

媒介变革视角下高校新闻宣传工作转型路径

尧甜

(浙江农林大学 浙江杭州 311300)

摘要：在当前的媒介变革视角下，探究高校新闻宣传工作的转型发展路径，不仅涉及到其新闻传播工作的现代化转型升级，同时更有助于提高高校新闻宣传的工作效率。而高校新闻宣传工作若想要实现更好的转型升级发展，不仅要重视到自身的思维方式，同时更要在体制机制、话语体系以及队伍建设等方面，都应采用更具实践性的工作转型路径，获得更好的新闻宣传工作转型发展基础。基于此，本文将结合传统媒、体新媒体，以及自媒体等媒介变革要素，分析高校新闻宣传工作的转型路径，以此促进高校新闻宣传工作的更好发展。

关键词：媒介变革；高校；新闻宣传；工作转型

The transformation path of university news publicity from the perspective of media reform

Yao sweet

(Zhejiang A&F University, Hangzhou 311300, China)

Abstract: From the perspective of current media reform, to explore the transformation and development path of college news propaganda not only involves the modernization transformation and upgrading of its news communication work, but also helps to improve the efficiency of college news propaganda. In order to achieve better transformation, upgrading and development of journalism and publicity work in colleges and universities, we should not only pay attention to our own way of thinking, but also adopt a more practical work transformation path in the aspects of system mechanism, discourse system and team construction, so as to obtain a better foundation for the transformation and development of journalism and publicity work. Based on this, this paper will combine traditional media, new media, we media and other media reform elements to analyze the transformation path of college news publicity work, so as to promote better development of college news publicity work.

Key words: media revolution; Colleges and universities; News propaganda; Job transformation

在当前的媒介变革视角下，不管是传统媒体还是新兴媒体，高校新闻宣传工作在其选择过程中都应重视到其发展的重要转型时机，对于高校新闻宣传管理者及工作者而言，在当前的媒介变革视域下，不仅要充分分析新媒体的传播规律，同时更应逐渐形成自身的互联网思维，不断提高自身的媒介传播运用技巧，从而积极实践，努力创新，持续推进高校校园的媒体融合格局。这样不仅能够促使其在高校育人的舆论阵地中，始终维系新闻宣传工作的制高点，同时还能够通过全新的校园媒体宣传工作格局，进一步扩大高校思想政治工作与人才培养的良好舆论环境。

一、“媒介变革”概念及内涵

2014年，习近平总书记在“中央全面深化改革领导小组第四次会议”上明确表示：“新时代下，应始终坚持将传统媒介与新兴媒介的优势进行融合互补，从而以内容建设为根本，以先进技术为支撑，促进传统媒介与新兴媒介在内容、经营、管理等方面的深度融合，着力打造形式多样、手段先进、具有竞争力的现代传媒体系。”除此之外，会上还经审议正式通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》。自此之后，我国媒介变革的转型发展大幕正式拉开，而这一年也被称之为“媒介变革元年”。

《光明日报》总编辑何东平认为：“‘媒介变革’实际上可将其理解为媒介融合的衍生品。‘媒介变革’的内在特点便在于通过不同媒介间的相互碰撞产生不同的化学反应，从而构建出一个更具渗透力与竞争力的新型主流媒介。变革发展后的媒介格局，不仅是单一性的新媒体发展，也不是一成不变的纸质媒介发展，而是融合之后

的变革发展。”从这一观点来看，“媒介变革”其概念在于“融合之变”。其中具体包含机构媒介、传统媒介、新媒体等多方面的内容资源、采编队伍、采编资源、采编流程、产品业态、传播渠道、技术分析、市场方案对接策划等各项工作环节。而国务院新闻办主任蒋建国则认为：“‘融媒’就是传统媒介和新兴媒介要从‘你就是你，我就是我’逐渐变成‘你中有我，我中有你’，最终达到‘你就是我，我就是你’的融合态势。”

通过上述的研究分析对比可见，“媒介变革”并不等于传统意义上的“全媒体”概念。传统意义上的“全媒体”仅仅是解决了媒介种类多元化的问题，其发展变革的方向更加倾向于一种“物理融合反应”，而“媒介变革”的预期发展结果则更加倾向于“化学融合反应”，其最后的发展目标一定是要构建出一个全新的主流媒介的。

二、媒介变革背景对高校新闻宣传工作的影响

(一) 用户决定未来

“线性单向传播”是传统媒介主导环境中明显的传播方式。其具体的新闻信息均由传媒机构传递给读者、听者与观者。在此过程中，读者、听者与观者始终处于信息被动接受状态，很难在这样的环境中形成有效的信息反馈，此时的传媒机构与受者（读者、听者与观者）之间的信息界定关系，始终是严谨且明确的。而在媒介变革背景下，“去中心化”成为最大的传播特征之一。信息发布者与信息接收者的身份也逐渐形成了“去中心化”的传播特征。两者之间的身份日益模糊，在这样的“去中心化”环境，每一个读者、听者与观者个体都可以成为信息的传播者与创造者，通过其自身对于

信息的再度加工,从而通过更多的互联网语境渠道,传播到更多的受众群体之中。由此可见,在互联网语境环境中,所有的社会个体(读者、听者与观者)都可以成为新闻发言者与信息发布人,这样的媒介变革环境在极大程度上改变了传统媒介的新闻运营方式与新闻传播理念,这也使得其媒介主导地位逐渐弱化。很多传统传媒机构也将自身的服务价值作为互联网变革环境中的主要发展途径。然而,在移动互联网时代传统媒介机构其最大的影响则体现在信息垄断与渠道优势逐渐消失的过程中,这也使得其媒介主导地位不再是受众的信息中心,以用户决定未来的互联网思维逐渐明显。

“互联网思维”其内在核心在于:“基于新技术满足大众数据挖掘价值、用户内在体验,以及便捷服务生态等内在需求。”其最主要的发展核心则是以用户为主。基于此,高校新闻宣传工作若想要在当前的媒介变革环境中获得更好的未来发展格局,则应当不断强化自身的用户服务意识,充分研究互联网思维的内在逻辑,从而不断增强用户的实际体验。对于高校新闻宣传工作而言,以用户决定未来发展格局,不仅是实现“传播本体”到“受众本体”的角色转变,同时更是以互联网思维推动校园媒介融合的唯一途径。

(二) 用户参与内容生产互动

“传媒机构记者通过新闻内容编辑生产形成读者、听者与观者的社会性消费。”是传统新闻生产理念中的主要理念表现。根据新闻传播学的“议程设置”理论来看,其主体始终是传媒机构的编辑记者,其主要的新闻宣传内容在生产编辑与发布等过程中,也均由传媒机构的编辑记者来进行确定。而在当前的互联网环境中,社会“议程设置”的主体既可以是传媒机构的编辑记者,同时也可以是社会用户与社会受众。在这样的互联网时代下,“单一受”众这一群体概念已不复存在。具体则表现在两方面:其一,用户对于媒介生产的新闻产品在数量与质量上均出现了更高的水准要求。其二,用户在体验过程中,既想要成为新闻消息的消费者,同时也渴望成为信息内容的生产者与传播者。而在新媒介实践过程中,这样的参与式体验互动则被称之为“UGC(User Generated Content)内容生产模式”。在这一“用户生产内容”的模式下,新闻生产平台不仅可以实现新闻内容生产过程,同时还能够与用户进行双向互动。

例如:很多主流媒体均在微博、微信等平台上,开设了关注、转发、评论等媒介变革渠道功能,这样不仅可以为新闻产品的设计提供社会性依据,同时也能够使得这一过程成为新闻产品的构建要素。除此之外,很多官方媒介还通过互联网媒介平台,积极鼓励社会大众提供更多新闻线索与新闻内容,从而逐渐形成以社会受众为主导的新闻内容生产模式。这样的媒介变革发展过程,不仅能够增强传统媒体与社会用户之间的双向互动,同时也能够满足社会大众的信息需求、互动需求与表达需求,从而进一步增强新闻内容的融合与创造。基于此,在媒介变革视角下,高校新闻宣传工作则应充分调查当前高校大学生的思想特征,从而制定出更具师生参与性的新闻产品与新闻内容。

(三) 话语体系连通“两个舆论场”

在当前的信息化社会发展进程中,传统的社会语境已不再被当代传播方式所接受。在当前的媒介变革视角下,以故事为核心的新型媒介语言环境也逐渐崭露头角,微信、微博等社会化媒介的发展,也使得新闻叙事效果与情感关系之间的内在关联逐渐明显。基于此,高校新闻宣传工作在话语体系层面则应意识到新媒介的立体化与生活化传播途径,从而注入更多的情感因素,充分调动不同语境下的

“舆论场”效果,这样不仅能够通过语言体系与叙事方式的转变有效连接“两个舆论场”的内在关系,进一步扩大传播效果,同时更能够改变原有的社会新闻话语体系,并且要通过对用户需求和用户心理的细致入微准确把握,寻找用户的新闻内容关注点,一击即中。如此才能连通“学校”和“师生”两个舆论场,从而占领高校新闻宣传工作的新媒介舆论优势。

(四) 资源整合,协同作战

为应对媒介的深刻变革,许多传媒机构都进行了大刀阔斧的改革,改变原来下设各部门各自为政、单打独斗的格局为一体化布局,分工协作,优势互补。以《人民日报》“中央厨房”为代表的全新的采编机构,各地也纷纷成立“融媒介中心”“全媒体指挥中心”,对原有的采编力量进行重组,统一身份,统一指挥,统一考核,大大提升了采编的效率,逐步实现了“一次采集,多元生成,多渠道发布,全方位播出”的效果。在高校,也同样存在着校报、网站、电台、微博、微信等多个媒体、多个学生记者组织并存的情况,如何打通使用,资源整合,提高采编的效率,制作出更多用户喜欢质量较高的产品,是一件刻不容缓的事情。

三、媒介变革视角下高校新闻宣传工作转型路径

(一) 转变思维方式,强化“互联网思维”

首先,在当前的媒介变革视角下,高校新闻宣传工作,若想要获得更良好的发展局面,则应充分打破传统的媒体思维误区,在传统媒体与新媒体并存的环境下,既要做到统筹发展,同时要做到精准实践^[1]。从我国成功的媒体转型实践经验来看,在当前的媒介变革视角下,通过新媒体与传统媒体的融合,不仅能够提升新闻宣传工作的增量,同时还能够在极大程度上改变新闻传播工作的存量。这样不仅能够形成一种增量与存量之间的质变效果,同时还能够进一步促进高校传统新闻宣传工作中的媒体业态转型升级。基于此,高校在当前的媒介变革视角下,则应主动出击,顺势而为,在此过程中充分意识到传统媒体与新媒体之间的附属关系,从而逐渐形成高校新闻宣传工作的互联网思维,以互联网思维充分构建高校新闻宣传工作的媒介融合发展格局。在坚守传统媒体优势的过程中,也应进一步扩大新媒体的传播优势,在继承传统媒体公信力与权威性的同时,不断将其进行新媒体融合,从而使其能够既包含传统媒体的内在形式,同时又能够进一步体现出新媒体的包容性^[2]。这样不仅能够为高校新闻宣传工作提供全新的媒介变革思路与发展思维,同时还能够为传统媒体新闻宣传工作寻找到全新的发展空间。

其次,在当前的媒介变革视角下,高校新闻宣传工作若想要获得更好的发展格局,则应当进一步增强校内用户的媒介体验,从而积极树立起“以客户为中心”的服务思想。而在此过程中,高校新闻宣传工作者及管理者也应将传统的“传播本位”新闻理念逐渐转变为“受众本位媒介”理念,这样不仅能够进一步增强用户对于新闻传播工作的认知体验,同时更能够以此为载体不断强化学生与教师、学生与学生之间的良好信息环境体验^[3]。基于此,在具体的实践过程中,新闻传播工作者不仅要主动扩大互联网、微博、微信、抖音等客户端的业态传播形式,同时还应当充分利用新媒体在学生群体中的使用权与主导权,由此不断扩大自身新闻宣传工作在新媒体中的舆论受众程度。而在这一新媒体融合实践过程中,高校新闻宣传工作者若想要进一步扩大自身在新媒体舆论环境中的受众度与认可度,则应当在新闻产品与服务产品方面开展高质量实践过程。在这一过程中,高校新闻传播工作者不仅要体现出较为专业的新闻制

作水平,同时更应当充分结合高校广大师生的个性化需求,根据其不同的受众习惯与受众喜好,制定更具个性化与针对性的新闻产品与服务产品,从而使得高校新闻传播工作能够在当前的媒介变革视角下逐渐形成高校“私人定制”的媒介传播发展格局^[4]。

最后,高校新闻宣传工作者还应当充分意识到当前新媒体环境与媒介变革视角下,高校师生以及学生群体自身的信息资源获取方式与获取渠道,并在此基础上结合高校自身的服务理念与办学宗旨,将更多社会时事热点以及重要新闻结合到高校宣传工作中,这样不仅能够让高校师生体验到更为多元化的信息宣传工作内容,同时也能够不断开阔高校师生的媒体信息视野,这样也就能够为高校后续的思想政治工作与人才培养工作奠定良好的信息宣传基础。

(二) 创新体制机制, 重塑新闻生产流程

在当前的媒介变革视角下,不管是高校新闻宣传工作的专业人员还是校内人员,都应当打破自身的身份限定,从而根据各自的工作内容与特长进行重新组合。这样不仅有利于统一身份,同时还能够逐渐形成社会层面与高校层面的新闻生产流程统一战略,这样不仅有助于高校构建“全媒体信息宣传中心”,同时更有利于高校新闻宣传工作的操作流程统一化^[5]。在这一过程中,高校新闻宣传工作者则可借鉴“中央厨房”的新媒体新闻宣传工作实践经验,通过信息多元发布、资源全方位生成、社会多层面采集等方式,逐渐梳理出适应于自身发展的高校新闻宣传工作流程体系,这样不仅能够极大程度上扩大新闻宣传工作的节点效应,同时还能够通过完善且统一的采编新闻宣传体系,实现信息收集、信息编辑、信息撰写等各环节中的宣传工作优势,这样不仅能够极大程度上节约传统媒体的信息新闻采集时间成本,同时更能够进一步提高新闻宣传工作的运转效率,从而实现其在媒介变革环境中的转型升级发展。

(三) 转变话语体系, 占领高校舆论新阵地

在当前的媒介变革视角下,高校新闻宣传工作若想要获得更大的受众范围以及传播效果,则应该在当前的新媒体视域下,充分意识到细微切入点对于高校新闻宣传工作的重要性。在这一过程中,高校新闻传播工作者不仅要能够注重到优质新闻产品中的细节性,同时还应当巧妙的运用具有故事情节的新闻宣传表达方式与表达技巧,这不仅能够直接影响到新闻宣传工作的传播效果,同时更能够扩大高校新闻宣传工作的受众影响程度^[6]。基于此,在新闻宣传工作中则应通过更具趣味性、碎片性与平民性的措辞表述方式,使得高校新闻宣传工作受众群体能够对高校新闻传播内容产生内在的亲和印象。除此之外,高校新闻传播工作者还应重视到多种形式的积极运用,从而不断使得高校新闻传播内容能够以更具生动形象的传播形式,让高校师生以及受众群体对其产生同频共振与情感共鸣,这样不仅能够有效将学生、教师、学校、舆论等媒介变革传播因素进行有效融合,同时还能够实现占领高校舆论新阵地的积极传播效应。

(四) 加强队伍建设, 打造高素质采编团队

首先,在当前的媒介变革视角下,高校新闻传播工作若想获得更显著的新闻传播工作成效,则应充分加强新闻宣传工作队伍的配置建设,从而在最基础的前提条件下,提高高校新闻宣传工作队伍的整体素质。在这一过程中则可通过公平、公正、公开的新媒体运营机制与选拔流程,不断筛选更具优势性的媒体传播优秀人才,融入到高校新闻传播工作的实践岗位之中^[7]。这样不仅能够为打造高素质采编团队奠定良好的前提条件,同时更能够通过优秀人才的自身

能力,不断提高高校宣传工作的实践工作成果与传播效应。

其次,则是要重视高校新闻传播工作人员的定期或非定期专业培训。在当前的媒介变革视角下,高校新闻宣传工作若想要实现更好的发展前景,其内部的工作实践人员不仅要具备采编、写作、摄影、摄像、编辑、报道、互联网技术运用等综合性能力,同时更能够为受众群体提供更具多样性的新闻产品与服务产品。据此则要求其不仅能够充分掌握新闻报道、摄影摄像等工作环节,同时还要充分掌握多样性的现代化采编路传技巧,这样不仅能够促进其对各种新闻信息内容进行创新性表达,提升传播效果,同时还能够基于其自身的媒体编辑技术,不断扩大高校新闻宣传工作的实践质量^[8]。基于此,在加强队伍建设打造高素质采编团队的过程中,则应当结合当前的媒介变革机制与内在规律,建立“全媒体新闻传播工作团队”以及“融媒体新闻宣传工作团队”,这样不仅能够极大程度上促进高校学生对于新闻宣传工作的参与热情,同时更有利于逐渐形成完善的人才培养及战略发展体系。

最后,则应当根据高校新闻宣传工作的实际要求与发展策略,在加强队伍建设打造高素质采编团队的过程中,适当增加奖惩机制。这样不仅能够极大程度上提升高校新闻宣传工作队伍的参与互动积极性,同时还能够逐渐培养出其自身的意见领导思维与新闻实践意识,这样不仅能够极大程度上提高新闻宣传工作团队的实践广度与实践深度,同时更能够在媒介变革的视角下,不断创新新闻宣传工作的团队管理模式。

结论:

综上所述,在当前的媒介变革视域下,高校新闻宣传工作若想要实现更好的转型升级发展,则必须要意识到当前高校新闻宣传工作的必要要求,把握新闻宣传工作改革的重要发展契机,由此不断推进高校校园媒体的深度融合,从而不断提高新闻传播工作的公信力、影响力与传播力。

参考文献:

- [1]李佳璇.地方高校新闻学本科生马克思主义新闻观教育研究——基于学生视角的质性研究[J].新闻研究导刊,2022,13(13):57-59.
- [2]孔翔,李振铭.高校新闻宣传的现状、困境与进路——基于对部分高校二级学院的调研结果[J].全媒体探索,2022(06):115-116.
- [3]陈伟.群众路线融入高校新闻舆论工作的路径选择——以电子科技大学为例[J].长沙理工大学学报(社会科学版),2022,37(03):24-30.
- [4]蒙慧,谢一丁.新时代意识形态领域形势“双重性”转变的判断依据探究[J].新东方,2022(02):76-82.
- [5]赵心.高校行政、教辅人员“三育人”创新实践探究——以河北师范大学新闻传播学院为例[J].党史博采(下),2022(02):61-62.
- [6]董黎丽.新媒体条件下高校新闻宣传工作的理念转向与实践创新[J].记者观察,2022(05):148-150.
- [7]柏华.新形势下做好高校新闻舆论工作的四个着力点——基于淮阴师范学院实践探索[J].新媒体研究,2021,7(24):31-33.
- [8]闫明星,王东升,赵宁,王丽丹.高校课程思政建设需“教学相长”——基于新闻写作与沟通艺术课程实践的探索[J].现代职业教育,2020(45):32-33.

作者简介:尧甜,女,汉族,江西黎川,生于:1989-08,实业界研究员,硕士研究生,研究方向:新闻传播学。