

融媒体环境下高校新闻宣传工作优化策略探索

王思聪

(黑龙江大学, 黑龙江 哈尔滨 150080)

摘要: 随着信息技术的发展与社会的变化, 媒体技术的发展日新月异。传统媒体与新媒体逐渐走向融合, 对高校的宣传工作也产生了越来越多的影响。高校的新闻宣传工作是高校建设工作的重要环节, 也是辅助学生思想工作的必要途径, 具有重要的实践意义, 做好新时代下的新闻宣传工作, 是高校的重要任务。基于此, 本文将围绕融媒体环境下的高校新闻宣传工作优化策略展开研究, 探索行之有效的途径与方法。

关键词: 融媒体; 高校; 新闻宣传; 策略

一、融媒体时代下高校新闻宣传工作的优势

首先, 新的媒体与媒介由数字化技术、计算机、手机等技术的支撑, 形成了一个巨大的网络, 网络体系中包含了丰富的资源、信息, 覆盖面较广, 高速的传输与交互性是新媒体主要特点。高校的宣传要充分借助融媒体时代下的新媒介, 发掘更加丰富的宣传资源, 借鉴优秀的科技创新成果进行发展与宣传, 借助媒体技术主动进步、迭代技术, 提高传播工作的效率。其次, 融媒体时代背景下, 高校的新闻宣传工作与传播的手段能够得到丰富。在新的传播技术发展过程中, 展现出了自身的独特优势, 其灵活性强、传播高效的特点能够准确地传递各类信息如文字、图像、视频等, 使得传播工作的效果得到有效提升, 更加灵活、生动、直观化。再者, 融媒体时代下, 新技术的融入能够有效强化高校的新闻工作吸引力。随着网络的应用越来越广泛, 新闻工作的方法也在日益方法, 网站、微信、微博、短视频平台等形式也在不断的应用中为新闻工作的发展注入活力, 提高新闻工作的传播效率。融媒体时代下, 大学生能够在任何时间或地点应用互联网技术了解相关的新闻资讯, 在互联网上进行探讨与即时沟通。通过信息的高效化传递, 学生能够及时了解相关的资讯, 培养理性的分析能力, 在大是大非面前做出自己的判断、勇于承担责任。最后, 新媒体时代下, 大学生对时事政治的了解与对社会发展的把握更加便利, 与传统媒介相较, 融媒体时代下以网络为代表的新技术时效性更强, 网络信息资源更加丰富, 种类逐渐增加, 高校学生在各类渠道中能够获得更多元的新闻信息。

二、融媒体环境下高校新闻宣传工作的实践意义

新闻宣传工作是高校的建设工作中的重要环节, 对高校的教育质量提升、大学生世界观树立、校园文化建设工作都有着重要的意义。新闻宣传工作也是信息发布整合、思想政治教育、文化建设的重要途径, 其主要作用体现在几个方面。第一, 新闻宣传工作能够辅助高校的思想教育工作, 是学校思想教育的主要阵地之一, 做好宣传工作与学习是思想工作, 是实现立德树人根本教育任务的必要途径, 有利于学生的价值观塑造、思想引领、审美能力形成。第二, 新闻宣传工作也是学校对外展示的窗口, 宣传工作通过信息发布、信息整理、校园文化工作等途径, 辅助学校的事业发展, 凸显高校的教育特色, 能够为学校树立起良好的社会形象。同时, 新闻宣传工作也负责学校的风貌建设、对外

形象, 能够推动学校事业的发展, 助力学校的进步与教育质量提升。第三, 校方的新闻宣传工作承担着文化传播的重要工作, 新闻宣传是学校文化的外延, 与学校内在的文化观念有着紧密的联系, 也与教育的核心观念互为表里, 新闻宣传工作的质量与内容决定着学校的发展质量与前景, 彰显着高校的教育成果, 是学校过去发展得记录, 也是未来前进道路的指引, 是高校文化建设工作的有力支撑。

三、融媒体环境下高校新闻宣传工作面临的困境

(一) 新闻宣传工作趋于复杂化

随着媒介技术的发展, 高校的宣传获得了更加广阔的宣传平台与宣传手段, 同时为宣传工作带来了挑战。首先, 传播环境更加复杂, 给学校的新闻工作带来了更多的工作难度, 各类信息平台中的海量信息会影响学生的判断与信息储备, 互联网平台也使得信息传递工作的影响力受到冲击, 会减少传递平台的权威性、影响能力。其次, 信息的碎片化传播导致了新闻宣传工作的形式发生了改变, 新技术的发展也使各类信息增量、渠道扩宽, 学生不断接收着新的信息, 对信息容易产生误判、受到不良信息影响。这也导致了高校的思政教育工作、文化宣传工作、舆论引导工作受到阻碍, 对新闻宣传工作也提出了更高的要求。再者, 交互性得到加强的融媒体技术对新闻宣传工作的管理水平也提出了更高的要求, 传播速度加快能够获得受众的欢迎, 但对发布出的信息的筛选、内容的选择、舆论方向的引导、思想工作的宣传都需要更加强的管理能力。

(二) 新闻宣传工作合力不足

宣传工作中, 职能部门二级学院的合力不足, 导致在建设新闻宣传队伍的过程中新闻素质参差不齐, 多数新闻宣传组都缺乏专业化的能力, 这就导致了新闻宣传工作的传播能力下降、舆论工作没有强调针对性。同时, 宣传工作的建设不够完善、发展不均衡, 新闻工作的门槛设置不高、操作不复杂, 校内的新闻平台数量虽然较大, 但质量存在着参差不齐的问题。院系的宣传平台、校级宣传平台的内容质量存在着不均衡的问题, 部分新闻宣传平台的管理缺乏科学化的配置, 内容更新不够及时, 质量不够高。另外, 在宣传的内容上, 学校内部的各个学院的平台宣传的定位不够明确, 对内容的推送有着同质化、重复的问题, 这样会减弱宣传工作的质量与效果, 也会导致各级的官方宣传平台趋向运营自媒体的管理方式, 内容质量会有所下降。

(三) 新闻宣传工作亟待创新

现阶段的高校新闻宣传工作大多数都围绕院系的领导会议、学校活动进行报道与宣传, 常规的新闻缺少亮点, 在内容与思想上体现出了落后性, 师生会更愿意从其他渠道获取信息, 新闻宣传工作的主导地位逐渐被削弱。新的媒体技术发展背景下, 高校新闻宣传工作中对重大事件、典型内容的宣传与策划能力不足, 呈现出的稿件单调、不够深入, 无法发挥新闻本身的宣传与引导作用。这就体现了新闻宣传工作的策划意识不足问题。

传统的新闻宣传工作发展较为滞后,宣传机构的人员配置不够充足、机构建设不够健全化,在高校快速发展过程中,新闻宣传工作无法跟上时代。这主要是由于负责新闻宣传工作的人员思想较为刻板,不完全具备新媒体思维,没有紧跟时代变化。在这种思想的影响下,新闻宣传工作会受到阻碍,新闻宣传途径也会较为单一,导致高校的宣传工作缺乏创新性与吸引力。

三、融媒体环境下高校新闻宣传工作优化策略

(一) 落实统筹规划,建设宣传体系

当前的融媒体环境下,高校的新闻工作进行创新,促进师生的个性化需求、拓展新闻宣传工作的影响力,是高校新闻工作的重点。因此,高校新闻宣传工作要落实好创新与统筹规划,不断优化资源配置工作与信息共享工作,完善体制机制建设并优化体系构建。首先,高校要对资源配置工作与管理机制进行优化。高校新闻宣传工作中,对资源的优化是推进创新工作的重要内容,不仅要在形式上重视时间、宣传内容、宣传工作受众的多方配合,还需要在具体的措施上强化政策方面的变动,完善相关的制度建设,建设新闻报道的机制、设计信息的联动与协调。同时,高校也要在过程上使各类传播媒介、载体形成信息链条,建立信息的实施互动联通,为学校的新闻提供更多的新素材,实现信息的实时交互。其次,高校要坚持立体化的理念,构建新闻的传播工作网络。新闻报道与宣传要满足受众更加立体化的需求,从视听体验、感知、思想等角度出发,满足受众的各类需要,因此,高校需要利用好多元化的媒介与资源,将校报、广播、校园网、教学平台、校园电台等资源进行结合,落实融媒体的理念,实现传统媒体与新媒体的相互交叉与融合,发挥各类媒介自身的优势。在具体报道过程中,可以通过展现各类媒体的优势与特色,对各类资源进行统筹整合,挑选具有突出优势的媒介,扩大宣传效果。

(二) 突出宣传特色,优化传播内容

相较于传统的媒体渠道,新的媒体技术的信息量更加巨大,具备发布快、贴近生活实际等优势。高校的新闻宣传工作应当坚持拉近与受众的距离,以满足用户需求为中心,突出对用户反馈的落实,对各类用户有兴趣的话题进行调研,针对性地进行推送。首先,高校的新闻传播要重视受众的感受,力求迎合受众的信息需求,将媒体打造成能够向学生主动分享信息的平台。具体来说,新闻宣传工作要意识到自身需要符合师生的心理需求,使师生对校园宣传工作的满意度上升,进而提高宣传工作的效率。同时,宣传工作负责人也要采取更加多元的方式,提高师生的参与度,应用师生更加喜爱的方式,将消息、专题报道、新闻内容以学生喜闻乐见的形式进行传播与推送,提高宣传效果。其次,高校的新闻宣传工作的具体内容需要具备更强的针对性,要有鲜明的政治倾向、导向性。只有关心学生的需求,才能够做到关心师生群体,才能够看到学校宣传工作的态度,发挥新闻媒体的优势与作用。具体来说,教师可以利用自身内容升级,在实际生活中发现令人触动的故事,挖掘生活日常间的信息。宣传工作要从细节处入手,做到具备可行性、真实性的特点。

(三) 强化思想认知,做好新闻策划

高等教育需要培育具备优秀素质、思想政治水平的人才。学生正处于即将步入社会的重要阶段,对在这一时期各类文化与信息的汇聚容易对大学生的思想意识造成影响,由于学生的社会经

验不足,容易受到不良文化的影响、做出错误的判断。学生会在情感上产生共鸣,掌握新闻内容的内涵,提升自身的思想认识水平,进而提高辨别与判断能力,认清优秀文化与不良文化,树立起正确的价值观念。高校要掌握好宣传工作的思想认知,学校管理层也要认识到新闻宣传对于学校发展的重要性,选择合适的媒体与传播平台,开展高效化宣传。高校也要推进校园的平台多元联动,推进宣传工作效率的提升,为新闻宣传工作提供帮助。高校新闻工作的受众面广、信息量庞大,难以给人留下深刻的印象,因此,新闻宣传工作加强品牌建设,并进行应用措施的完善,推进规划与建设、彰显校园宣传的重要意义。融媒体视角下,高校的宣传工作变动主要体现在三个方面,首先是选题策划方面,在新技术的影响下,策划与议程出现了一定的下沉,新关注点会通过受众的反馈产生,因此高校需要关注师生的反馈,获得其建议与意见,进而收获认同。其次高校需要应用更容易被接受的方式展开新闻宣传工作,新媒体平台以碎片化的信息传递为主,越来越多的受众偏向于简单化的信息传递,高校的宣传工作也要一定程度上适应这一情况,将宣传内容进行拆分,以新的传播形式吸引受众的注意。再者,高校要以受众的情感为中心,对新闻内容进行策划,碎片化信息阻碍了受众的深入思考与分析能力,因此需要新闻策划工作的内容更加深刻,融入更多的情感表达,使受众的注意力得到吸引。

(四) 搭建融合平台,关注用户体验

融媒体时代下,新技术的支持使得传统媒体如广播、电视、电台等与信息技术、数字化技术相融合,各类组织要素也逐渐走向一体化。新时代背景下,高校要搭建起融媒体平台,构建新媒体的矩阵,落实传统媒体与新媒体的协同发展,促进各个级别媒体的传播载体建设工作,例如,将校园宣传平台按照功能进行细分,分为视频平台、宣传平台、社交平台等,突出各个平台的优势与不同功能,提高平台工作的效率。通过大数据反馈与筛选,宣传工作负责人能够有效掌握师生的需求与阅读习惯、兴趣爱好等,进而进行更加精准的投放与推送,能够有效提高宣传工作的整体效率。同时,高校也可以借助校外各宣传力量、宣传平台的运用,强化校园新闻宣传工作的影响力,与其他自媒体平台进行互动,提高宣传的力度与效果。

四、总结

融媒体时代下,信息传播速度加快、技术力量迅速发展,高校的信息宣传工作要抓住机遇,做好对宣传工作的创新,关注师生的具体需求,落实自身的重要责任。融媒体时代与高校的宣传工作的结合是时代发展的必经之路,也是高校思想教育、文化宣传的未来,高校要落实好自身的责任,不断进步、敢于挑战与创新,为大学生的思想意识建设工作贡献自身的力量。

参考文献:

- [1] 张楠. 融媒体环境下高校新闻宣传工作优化策略探析 [J]. 新闻研究导刊, 2022, 13(14): 3.
- [2] 林尚平. 融媒体视域下高校新闻宣传工作困境及转型 [J]. 黎明职业大学学报, 2020(3): 4.
- [3] 毛雪逸. 融媒体背景下高校新闻宣传队伍建设策略探讨 [J]. 新闻研究导刊, 2022, 13(19): 3.