

运用好新媒体,助力精准扶贫

◆张雅琦

(中共文山州委党校 云南省文山市 663000)

摘要:精准扶贫工作的落实,难度急剧上升。由于在早期扶贫工作的推广之后,剩下的多为条件较差、基础较弱、贫困程度较深的地区和群众。借助新媒体技术、资源、传播推广力度,加强精准扶贫工作的质量,有望赢得精准扶贫工作的攻坚任务。为此,本文分析了运用新媒体助力精准扶贫的发展策略,希望对提升精准扶贫质量有所助益。

关键词:新媒体;传播模式;精准扶贫;运用方法

引言

习近平总书记强调:“言必信,行必果。农村贫困人口如期脱贫、贫困县全部摘帽、解决区域性整体贫困,是全面建成小康社会的底线任务。”然而精准扶贫工作的进一步落实需要社会监督,并加强扶贫项目推广力度和社会影响力。为了达到这一目标,可借助新媒体技术扩大宣传效果,增强精准扶贫质量。现对精准扶贫工作中运用新媒体技术的方法与优势,做出如下分析。

一、精准扶贫的攻坚目标

(一)数据精准度

精准扶贫工作的首要条件是精度,是扶贫工作落实到具体个人,落实到具体项目,落实到全扶贫工作维度的数据精准度。如果扶贫工作数据精准度不足,则严重限制了扶贫工作的真正落实。因此,精准扶贫工作需要扩大数据承载量,需要扩大宣传力度,需要广泛收集民间反馈信息,确保精准扶贫工作的落实效果与质量。

(二)扶贫公信力

习近平总书记强调,精准扶贫工作必须把握好脱贫攻坚的正确方向。必须防止层层加码的极端主义,需要量力而行,保障扶贫质量与真实性。避免形式主义的思考误区,将扶真贫、真扶贫作为重点,达到务实脱贫的扎实基础,令脱贫成效获得群众认可。

二、新媒体对于精准扶贫工作的支持作用

(一)扩充多维传播路径

精准扶贫工作需要传播正能量的基础上,获得更多的社会力量支持。扶贫工作以往时期过于依赖主流媒体的传播机制,缺乏稳定的互动性,对民间扶贫对象的反馈信息了解并不全面。而借助新媒体技术,则是广泛运用社交媒体、自媒体、媒体网络平台等新媒体技术,扩大扶贫工作的影响力,令扶贫成果或相关政策可以得到快速传播。借助多维传播路径,将脱贫攻坚任务、社会影响、工作情况、项目成果等重要信息真实的报道出来。

(二)收集反馈评价信息

精准扶贫工作涉及到大量扶贫资金的使用,其落实情况是否真实到位,是验证扶贫工作精准度的重要衡量指标。为了达到扶贫工作的精准度,更加需要加强反馈信息的收集效果。而这种真实信息的收集,亦可利用新媒体技术。诸如BBS论坛、微博或微信公众号、视频网络平台留言等等,其创设的信息互动交流机制,也是快速收集反馈信息的重要条件,进而加强精准扶贫工作的公信力。因此,收集扶贫反馈信息,了解普遍受众对于扶贫工作的认可度,也是借助新媒体技术达到的扶贫工作推广效果之一。

(三)推广扶贫资源对接

性媒体资源具有更为广泛的传播效力,在精准扶贫工作中,部分社会资源的引入,或者扶贫项目产品与销售渠道的对接,均可借助新媒体资源来实现。诸如,为了响应政府号召,多数电商企业也扩大了扶贫项目的经营产品销路,借助京东、天猫、淘宝等网络平台,为扶贫项目的经营产品创造了更多的销路和社会影响力。这样一来,相当于借助新媒体资源,扩大了精准扶贫项目的社会影响力,亦可接受更多来自民间的扶持基金,加强精准扶贫工作推广速度和质量。

三、运用新媒体助力精准扶贫的发展策略

(一)注重新媒体资源的整合力度

新媒体亦是一个相对较为宽泛的概念,其综合运用了网络基数和数字技术,借助互联网、无线通信网、宽带局域网、卫星等渠道完成信息传播,通过PC终端、智能手机终端、数字电视机终端,完成向用户输出信息的传播形态。那么在借助新媒体助力扶贫工作的过程中也能够发现,并非只有官方媒体网络具备信息传播优势,自媒体、社交媒体等媒介形式,也同样具备了对于扶贫工作的民间传播效力。而且社交媒体和自媒体也在很大程度上,超越了主流媒体的日均转载量和浏览量。那么单纯依靠主流媒体传播扶贫信息的主观误区必须取缔,只有加强新媒体资源的多样性,整合多种新媒体资源,才能令扶贫信息的传播广度和深度逐步加强。因此,运用新媒体助力精准扶贫工作的发展重点,在于注重新媒体资源整合力度。

(二)加强新媒体扶贫政策公开性

精准扶贫工作中最大的威胁是腐败问题,扶贫工程作为国家财政转移支付环节,涉及到多重经济利益关系。新媒体具有更强的传播效力,可借助新媒体资源,加强扶贫政策公开度,令腐败问题可遏制于源头。那么在加强新媒体扶贫政策公开度的过程中需发展如下几个方面。其一,需要及时公开扶贫政策。借助微信、微博等新媒体平台,扩大扶贫政策的传播速度。让每一地区扶贫信息可第一时间对接线下扶贫群体,令扶贫政策的推广速度和覆盖面能够有所上升。借助民间力量监管和审视精准扶贫工作的落实情况,以及推进速度。其二,需要公布扶贫人员名单。可借助新媒体向大众公布接受扶贫项目扶持的具体人员信息,公布该名单之后发挥群众监督作用,令精准扶贫工作得到透明化的发展,规避腐败现象的滋生。其三,需要将失信人员内容新媒体宣导内容。对于存在欺骗、诱导、隐瞒扶贫信息的非贫困人员,需要纳入个人征信系统,降低骗贫现象繁衍,令精准扶贫工作可顺利开展。

(三)提升扶贫盈利项目的影响力

精准扶贫工作是一项系统工程,不仅需要转移支付大量扶贫基金,更为重要的是引导扶贫对象自主脱贫。秉持“授人以鱼不如授人以渔”的扶贫精神,帮扶贫困地区认可自主创富的个人能力,真正做到精神脱贫之后,才能达到永久脱贫的目标。基于此,宣传扶贫盈利项目,扩大其社会影响力与号召力,才是扶贫工作借助新媒体技术的第一要务。一方面,需要将扶贫重点创富信息及时公布,令脱贫案例、范式、项目科学性可以得到快速推广。另一方面,需要加强扶贫一线工作人员新媒体技术应用能力,让新媒体技术可以快速成为扶贫宣传的推广工具。除此之外,需要利用多种新媒体技术,通过视频、直播等流媒体形式,让扶贫成果鲜活的展现在扶贫工作网络平台上,发挥出其早已具备的正面影响力与积极效应。

结语

综上所述,精准扶贫工作的进一步发展和落实,可以借助新媒体技术和资源,加强扶贫宣传效果和力度,增扶贫项目的社会影响力与号召力。需要注重新媒体资源的整合力度,加强新媒体扶贫政策公开度,提升扶贫盈利项目的社会影响力,并最终达成精准扶贫工作的攻坚任务目标。

参考文献:

- [1]张晓丽.互联网+背景下河南省农村电商精准扶贫实施路径研究[J].现代营销(创富信息版),2018(10):230-231.
- [2]宁静文.主流媒体“精准扶贫”的框架建构——以《人民日报》为例[J].传播与版权,2018(08):27-30.
- [3]苏煜.试析新时代媒体助推脱贫攻坚的有效方法[J].文化创新比较研究,2018,2(21):80-81.

作者简介:张雅琦(1979.05-),女,云南文山山人,本科,讲师,彝族,研究方向:计算机类。