

推进社科工作者挺进网络主战场路径研究

李仰光

信阳农林学院 河南信阳 464100

摘要: 本文结合当下网络大环境和互联网实际情况,分析了社科工作者在网络主战场的路径不明确,发声少,关注低的原因,并对此提出了具有针对性的对策建议,为各行各业社科工作者挺进网络,在互联网上充分发挥自身文学艺术优势。

关键词: 社科工作者;网络主战场;

To promote social science workers into the network main battlefield path research

Yang guang Li

XinYang Agriculture and Forestry University Henan Xinyang 464100

Abstract: This article combines the current online environment and the actual situation of the Internet to analyze the reasons why social science researchers have an unclear path, lack of voice, and low attention on the online battleground. It also puts forward targeted countermeasures and suggestions to address these issues, aiming to help social science workers from all walks of life enter the online space and fully leverage their literary and artistic advantages on the Internet.

Key words: social science workers; Network main battlefield

引言

在当下大环境下,社会科学如何满足广大人民群众的文化需求,丰富群众精神文化生活,是当下社科工作者的主要任务。习近平总书记看望参加政协会议的文艺界社科界委员时的重要讲话时强调“哲学社会科学工作就属于培根铸魂的工作,在党和国家全局工作中居于十分重要的地位,在新时代坚持和发展中国特色社会主义中具有十分重要的作用。”社会科学普及工作,则是推动社会科学发展的关键所在。在互联网+背景下,社会科学工作者需要借助网络平台,改变传统社科知识普及方法,并在传播期间引入现代元素,构建新型传播方法,通过信息传播渠道、创新内容等手段,分析受众对社科普及内容的需求点,构建多元推送渠道以及新型智库,并以正确舆论导向为发展的主线,进行社科推广普及工作,让社科工作者在网络主战场上寻找合力路径,强力发声。本文以网络主战场作为主要研究对象。首先,明确相关概念界定和理论基础;其次,对网络主战场发展现状进行概述和分析;最后,提出社科工作者挺进网络主战场的实施路径和对策建议。

一、网络主战场发展的现状

1.1 互联网网民规模不断扩大

随着短视频应用场景的扩大,短视频内容呈现多样化趋势。与此同时,短视频平台之间竞争日益激烈。以优质内容为支撑,视频网站努力优化商业模式,鼓励通过多种方式制作优质短视频内容,提高短视频内容的份额,增强用户粘性。在此契机下,中国互联网的高速发展,数字化媒介的迅速传播推广,为社会科学工作者进入网络主战场带来发展机遇。近年来,在线教育的用户规模在不断提升,目前已有3.42亿人次,越来越多的群众、资本、机构开始进入网络教育行业,人民群众对于在线获取资源知识的渴望与需求在不断提升。传统的社科普及和教学工作是社科

工作者直接向人民群众传播社会科学的相关理论内容,这样会造成内容晦涩难懂,民众难以接受的现象。从中国的网民学历结构上来看,学历在中学的网民群体占比达到了60.9%,本科以上的网民只占到了9.3%。传统的社科普及很难被普通网民所接受。

1.2 网络传播路径多样

目前互联网大环境来看,可以分为三大主要路径导向:

第一大类是文字类,这类以微信公众号,微博,头条号,企鹅号,百家号。这类通常以大量图文新闻稿为主,分析实时热点话题;

第二类是电台类,这类是以蜻蜓FM,喜马拉雅,荔枝,企鹅FM等为主要代表,通常会满足人们在日常的通勤过程中,对于时政新闻的需要,这类我们的社科工作者可以撰写文章,让专业的电台工作人员和配音团队进行分享传播。

第三类是短视频类,也是目前最为火热,主流的一类。短视频,是指在互联网传播渠道内传播内容视频,一般不超过五分钟。短视频具有短小精悍、互动性强等特点,能够吸引用户参与其中并分享其信息,从而产生良好的社会效益和经济效益。近年来,随着网络技术的不断发展,短视频成为一种新媒体形态。正是因为它直观、直观的表达方式,非常符合当下受众高效获取信息的习惯,才获得了大众的喜爱,使得短视频行业迅速崛起。目前,全网的短视频平台可以分为四大类:(1)自媒体平台,以微博、微信、QQ公众号、QQ空间为主,自媒体是最方便大家进行互动的,同时在这些平台上,用户的年龄分布比较小,正能量主旋律的文化船舶可以帮助这类人群树立正确的三观;(2)传统的短视频平台,比如像秒拍、美拍、西瓜视频,都是传统的内容平台。在这些平台,更多的做垂直的内容;

(3)视频网站,比如像爱奇艺,腾讯,搜狐,优酷,哔哩哔哩动画,通常这类平台背后拥有更大的资本,同时愿意

跟社科工作者做第一手的合作,做一些比传统的短视频更加精细的内容,因为只有这种内容在这样的平台才有观看的价值。首先他们能提供很多的用户,其次也可以给社科工作者提供很多的分成,所以在视频网站上更建议做精细化的视频。(4)短视频平台,像抖音、快手这样的平台对于拍摄的质量要求就没有那么高,更多是推广这些UGC的内容,我们认为这种平台的视频点击远远比我们一个精细化的栏目获得的效果要好。

二、社科工作者挺进网络主战场的路径与对策

2.1 以互联网思维应对理论传播新挑战,占领网络主阵地

当前,互联网已成为理论工作的主阵地、主战场、最前沿。网络传播对理论工作提出了更高的更新要求,理论表现形式的转化不是简单化、碎片化,更不是娱乐化,而是要有更深入的理论研究和更丰富的理论成果作支撑。网上理论工作要始终围绕提高人民群众的思想素养、精神境界,不能因势而谋、应势而动、失势而动。社科工作者要把互联网作为“最大变量”,进一步强化“互联网+”思维,抢占网上思想舆论工作制高点。如今,各种社会思潮、各类牛鬼蛇神的表现无一不是在提醒我们,如果我们不占领网上思想理论阵地,其他人也会占领。因此,我们要建立健全保护、激励和引导机制,鼓励更多专家学者挺身而出,对各种思想进行分析和辩论,让是非曲直在思想交锋中越辩越明。注重传播的“时度效”,积极搭建网上议题平台,推动专家撰写小文章、名人讲好“微故事”,形成网上理论传播的强大正能量。

2.2 打造社科网络传播矩阵

传播矩阵,简单来说,就是运用多渠道进行关联,形成一个可持续运转的内容和传播体系。目前主流的传播矩阵布局以视频为核心的,以河南省社科联为例,河南省社科联在不同自媒体平台环境下分别开设账户运营(微信公众号、微博、新华号、人民号、抖音号、头条号等),形成一致对外的新媒体账号方阵、社科联官方微博建设成全省理论宣传展现的重要阵地。围绕建立网络新媒体,打造河南哲学社会科学升级版。同时,河南省多个地级市的社科工作也在不断布局社科传播矩阵。关于传播矩阵的建设有以下建议:

2.2.1 明确社科在线传播矩阵的内容和特色

在优化社科联的社科在线传播矩阵的实践中,社科联要明确公益性和主体作用,并对短视频内容进行严格编排制作审核把关。比如,在社科普及的时候,一方面要保证内容的真实性,避免短视频内容的内容有夸张、戏谑等情况存在。另一方面,要做好正面价值观的传播和舆论引导工作,确保短视频内容清晰、立场明确性同时,还应该通过各种形式来增强其互动性,使之成为一个互动平台。要根据不同用户群体特点制定相应的传播方式,确保其能够得到及时有效地利用。如此才能更好地为大众服务。只有这样,观众在获得短视频内容后,才不会出现理解偏误的情况,才会为观众提供正确的思想观念引导支持。

其次,为了让传播矩阵取得优异的效果,社科联需要在短视频内容和风格上凸显自己的特色。结合新媒体环境特点,对传统的传播矩阵进行优化调整,如加强“议程设置”

功能,增加话题讨论等方面。还可以注重与传统媒体互动,增强互动性。比如,短视频可以适当注入一些时事性、趣味性的元素,区别于严肃、刻板的传统媒体节目形式,同时确保主流媒体的真实性和内容的积极性,以便更顺利、更快速地融入平台的氛围,吸引、挖掘和维持受众。

社科普及在前期策划中也要积极了解受众的需求和观点,才能够得到更多短视频平台用户的认可,巩固社科在线的权威性,进而提高社科在线的整体发展水平,实现传播矩阵的全面铺开。目前主流的方式是通过征求用户意见和建议、鼓励受众共同参与短视频创作的方式,与广大受众建立良好的互动关系。同时,这种制作短视频的方式不仅能够更好地体现用户思维,还拉近社科在线与广大受众之间的距离,也能确保传社科传播的正确性,保证具体的内容呈现满足大多数平台用户的需求。

2.3 加强社科普及扩面工程建设

2.3.1 加强科普规划,推动社科普及宣传

一方面,要动员和组织全市广大社科工作者和社科组织,加大对科学技术普及的宣传力度,组织开展专题宣传和普及。按照《条例》要求,继续完善社科普及的人员、经费、制度等保障措施;积极组织参与集中性科普活动。

另一方面,加强基地建设,着力示范引领。“十四五”规划已步入第二年,开展“十四五”社科普及规划调研活动,全面了解全省科普基地建设现状、存在问题及发展方向,摸清家底,为“十四五”科普工作开局打好基础。不断提升现有基地质量,注重打造特色基地。积极推动市级科普基地申报省级科普基地工作,指导省级基地迎接省上验收复查。加强指导市级社科普及基地规范化建设。鼓励拓展市级普及基地的示范点,整合区域内同质同类资源,打造有特色的主题基地。加强社科普及及人才队伍建设,以科普工作推进会、组织集中学习考察等多种形式搞好社科普及业务培训,提升社科普及干部素质。

完善项目管理,创新科普工作。开展科普工作项目申报工作,不断增强社科普及的实效性,改进和创新社科普及工作活动的内容和形式,指导社科组织发挥主动性,确保项目按时保质完成;进一步健全和完善项目考核管理制度,强化考核激励机制;积极动员组织全市社科组织开展社科普及课题研究工作,申报省级科普规划项目课题;积极组织全市社科组织开展市级社科普及课题申报、研究工作。

2.3.2 树立品牌优势,着力打造特色科普

提升“社科在线”影响力。通过“社科在线”的社科网络矩阵的打造,统领全省人文社科专题报告会、讲堂、讲坛、讲座。拓展与全省高校、图书馆等单位的合作,打造特色品牌,不断丰富和完善讲坛的现场版、高校版、县市区版、社区版、智能版等,将线下讲座和线上视频相结合,扩大讲坛覆盖面,提升品牌影响力。组织开展“庆祝建党100周年”暨党史学习教育。充分利用省市县社科普及基地,发挥红色基地作用,讲好红色故事,传承红色基因,为全省党史教育提供红色资源;结合讲坛、讲座、研学加强党的创新理论宣传宣讲;在青少年中开展爱国主义教育、优秀传统文化教育,围绕庆祝中国共产党成立100周年开展丰富多彩的活动。

注重宣传,营造氛围。加强与媒体合作,重视运用微博、微信、微视频等新媒体加强科普宣传,努力营造良好舆论氛围,不断扩大社会影响力。及时向省、市社科联报送社科普及工作有关信息、动态、工作经验、总结等材料。

参考文献:

[1] 王钟的,刘世昕,章正,周婉娇.专家解读十九大报告十大关键词 [N]. 中国青年报,2017-10-19(007).DOI:10.38302/n.cnki.nzgqn.2017.005721.

[2] 与时代同步 以人民为中心 以精品奉献人民 用明德引领风尚 [N]. 新华日报,2019-03-12(012).DOI:10.28872/n.cnki.nxhnb.2019.001390.

[3] 曾来海主编.新媒体概论 [M]. 南京:南京师范大学出版社,2015.06

河南省社科联 2021 年度调研课题:

课题名称:推进社科工作者挺进网络主战场路径研究,编号:SKL—2021—184