距,此时,要想从根本上改变现状,就应鼓励新媒体建设师生队伍走出去,并且不断提升自身综合素质以及专业能力,通过实际考察某些情况较好的高职院校,与他们的新媒体建设负责人进行细致沟通交流,主动学习并且了解新媒体建设最新最前沿的知识,立足本校的实际情况,助力新媒体建设工作扎实前行。

(二) 健全舆情工作机制,夯实新媒体建设基础

从高职院校本身而言,应从实际情况出发真正建立一套全面、系统、科学且切实可行的舆情工作机制,以便为校园新媒体建设夯实基础。一般来说,这套机制可以分为舆情信息组织保障机制、控制引导机制、跟踪反馈机制等。在工作机制的有效辅助下,教育工作者不仅可以随时通过新媒体搜集、分析以及掌握大学生的思想动态,而且还能针对突出问题灵活做好应对处理,从根本上降低危机事件的发生概率。

首先,建设舆情分析反馈机制。当今时代,大学生喜欢借助微博、微信类似的平台分享近期生活或者学习动态,此时,工作人员应顺应形势,建立起来一支立足新媒体的舆情收集研判反馈工作人员队伍。通过各种各样的新媒体,及时掌握学生的思想动向,并且有机整合、分析、总结与反馈搜集上来的网络信息,进而便于新媒体建设工作更扎实有序地向前开展。此外,还应做好答复反馈工作。尤其针对涉及面较广,内容复杂的舆情信息,工作人员应及时将相关信息反馈至上级主管领导,之后,在正规网络平台由学校出面给予全校师生统一公开答复。如果舆情信息只是涉及某个部门或者学生个人,则可以由系部或者相关责任部门进行

内部处理。

其次,强化考核,建立激励机制。鉴于当前高职院校舆情形势复杂,很多学校会推出主管舆情工作的专业队伍,但是,队伍大多都疏于管理,且激励机制并不完善,这将直接影响人员的工作积极性与主动性,他们的实战能力也可能会大打折扣。因此,有必要强化考核,建立科学合理的激励机制,并且对该队伍实行网络动态化管理,以不断提升队伍整体实力水平。例如,可以将舆情引导工作、新媒体建设工作纳入各单位宣传工作考核体系,将其作为评选先进集体、先进个人的重要依据。尤其对在新媒体建设工作中表现突出且获得成果的个人,应进行专项表扬以及奖励,以便让他们获得更多荣誉感与归属感,使其转身以双倍能量投入工作,形成良好循环。

(三) 着力完善内容建设,打造新媒体集群矩阵

对于不同的新媒体,内容才是建设的重中之重。在内容建设上,高职院校应鼓励多方参与,并且围绕学生生活打造极具个性化的语言风格以及集成模块。

首先,找准定位,做差异化内容。找准定位,主要包括几方面内容,功能定位、内容定位、受众定位等。例如,高职院校微博以及微信都是全校受众最多、覆盖面最广以及综合性的新媒体。正是因为这样,不同功能、部门的新媒体他们的内容侧重点应有所不同。

其次,贴近受众,设置真正的公众议程。传统媒体的自我意识非常严重,很多时候表达的都是主观想法,而非代表的是大众。基于此,在新媒体时代环境中,我们要真正开展公众议程,简言之,就是内容要从学生中来,再到学生中去。除了在话题选择上要尽可能贴近受众群体之外,还应在内容表达形式方面尽可能发挥出新媒体的优势。尽可能不用长篇大论的文字,反而用色彩鲜明的图片、视频或者音频形式代替,语言尽可能生动活泼,适当增加一些网络用语,如此,才能吸引受众的关注,达到积极向上舆情引导的目的。如果可能的话,高职院校可以充分发挥出学生团队的优势与主观能动性,将新媒体平台交由他们打理。例如,可以规定每日任务量,并且由学生亲自回复网友问题,形成良好的信息互通与分享机制,以确保微博、微信公众号或者其他新媒体账号的活跃度。此种做法,一方面将学生青春洋溢的个性、语言风格展现得淋漓尽致,使得内容亲和力十足,另一方面有利于达到期望的舆情引导目的,可能会得到事半功倍的效果。

四、结语

综上所述,随着人们对新媒体的作用以及功能越来越认可,目前很多高职院校已经开始着手建设更具个性化的校园新媒体体系,并且付诸实践。希望有越来越多的学者、专家加入这一课题的相关研究中,真正为职业教育在纷繁复杂的网络时代下健康发展指明前进的方向。

参考文献:

- [1] 羊悦,钱铮.“微时代”下高职院校大学生舆情引导与校园新媒体建设[J].职业技术教育,2014(29):3.
- [2] 罗红梅.新媒体环境下高职院校校园文化建设的策略研究[J].高教学刊,2018(6):3.
- [3] 唐鑫龙.高职院校校园信息发布与新媒体建设研究[J].科技风,2019(14):1.