

构建高校舆论引导新格局的四个着力点

邱燕茹

(首都经济贸易大学 国际经济管理学院, 北京 100070)

[摘要]党的十八大以来,党和国家对新闻舆论工作提出了新要求,要加快构建舆论引导新格局,提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。对于高校而言,要把实现分众化、差异化传播,推动媒体融合发展,把握好时度效和加强国际传播能力建设,作为构建高校舆论引导新格局的四个着力点。其中,实现分众化、差异化传播是前提,媒体融合发展是途径,把握时度效是关键,加强国际传播能力建设是重要内容。

[关键词]高校 舆论引导 新闻舆论工作

[中图分类号]G641

[文献标识码]A

[文章编号]1002-5707(2018)7-0123-04

2016年,习近平在党的新闻舆论工作座谈会上指出,党的新闻舆论工作要适应分众化、差异化传播趋势,加快构建舆论引导新格局。要推动融合发展,主动借助新媒体传播优势。要抓住时机、把握节奏、讲究策略,从时度效着力,体现时度效要求。要加强国际传播能力建设,增强国际话语权,集中讲好中国故事。^[1]党的十九大报告提出,要高度重视传播手段建设和创新,提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。^[2]当前摆在新闻舆论战线面前的首要政治任务,就是要深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想,把党和国家提出的关于新闻舆论工作的新任务、新要求贯彻落实好。对于高校而言,构建舆论引导新格局要实现分众化、差异化传播,推动媒体融合发展,把握好时度效,加强国际传播能力建设,这四个着力点既是工作要求,又是改革创新的重要突破口。

一、实现分众化、差异化传播,提高新闻舆论传播力

构建舆论引导新格局,分众化、差异化传播是

前提。随着大众传播媒介不断发展,人们对信息的选择性加强,传播者要根据受众需求的差异性,面向特定的受众群体或大众的某种特定需求,提供信息与服务,让受众享有信息选择的机会。在渠道、平台、资源有限的时代,大众化传播尚能发挥凝聚共识的作用,但在文化多元、渠道多变、需求多样的新时期,要提高新闻舆论传播力,首先要适应分众化传播趋势,进行差异化传播,提高新闻推送精准度,达到传播效果最大化。

(一)分析传播对象,精准定位受众

当前,媒体要从获取大多数人的注意力转为瞄准某一部分群体的某一特定需求进行分析,最大限度地满足受众需求。校园媒体的传播对象不仅是师生群体,还有学校的上级领导、相关领域专家同行、海内外校友、社会媒体、学生家长等。不同受众对学校的关注点各不相同。如师生关注学校重大政策和校园热点话题,上级领导关注政策落实、事业推动情况,专家学者关注科研成果与智库建设,社会媒体关注改革发展和专家对热点问题的回应,海内外校友和学生家长关注学校知名度、美誉度。分析传播对象,摸清需求、策划内容,这样

本文为2016年北京高校宣传思想工作专项课题“全媒体时代构建高校新闻宣传新格局的路径研究”(项目编号:JG-WXJCXA2016011)阶段成果

的传播才是有效传播。

(二)媒体优势互补,形成全方位、多层次主流舆论矩阵

首先,不同媒体要有自身特色,不能形成“大而全”“千媒一面”“重复雷同”的局面。校报要发挥内容优势,深度报道、权威发布;新闻网发挥信息量大、时效性强的优势,提供全面信息资讯,塑造学校良好形象;广播发挥贴近师生、浸润校园的优势;视频媒体发挥视觉冲击力强、打动人心优势;新媒体发挥即时性、交互性、多媒体性等优势,形成校园媒体相互协作、相互支撑、各具特点的有机共同体。其次,一个主题要有多重表达方式,不同媒体以不同视角和侧重点进行报道,形成全方位、多层次的主流舆论矩阵。例如形成媒体全覆盖矩阵:校报、新闻网和新媒体深度报道矩阵,校园网和新媒体快速反应矩阵,校园媒体与社会媒体联合矩阵,官方媒体与师生自媒体协作矩阵等。通过矩阵同频共振,增强传播力、影响力。再次,要以讲故事的方式,用“接地气”“有情怀”的话语体系,让受众耳目一新,实现最佳传播效果。

(三)拓展分众化传播渠道,最大限度地覆盖受众

要建设好主流媒体平台,包括校报、中英文网站、校园广播、电视、官方微博微信等,分析各媒体主要对应的受众群体,策划制作新闻内容。要进一步拓展传播平台和渠道,针对不同受众需求,推送不同的新闻内容。例如定期向外聘专家发送高校中英文电子报,向社会媒体记者、编辑提供有关学校新闻素材的《媒体简报》,为上级领导、离退休教工、校友、学生家长寄送校报等,使校园信息资讯通过分众化的渠道传播,进一步扩大高校影响力。^[3]

二、推动媒体融合发展,激发自身活力

构建舆论引导新格局,媒体融合发展是途径。随着传播业的飞速发展,传统媒体的很多传播优势已被新媒体取代,而新媒体也存在自身发展的不足之处。推动媒体融合发展,既是构建舆论引导新格局的客观需要,又是媒体激发自身活力的需要。高校媒体融合发展有先天优势,如媒体种类齐全,管理集中,人员队伍有保障,选题策划同步等。媒体深

度融合发展是推动高校新闻舆论工作的必由之路。

(一)制定融合发展战略

首先,要实现全媒体发展,采用全媒体的采编模式和新闻发布机制,整合内部资源,通过校报、新闻网、广播、电视、两微一端等,实现即时报道、系列报道、深度报道、互动交流等立体化、多元化的信息发布,获得最广泛的传播效果。其次,要利用传统媒体和新媒体的各自特点,取长补短,融合发展。媒体融合不是内容雷同、资源浪费的简单相加,而是要进行专业和技术上的有机深度融合,从管理融合、平台对接、内容聚合、人力整合等方面进行总体架构,形成立体多样的新型融媒体发展战略。^[4]

(二)完善融合发展机制

为了加强媒体建设,推动融合发展,很多高校成立了新闻中心,作为校园媒体的统一管理机构,一些高校还借鉴人民日报“中央厨房”模式,构建适应融媒体发展的策采编发网络,再造策采编发流程。完善融合发展机制要把握三个环节:建立采前会商制度,报、网、广播、电视、端、微全媒体参加,汇报选题策划,通报新闻线索,研究近期校园热点舆情,确定重点选题,布置采编对接,建立采编联动机制,设置采访、全媒体编辑、技术实现三个团队并联动办公,随时会商,全链条打通,全流程协作,实行各媒体采访力量统筹管理,组建图片拍摄处理、视频制作、日常媒体技术维护等团队,按照媒体形态,分报、网、电视、微、端等,进行各自内容编辑和终端呈现。^[5]

(二)推动实现内容融合

推动实现内容融合,让传统媒体和新媒体在新闻报道内容的选题策划上形成合力。随着传播方式多样化,传统媒体过去生硬的报道方式很难再吸引受众,新闻选题和报道方式要紧贴学校实际,回应师生关切。因此,传统媒体要更接地气,大选题要有小视角;新媒体要把学校事业发展的大事融入师生工作学习生活之中,有大情怀。二者综合运用不同视角,策划关注共同主题,形成新闻舆论的共振效应。推动内容融合时要注意,融是融汇,是选题策划视角和传播媒介资源的相互借鉴,互通有无,合是合作,不是合并,在引导各媒体共同制定宣传计划,共同进行选题策划、统筹采访、联动发声的同时,也要明确各类媒体的定位,选取不同的报道视角和报道方式,避免同质化发展。

(四)整合人力资源

队伍建设是推动校园媒体融合发展的关键。建好新闻中心队伍,对文字、摄影、摄像记者统筹管理、打通使用、协同作战。调动全校宣传思想工作干部队伍和舆情引导队伍力量,建设一支专兼职相结合、工作责任心强的工作队伍,抓好日常业务培训。建好学生通讯社,用好学生记者,指定得力的指导教师,配备专项经费,通过选修课、校内外实践等多种途径加大培养,使其成为校园新闻报道的必要人力资源。强化绩效考核,创新激励机制,新闻中心的编辑记者实行“优稿优酬”,稿酬与点击量、转载率挂钩,加大对各级各类“好新闻”的评选和奖励力度。

三、把握好时度效 提高新闻舆论引导力

构建舆论引导新格局,时度效是关键。时度效是检验新闻舆论工作水平的标尺,不论是正面宣传,还是热点引导、突发事件报道,都要牢牢把握时度效这个关键。

(一)正面宣传中时度效的把握

时,是指正面宣传要紧跟时政,通过宣传,将党和国家工作大局与学校中心工作结合起来,向师生、社会传递高校发展与国家发展同向同行的信息,为学校的事业发展凝聚共识,营造积极向上的舆论氛围。度,是指正面宣传不仅要贯彻正确的政治意图,同时要遵循客观、真实、全面的新闻传播规律,把握好版面、频率、数量,讲求选题视角和表达方式的创新,使正面宣传产生积极效果。对于那些能够反映新时期校园风貌的青春故事、与师生密切相关的新鲜事物、促进经济社会发展的科研成果等容易产生共鸣的题材,要重点报道。效,是指在正面宣传中要摒弃空洞呆板的宣传思维,把握受众心理,用生动的语言、身边的事例、鲜活的方式来诠释政策措施,反映工作部署,同时也要积极借助微博、微信、移动终端等,吸引受众尤其是青年学生群体对正面宣传的关注和兴趣,达到成风化人、凝心聚力的效果。

(二)热点问题舆论引导中时度效的把握

在对师生、公众关注的热点问题的舆论引导中,时是指把握时效性、时新性和时宜性,力争在第一时间发出权威、准确的声音,坚持正确的舆论

导向,做到先声夺人。度,就是讲求引导的艺术,符合新闻传播规律,真实、客观,力争掌握舆论引导的主动权。高校热点问题在社会上具有很高的新闻价值,高校媒体要不断研究舆论引导的方法和技巧,主动进行议题设置,把握报道的尺度。效,就是要注意引导的策略,提高舆论引导的感染力和有效性。对内,要增强师生的凝聚力,赢得师生员工的信任和支持;对外,要提升高校的影响力,增强社会的认可度。

(三)突发事件中时度效的把握

对于突发事件而言,时效性尤为重要,人民网舆情监测室提出过突发事件网络舆情处置“黄金4小时”原则。研究发现,一般情况下突发事件发生2到3小时就会出现在网上,6小时后就会被多家媒体转载,24小时后网上的跟帖数量和转载量将达到高潮。高校要掌握舆论形成和发展的阶段性特征,树立真相与谣言“赛跑”的意识,高校舆论引导主体必须第一时间发声,让真相跑在谣言前面。要利用好高校官方媒体和其他媒体渠道,包括主要意见领袖的自媒体,为舆论引导赢得话语权。度,就是在突发事件中既要针锋相对、据理力争,又要讲究策略、有理有利有节,争取最佳效果。要根据事件处置进展实时发布信息,同时注意对突发事件核心议题引发的次生议题的引导,实现全方位的有效引导应对。效,就是要在事件发生之后,及时回应社会关切,释疑解惑,在维护校园安全稳定的同时,安抚社会情绪,避免事态扩大化。

(四)把握时度效三者的辩证统一

要将时度效三者作为一个整体来把握,不能只追求其中一个而忽视另外两个。既要尽可能做到早和快,又要把握报道节奏和分寸,精准拿捏,取得理想的宣传效果。新闻舆论工作应以凝聚共识为宗旨,不能单纯地追求时效而丢掉分寸的把握和传播的效果,也不能忽略时效而错过最佳报道时机。新闻报道的时和度,最后一定会体现在效上。^⑥只有把握好时度效,才能提高舆论引导力。

四、加强国际传播能力建设,提高新闻舆论影响力

构建舆论引导新格局,加强国际传播能力建

设是重要内容。在全球化背景下,下大力气加强国际传播能力建设,加快提升中国话语的影响力,让世界听到并听清中国声音,至关重要。高校是国家对外文化交流的重要窗口,加强高校国际传播能力建设,既是国家加强国际传播能力建设的必然要求,又是高校自身实施国际化发展战略的客观需要。高校加强国际传播能力建设,首先要解决通过什么渠道传播、传播什么内容、如何有效传播的问题。

(一)拓展传播渠道和载体

高校不仅要通过校园网等媒体进行国际化传播,而且要积极利用国内主流媒体的国际平台以及社交网络等新媒体,多方位发声,在世界范围内广泛地传播中国高等教育的声音。

当前,高校的国际传播主要依托宣传画册、国际版宣传片、英文网站(少数高校有多语种版本的网站)等载体。高校的官方英文网站作为国际传播的首要阵地,近年来越来越受到关注,海外访问量也不断提升。从提升传播力的角度看,高校英文网站在内容上应进一步加强新闻的筛选和编辑,在功能上增强用户体验和重要信息推介,使之符合国外受众的阅读习惯,方便其了解高校。

在国内主流媒体努力提升国际传播能力的大背景下,高校要充分利用主流媒体的海外传播平台,主动与 ChinaDaily 教育版和新华社、人民日报等媒体的海外版建立联系,争取报道机会。随着社交网站等新媒体的迅速发展,国内高校也要积极利用海外网络传播平台,针对 Facebook、Twitter 等国外主要社交媒体,建立专门团队进行官方运营,参与国际间的互动交流,实现更广泛的传播。

(二)体现高校核心竞争力

在传播内容上要挖掘高校在国际化办学方面的核心优势,包括学科优势、文化优势、语言优势、地理优势等。传播学科优势,重在推广该学科领域的科研成果,突出高校在科研国际化方面的成就,如在国际高水平期刊发表论文情况、科研项目的国际合作、国际会议上的声音等。国内一些知名高校,如上海交通大学、复旦大学等,均在其英文网站首页的重点视觉区域刊登该校科研人员具有国际影响力的科研成果,展现高校科研优势。传播文化优势,要展现高校在传播中华优秀传统文化方面的贡献以及在中外合作办学、国际文化交流、孔子学院、

汉语教学等方面的成果或进展,也要展现高校悠久的历史 and 独特的校园文化,这对于提升高校的辨识度十分关键。

(三)讲好中国大学故事

讲故事是提高对外传播影响力的最佳方式,高校有责任和义务研究、传承和传播中华文明,讲好中国故事,通过各种精彩的故事,把中国道路、理论、制度、精神、力量寓于其中,使人想听爱听。同时,高校也要讲好大学故事,立体化打造中国大学的国际形象。除了学会讲故事,高校的国际传播在议题设置上要更加贴近师生。例如,清华大学的中英文网主页内容基本一致,每天一期专题报道,以讲故事的形式,围绕教学、科研、学校师生、社团活动等学校各方面工作设置议题,表达方式生动贴切,具有感染力,让国外受众更全面地了解清华大学。

在国际传播中,还要研究国外受众特点,注重话语表达方式的转换,采用融通中外的概念、范畴、表述,把我们需要讲的和国外受众愿意听的结合起来。国外受众处在不同的文化环境中,往往无法理解按照中文字面意思翻译的新闻报道,这就需要高校在国际传播中,用国外受众能够理解和接受的表达方式,将正式、范式化的话语体系转化为生动、贴切的话语体系。

参考文献:

- [1] 习近平在党的新闻舆论工作座谈会上强调:坚持正确方向创新方法手段 提高新闻舆论传播力引导力[N].人民日报,2016-02-20.
- [2] 习近平.决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利[N].人民日报,2017-10-19.
- [3] 邱燕茹.适应分众化传播趋势 传播好大学声音[EB/OL].中国教育新闻网.http://www.jyb.cn/zggdjj/bkdt/201703/t20170302_697637.html,2017-03-02.
- [4] 邱燕茹,冯博.高校媒体融合发展路径的思考[J].北京教育(高教版),2016,(4).
- [5] 人民日报中央厨房怎么做 杨振武社长这样讲[EB/OL].人民网.<http://politics.people.com.cn/n1/2017/0114/c1001-29023287.html>,2017-01-14.
- [6] 李春良.48字箴言是首都新闻媒体的重要遵循[J].前线,2016,(6).

[责任编辑 刘娜]