

大宣传格局下高校融媒体发展研究

杨博惠 蒋洋举 王润中

(南京工业职业技术大学, 江苏 南京 210024)

摘要:“大宣传”格局就是符合党的意志、符合国情民愿的宣传思想工作大格局。高校宣传思想工作的媒体融合已然成为一种趋势。本文从高校融媒体的“广度”“深度”“精度”三个方面进行分析研究,发现宣传思想工作中媒体经历了管理型、服务型 and 融合型三个发展阶段,为高校宣传思想工作起到了重要作用。

关键词:大宣传;高校;融媒体

一、大宣传格局的形成和发展

改革开放 40 多年来,许多领域的改革相互影响,不断深化发展,随着信息技术的发展与生活方式的改变,宣传思想工作的形式和对象都发生了巨大的变化,朝着媒体融合的方向发展。2013 年“大宣传”工作理念首次被提出,大宣传是宣传思想工作的一种理念,是宣传思想工作创新发展的大战略。面对新时代高校宣传思想工作,需要采用新观念、新思路、新手段,提高工作的质量和水平。“大宣传”格局形成后,由此统领意识形态领域,凭借融媒体手段创新,从而使得高校宣传工作和融媒体创新工作相辅相成,相得益彰。

(一)新时代大宣传工作具有继承和发展特征

当代宣传理念和宣传方式已有了很大的进步,基本能够实现中国特色社会主义意识形态话语权在高校的巩固。因此,需要树立大宣传的工作理念,承担起上传下达的作用,在创新宣传理念和宣传方式的同时,保持原有宣传的稳定性和正统性特点。

(二)新时代大宣传格局具有历史延续和传承性

党在长期的宣传思想工作中采用的方式是多种多样的,前期多为使用传统媒体进行宣传,随着时代的进步和社会的发展,宣传思想工作载体逐渐丰富,使各类载体间相互配合形成合力,融合发展,成为更好地完成宣传思想工作的必然趋势。

(三)新时代大宣传格局体现“大”的特色

相对以往更多的宣传方式属于“小宣传”,狭义的理解即宣传思想工作是由宣传部门来完成,然而在互联网时代,生活方式发生了改变,时间、信息均碎片化,这种“小”宣传理念已不能满足现实需要,宣传思想工作要依据不断变化的情况和不同的对象,有针对性地进行宣传、争取、动员各方的支持与合作,构建一个融媒体下的大宣传新格局。

二、高校宣传思想工作的融媒体创新发展

我国的大众传媒,在经历了传统媒介、新媒体、全媒体三

个时代后,进入融媒体时代。因此,高校宣传思想工作势必也将传统优势与融媒体理念和技术进行融合。“触网而生”的当代大学生的生活方式已经在信息技术时代被彻底改变,新形势下,原有的媒体管理机制体制、运作模式和内容文化都不适应时代发展。

(一)融媒体对于机制体制创新

当代各种媒介混合在一起,已经不能像传统模式下的媒体那样进行传统管理。如何形成大宣传格局下的融媒体创新机制将成为宣传思想工作发展的重点。目前,在“互联网+”时代宣传内容几乎可以同时到达不同层级,因此,层级多反而容易造成信息传递受阻或失真的缺陷。高校宣传思想工作需要解决层级较多、结构繁复的问题,需要删繁就简,去除信息传递和组织协调中间的管理层,减少信息过渡性机构,整合政府各项职能,节约相关资源,提高办事效率,这样在一定程度上减少了沟通成本。

(二)融媒体对于形式渠道创新

从宣传者的角度出发,宣传分政府代表的官方和普通民众代表的自媒体两种口径。之前官方作为宣传主体有绝对的话语权,并以反复性的方式使受众接受,具有一定强制性。而在互联网的背景下,宣传思想工作的这种垄断权被打破,新媒体的出现使受众更注重自我表达与互动交流,对信息有更高的辨识能力。自媒体的话语权不断得到放大,尤其在高校,每个大学生都“触网而生”,能够熟练掌握新媒体,可以随时成为主导者,各种观点也会迅速得到传播,宣传方式多样化,真正迎来融媒体的发展时代。

(三)融媒体对于内容文化创新

高校融媒体宣传思想工作的主要对象是高校师生,工作主体是大学生,只有在内容上进行改革,才能够吸引青年人的目光,将传统的内容和题材融入到新媒体的形式中,让“有意义的内容变得更有意思”,才能更贴近实际、贴近大学生,才能更准确、及时地传递相关内容,这样才能抓住大学生群体的注意力。随着融媒体内容的丰富多彩,宣传思想工作才能真正深入大学生,真正取得实效。

同时,融媒体发展趋势下,自媒体掌握话语权,也会存在一定的问题,比如信息的真实性如何确定,信息随意性散发性问题如何解决,传播的信息质量和内容如何保障等。因此,在

海量的信息数据里,如何能够实现宣传思想内容的真实有效,需要我们提高网络敏锐性和甄别力,这就对党的执政理念和执政方式提出了严峻考验,因此,内容创新的同时要提高对舆论导向的把控能力。

三、大宣传格局下高校融媒体发展

大宣传格局主要体现在“大”字上,宣传本身就是一个宏大的理论概念。而融媒体主要体现在“融”字上,各种媒体形式的融合不能只是生硬的结合,应当是真正地融入。作为高校这样对融媒体使用频率高、使用融媒体人群集中的单位,更应该注重大宣传格局下的融媒体发展。大部分高校宣传部已经建成融媒体中心为实体的平台和依托,更好地发展大宣传格局下高校融媒体宣传思想工作。

融媒体中心成立标志着融媒体从一个概念发展成为一个实体部门,高校融媒体中心主要致力于坚持马列主义基本立场和坚持育人导向不动摇的情况下,积极学习新媒体、多媒体发展模式,探索与创新适合高校融媒体发展的新思路、新方法。“要运用新媒体新技术使工作活起来,推动思想政治工作传统优势同信息技术高度融合,增强时代感和吸引力。”如何在大宣传格局下做好高校融媒体发展,对改革和创新高校宣传思想工作具有重要而深远的意义。应该从三个“度”入手进行分析研究。

(一)大宣传格局下高校融媒体的“广度”发展

1. 真实性和大众化的融合

大宣传理念的树立,提出动员全党力量进行宣传,那么就无形中扩大了宣传的“广度”。在宣传思想工作中,将高深复杂、无味的理论与教条变成大学生喜闻乐见、感到亲切的融媒体形式,才能调动全党上下的积极性,因此要做好大宣传的工作,就必须接地气。同时,宣传工作最主要的是基于内容的真实性与准确性。使用融媒体的基础也要真实反映事件本身,一旦真实性提高了,公信力也提高了,受众自然增多。

2. 时效性和趣味性的融合

融媒体能够更好地发挥时效性作用。在宣传思想工作中,对有价值的内容进行多媒体、多渠道、多角度的第一时间宣传,能够迅速掌握对各类媒体的宣传主动权,并进行实时互动,这是之前传统媒体所不具备的条件。大学生凭借网络原住民的优势,早已经习惯通过微博、微信、QQ、论坛等平台随时随地发布和查收信息,宣传工作就是要更好地利用大学生“人人融媒”的新形势,避免传统的说教,增强宣传思想工作的趣味性和亲和力。

(二)大宣传格局下高校融媒体的“深度”融合

1. 政治性和思想性的融合

宣传思想工作涉及范围广,政治性强,在众多重要领域都需

要树立大宣传的工作理念,全党动手、全党参与,动员各条战线各个部门,发挥各方面优势,同各项工作统筹安排、联动配合,运用各种资源,形成宣传思想工作合力。从舆论上做好正面引导,充分掌握宣传思想工作的主动性与话语权。由于媒介环境发生的巨大变化及传统传播模式的变革,互联网背景下的舆论环境愈发复杂,目的在于影响大学生,使社会主义核心价值观融入多媒体介质中,在观念看法上与主流意识形态趋向一致,引导社会舆论朝着利于大众利益的方向发展。高校宣传思想工作具有明确的导向性,“宣传思想阵地,我们不去占领,人家就会去占领”,因此,宣传思想工作必须要与党和国家目前的中心工作有所联系,要顺应时代发展潮流、服务社会大众,引导舆论积极正面发展,因此政治方向上,思想觉悟上,理论高度上都需要一定的认识,融媒体虽然手段多样,内容丰富,但是为了加深宣传的厚度,首先要能够把握政治性。

2. 理论性和规律性的融合

融媒体时代到来,需要思考一个重要议题就是“媒介决定社会?”还是“社会决定媒介?”大宣传格局作为导向,融媒体的形式可以越来越多样、活跃,宣传效果也令人惊喜。有部分学者将融媒体的传播放置在社会总体中进行考察,融媒体虽然“融合”一切,但应该起码遵循大宣传规律,保证信息的客观真实性,因此思想宣传也必须是建立在客观发生的事实基础之上,不能以主观臆想或故意为之的事件为依据。强调大宣传格局下融媒体在理性的沟通与对话和社会共同体的建构中的价值与作用。

(三)大宣传格局下高校融媒体的“精度”提炼

1. 专业技术的融合

当下,只有提高融媒体技术手段和灵活运用能力,才能提高宣传质量,从而提升媒介的核心竞争力和社会影响力,这个发展趋势已成为高校宣传思想工作的共识,也是大宣传格局下高校融媒体朝着“精度”发展的要求所在。

在新的历史时期,我们要充分运用融媒体思维来加强宣传思想工作的策划。首先,宣传工作要坚持“以学生为中心”的观念,在宣传过程中,以大学生为中心,改变单纯输出模式,体现以人为本精神;其次,要坚持“内容为王”的理念,宣传思想工作最重要的是站在时代和政治的高度,与此同时,增强内容的可读性和认同感,挖掘出宣传工作的价值亮点,融媒体就能发挥其优势;坚持“互动分享”的观念,就势必要引入融媒体互动沟通、实时的反馈和互动,这样可以调动大学生的兴奋点,从而激发共鸣,增强宣传工作的穿透力。

2. 专业人才的融合

融媒体时代,专业技术人才需具备思想上和能力上的双重技

能考核指标。融媒体工作者首先要具有坚定的理想信念,思想政治素质过硬,具有强烈的社会责任感和使命感;还需要进行融媒体的技术手段的学习创新能力。同时要具备宣传思想工作的基本价值理念,体现深层次的社会价值,营造良好的宣传舆论环境,还需要一定的专业写作技巧和网络语言应用。融媒体反映速度太快,具有不可撤、不可逆的特点。因此,融媒体工作人员还要有一定的舆论危机化解能力、信息甄别能力、公信力建立能力。

融媒体发展中心本身是一个新鲜事物,因此工作人员也处在不断学习和积累阶段,既要有较高的政治理论水平,又要有良好的沟通技巧,能够贴近大学生的生活学习环境,善于分析把握大学生的思想动态,还要具备融媒体操作能力。

四、大宣传格局下高校融媒体未来发展趋势

(一) 从管理和控制走向融合

传统的高校宣传思想工作,致力于对它进行管理和控制。在未来发展中,媒介技术迅猛发展,包括大数据、人工智能、VR(虚拟现实)、网络直播、H5等都对宣传活动产生不小冲击。这些新媒体的使用,说明融媒体还在不断进行扩容。高校融媒体发展中心的建立,对融媒体进行一定的管理和把关,对信息进行了甄别和筛选。但是,大宣传格局下融媒体内容的审核把关外加娱乐互动环节尺度等问题,有没有明确的标准,我们还采用传统的管理和控制方式已经不在乎合适。

(二) 从为学生服务走向融合

融媒体发展中心的设立,主要目的是为师生服务,为学校中心工作服务。服务也是融媒体未来的发展趋势。灵活运用新兴媒体,推进高校宣传工作的改革创新。要适应社会时代的新变化,把握大学生接收习惯的新特点,发挥新媒体在新闻宣传中及时性、互动性、便捷性等优势,充分利用互联网平台发布让基层群众能理解,又贴近实际、贴近生活的宣传报道,始终把服务大学生的需求作为出发点、落脚点,站在大学生的立场上思考问题、解决事情,设身处地考虑其实际感受和承受能力。大宣传格局下,人人都参与宣传,打通了岗位上的级别和技术形式上的所有渠道,那么上下级关系的边界不明,更加包容,融媒体工作更多的是服务的模式,并且走向更多的融合。

(三) 融合模式

融媒体,顾名思义,未来发展趋势是“融入高校,融入社会,融入国家”。融媒体发展中心可以说是实践大宣传工作理念的创新做法之一,树立“大宣传”的工作理念也为宣融媒体时代创新提供了政策依据。不断引入新媒体技术,融入信息化手段,通过全方位、多角度的融合,进行高校宣传思想工作。融媒体

将成为一个“熔炉”,可以在大宣传格局下,把一切有益于高校宣传工作发展的技术成果都运用于宣传思想工作上来,进行资源整合和利用。而随着科技的不断发展变化,融合将是一个长期的、持续的、有效的过程。融媒体自身的发展对融合的要求也会随之越来越高,融媒体发展中心的地位也会在高校宣传思想工作中越来越重要。

参考文献:

- [1] 公茂虹. 大宣传理念的内涵及价值[J]. 思想政治工作研究, 2014(1).
 - [2] 莎日娜. 大宣传格局下加强高校新媒体整合发展的路径探析[J]. 思想教育研究, 2016(1).
 - [3] 新华社评论员: 立德树人, 为民族复兴提供人才支撑——学习贯彻习近平总书记在全国高校思想政治工作会议重要讲话, 2016年12月8日, http://www.xinhuanet.com/politics/2016-12/08/c_1120083340.htm
 - [4] 张宏天. 媒体融合发展对高校思政教育生态的影响研究[J]. 传媒, 2018(15).
- ★项目: 江苏省教育厅高校哲社思政专项《中国传统文化融入大学生思想政治教育实践活动研究》2017SJBFDY523。

作者简介:

杨博惠(1984-), 女, 新疆乌鲁木齐人, 南京工业职业技术大学马克思主义学院, 副教授, 博士研究生。主要研究方向, 高校思想政治教育、中国近现代史研究等。江苏高校哲学社会科学重点研究基地“黄炎培职业教育思想研究会学术中心”特约研究员。

蒋洋举(2002-), 男, 江苏淮安人, 南京工业职业技术大学经济管理学院学生。

王润中(2002-), 男, 江苏南京人, 南京工业职业技术大学经济管理学院学生。