ISSN: 2661-3573(Print); 2661-3581(Online)

高校官方融媒体“三全育人”运营模式实践与探究

——以“材聚天理”为例

彭　程
天津理工大学　天津　300000

摘　要：新媒体时代下媒体平台的高速发展，使得高校官方媒体作为高校教育教学的网络主阵地，在大学生教育教学中扮演着至关重要的角色。随着近年来热门“短视频”成功“破圈”典型案例的频频出现，其产生的巨大舆论影响力与社会效应都令人侧目。因而，高校对于探索搭建官方融媒体平台的需求更加迫切。本文以天津理工大学材料科学与工程学院官方融媒体“材聚天理”为例，围绕运营受众、内容、形式三个方面，探究高校官方融媒“三全育人”运营模式。

关键词：高校官方融媒体；三全育人；材聚天理；运营模式

Practice and Research on the operation mode of “three-wide education” of the official financial media in Colleges and Universities

-- Taking “material gathering natural reason” as an example

Cheng Peng
Tianjin University of Technology,Tianjin 300000

Abstract: With the rapid development of media platforms in the new media era, the official media of colleges and universities, as the main network position of college education and teaching, plays a vital role in college students' education and teaching. With the frequent occurrence of typical cases of successful “breaking the circle” of popular “short video” in recent years, its huge public opinion influence and social effects are eye-catching. Therefore, colleges and universities need to explore and build an official financial media platform more urgently. This paper takes the official financial media of the School of materials science and engineering of Tianjin university of technology as an example and explores the operation mode of “three-wide education” of the official financial media of colleges and universities around the three aspects of operation audience, content, and form.

Keywords: official financial media of colleges and universities; three-wide education; material gathering natural reason; Operation mode

随着新媒体时代来临，众多电子媒介方兴未艾，成功“破圈”的例子不胜枚举，其中以微信公众号、视频号、抖音、快手、今日头条、哔哩哔哩等最为典型。这些电子媒介在高校师生中得到广泛使用、广泛传播，以其内容的完整性、多样性以及信息传递的及时性，逐渐成为高校教育、学习交流、生活分享等信息传播最为迅速、辐射范围最广的新媒体平台。为此，高校官媒运营者纷纷对自营平台精心制作包装，注重其内容的思想性、创新性与包容性，充分利用新媒体的优势，积极变革传统的校园媒体运营方式，全面提高平台建设能力与水准，努力构建各具特色的校园文化，搭建一体化育人平台。

本文以天津理工大学材料科学与工程学院官方融媒体“材聚天理”为例，在详细介绍其运营模式的基础上，分析高校融媒体运营中存在的问题并提出相应的对策，以适应新时代“三全育人”发展要求，在研究实践中促进“材聚融媒”的高质量发展。

一、“材聚天理”官方融媒体运营受众分析

（一）搭建官方融媒体平台，增强受众黏性

自2012年华中科技大学首推官方微信公众平台后，截至2019年5月，全国1000多所高校已经拥有2852个官方微信公众平台号，覆盖大学生达2000万人[1]。高校中，以个人、班级、社团以及学校官方为主体的新媒体平台屡见不鲜。然而，由于一些班团在集体运营管理、发布需求方面受限，其更新速度、内容质量等往往不能满足受众需求。面对新情况、新挑战，学校、二级学院新媒体平台责无旁贷，需要以此为契机，发挥其主体地位，守正创新，全力打造融媒体平台，牢牢把握主动权、话语权，守住育人舆论阵地。以此为背景，天津理工大学材料与工程学院官方融媒体——“材聚天理”应运而生，“材聚天理”分别在微信公众号、视频号、抖音创建账号。其中，材聚天理微信公众号、视频号更是凭借其更新迅速、制作优良的优势在众多自媒体平台中成功破圈，组成微信融媒矩阵。

“材聚天理”微信融媒矩阵根据不同受众对信息的个性化需求，分别下设“天生我材”、“材子佳人”、“材子家园”三个服务栏目。截至2022年1月，“材聚天理”微信矩阵共发布原创文章732篇、原创视频43部，总发布文章1236篇，长期在线粉丝5600余人，年阅读量达20万余人次，日阅读量500余人次。结合学院工作实际，经过对受众的需求调研，“材聚天理”通过细化栏目分类、精修系列推文、提高发布质量以及定期转载权威媒体信息等方式增强粉丝受众黏性。

（二）加强高校官方融媒交互性，满足受众需求

高校官方融媒体最大限度贴近受众群体。大学时期的学生，其心理发展由少年时期发展至青年期，伴随着生理的发展成熟，心智也发生了变化，社交、尊重和自我实现的需求也会逐步提高。基于受众群体的这一特点，“材聚天理”官微、视频号的第一人称为学院吉祥物“材宝”这一称呼，使用学生熟知的学院吉祥物名称来代替学院官方称谓，拉近官媒与学生的距离，学生心理上的尊重需求得到满足，对官微的内心认同感增强，把官微当作是为学生发声的校园媒体，同时也增强了语言表达的“人情味”，从而与学生形成情感共鸣。

高校官方融媒为受众群体提供了更多的交互渠道。粉丝可以通过后台留言、投稿等方式参与互动，增强校园建设参与感、体验感，培养学生的主人翁意识。“材聚天理”官微、视频号开通了材子留声、毕业季投稿、班团约稿等功能板块，增强官方融媒的交互性，在互动中呈现多元文化价值，实现“志同道合”者的良性沟通，为学生提供高质高效的自我表达与社交平台。大学生处于世界观和人生观形成的关键时期，他们有强烈的自我管理意识，希望表达自己的想法和声音。[2]运营者通过粉丝意见反馈，收集获取师生对校园发展的针对性建议，实时掌握网络舆情的变化进展，拉近师生、校友、家校的互联互动，强化学生自我管理意识，充分发挥学生的主观能动性，增进校园情感共识。

二、“材聚天理”官方融媒体的运营内容分析

自2020年以来，天津理工大学材料科学与工程学院“材聚天理”融媒体（以下简称“材聚融媒”）整合各类新媒体平台，最终确定微信公众号、视频号、抖音三类新媒体平台作为“材聚融媒”的官方媒体平台。“材聚融媒”秉持“三全育人”即全员育人、全过程育人、全方位育人的理念，面向全院师生、校友、家长等粉丝群体，发布学院党建、教风学风建设、校友会、家校联动等方面内容。在“材聚融媒”新媒体中心有序运营管理下，“材聚天理”微信公众号作为“材聚融媒”的重要组成部分，自2014年9月创建以来，发展迅速、影响传播力强、辐射范围广，于2021年5月被中宣部、中央网信办、教育部与共青团中央评为“全国首批高校公众号重点建设单位”。现对“材聚融媒”官微的运营特色作出全面介绍。

（一）标题设置创新性

标题的新颖度在一定程度上决定了受众的点击量。因此，标题的制作至关重要，正所谓“题好一半文”。[3]“材聚融媒”官微根据学院整体工作的运行情况，在“天生我材”、“材子佳人”、“材子家园”三个服务栏目内设置固定的系列主题，在主题框架内创新标题。例如“材子星辰”主题设置在“天生我材”栏目，主要作为宣传学院各类奖学金获得者、优秀毕业生、大创互联网+获得者、全国金相大赛一等奖获得者等优秀学生事迹，以采访、座谈等形式介绍学霸、考研学长、大创获奖学生的心路历程，为全院学生提供相应的经验分享，树立尚德好学的学风文化，深化朋辈帮扶概念，进一步实现了“材聚融媒”全员育人的“三全育人”理念。微信标题更要大胆创新，夺人眼球，2020年材料学院微信热文排行榜阅读量排名第三的推文——《材子星辰丨越努力的人研制越高？！材料学院2019-2020学年国奖获得者刘喆》即是如此，采用了学生们所关注的“实力与颜值”并存这一网络现象，吸引读者深入探究，从而达到广泛传播，树立学业典型的教育宣传目的。

（二）内容形式多样性

高校学生教育培养工作按照学期制的划分，分为春季、秋季两个学期，按照学生纵向培养模式，又细分为3月春季学期开学季、4–5月心理健康季、6月毕业季、7–8月暑期社会实践季、9月新生入学季、10–11月奖学金评选季、12月期末考试季。以学期制和学生工作季节性为节点，“材聚融媒”精心制作多样性的内容，发布《525心理健康月丨我爱我，不负好时光》、《又是一年毕业季，扬帆起航正当时！》、《“追寻红色足迹，放飞青春梦想”终点站》、《新生专列丨我的十八岁遇上你的四十载，好欢喜》等内容，遵循学生成长规律，践行“三全育人”中全过程育人的理念。

（三）推送频率定期性

保持每日必推的更新频率也是“材聚天理”官方微信公众号的一大亮点。在当今新媒体账号众多的大环境下，保持一定的更新频率是吸引读者持续关注的重要因素。[4]“材聚融媒”根据学院学生工作、教育教学、学科研究等方面内容归纳总结，确保每日必推不断线，这样的推送频率也有利于受众保持一定的新鲜感。

（四）新闻推送时效性

“材聚融媒”官微每周对学院近一周内的工作进行提前统计，然后每周日将下周推文计划提前规划安排，提前安排供稿人、排版人、以及三级审核人员。开设“材聚快讯”栏目，确保新闻更新的及时性、新鲜性，切实将“材聚融媒”官微建设为对外宣传的有效窗口。将时事与学生教育相结合，在新冠肺炎疫情期间和四史学习教育期间，推出“课间三分钟”栏目，利用线上课堂的便利性，由老师在线上授课的间隙播放给学生，深入挖掘“育人元素”，创新载体，对学生了解时事的教育融入到三全育人体系之中。

三、“材聚天理”官方融媒体的运营形式分析

“材聚天理”官方融媒体的运营形式主要依托学院团委学生会这一组织，在学生会内部设置“材聚天理”新媒体中心（以下简称新媒体中心）。根据学院团委学生会建制，新媒体中心由1名指导老师担任主要负责教师，下设2名主任为社团主要负责学生，其中1名学生担任每届学生会的轮值主席，此举是为了便于学院宣传工作发展，更加完全的落实全员、全过程、全方位育人的“三全育人”理念。新媒体中心下设四个部门，分别是编辑运营部、文艺创新部、影视技术部、平面设计部，分别负责排版编辑、原创推文、拍摄剪辑、平面美工等工作，确保“材聚融媒”的有序运行。每个部门分设2名部长，5名部员，新媒体中心人数建制共计31人。下面按照各部门主要职责逐一介绍以分析“材聚天理”官方融媒体的运营模式。

（一）编辑运营部

编辑运营部主要负责原创推文的撰写、校稿、复审、排版等工作，从取材到撰写文稿，部门人员轮流把关，确保文稿的原创性、准确性，排版的合理性、美观性。编辑运营部在2名部长的带领下，每周固定排班，全面把关原创推文的取材合理性及编辑排版，确保推文准确、有序推送。

（二）文艺创新部

文艺创新部主要负责原创推文及转载推文的创意、取材、转载推文审核等内容，该部门每周会实时关注国内外热点、网络热词、网络热播剧等与青年大学生贴近的“网络现象”，从中取材，提出原创推文创意。例如2019年新生入学时期，“材聚天理”发布推文《新生专列丨我的十八岁遇上你的四十载，好欢喜》，此文标题就是根据2019年夏天的热播剧《小欢喜》获取灵感，加之正值2019年天津理工大学建校40周年，于是此文标题应运而生，文章一经发出同学们纷纷带点赞转发，获得了同学们的一致好评。此外，文艺创新部还定期关注国内众多微信公众号的发布情况，例如“人民日报、央视新闻、新华社、中国青年报、津云、浙江大学、中国人民大学”等，从中学习、借鉴、博众家之所长。

（三）影视技术部

影视技术部主要负责学院各类视频的脚本撰写、视频拍摄、剪辑、制片以及拍摄设备维护等工作，从脚本撰写到拍摄，影视部人员精心策划，按照拍摄类别的不同以及视频主题的类别，确定固定的脚本方案和不同主题视频的片头、片尾，并对其进行定期更新，确保剪辑视频的原创性。

（四）平面设计部

平面设计部主要负责学院各类图片的拍摄、设计制作、存档维护等工作。此部门按照每学期固定的学生排班，对学院各类活动进行拍照，并对每天要发送的推文图片进行美化，此外部门还对学院各类活动的图片进行定期更新存档，确保践行参与、陪伴、分享、记录成长的官微理念。

除了上述四个部门，“材聚融媒”还下设视频号及抖音号的管理部门，根据官微的推送主题及学院工作要求，定期推送同类视频，确保融媒平台的有序发展。

“材聚融媒”根据学生教育培养工作的发展周期，定

期做好推文规划，逐渐形成了固定的推文主题。作为主流校园官方微信公众号，紧紧围绕“立德树人”这一根本任务，在实现对学生价值观教育应有之义的前提下，注重推送学生想看的、想了解的、感兴趣的内容，全面遵循“三全育人”的工作理念，让全体师生、校友、家长朋友全员、全过程、全方位的参与进学院教育工作内，切实做好对高校学生的教育引领。

四、结语

在当今新媒体深度变革与快速发展的时代背景下，高校官方融媒体平台由单一媒体向多媒体融合深度发展，给“材聚天理”等高校官方融媒体带来的不仅是挑战，更是机遇。以此为契机，探究实践“三全育人”运营模式，一方面要切实提高高校师生的认同感、参与度，为师生创作、为师生立言；另一方面要与新媒体资深专业人士切磋沟通，互通有无，以更加新颖的形式、独特的视角展现学院师生的风采风貌。“参与、陪伴、分享、记录成长。”材聚融媒将秉承的这一宣传理念，持续为受众提供更加优质的服务，促进高校官方融媒体的高质量发展。

参考文献：

[1]胡元林.高校微信公众平台的思想政治教育实践逻辑[J].思想政治教育研究，2020，36（6）：152-156

[2]黄海.人性教育视野下大学生人生观教育研究[J].教育与业，2013（24）：54-56

[3]孙一文，张鸿来.新媒体时代高校官方微信公众号运营策略研究[J].新闻世界，2019，0（1）：83-85

[4]周颖，黄佳兰，陈慧婷，梁菁洪.高校微信公众号运营与品牌形象的构建策略研究——以浙江大学官方公众号为例[J].新媒体研究，2019，5（23）：50-52