

全媒体视域下高校新闻宣传工作探索 ——以宁波工程学院为例

郑 伟

宁波工程学院人文与艺术学院, 浙江 宁波

收稿日期: 2024年2月2日; 录用日期: 2024年4月1日; 发布日期: 2024年4月9日

摘 要

为探索全媒体视域下地方应用型高校新闻宣传工作的提升路径,以地方应用型高校宁波工程学院为例,通过案例分析、访谈、文献资料等研究方法,了解高校新闻宣传工作的机遇与挑战,总结此类高校现阶段新闻宣传工作的现状,存在思想认识不到位、内容呈现单调重复、组织建设较粗放、管理制度较低效等问题,针对性地提出思想认识提升、内容呈现创新、组织建设深化、管理制度优化等对策。

关键词

全媒体, 高校新闻宣传, 地方应用型高校

A Probe into the News Propaganda Work in Local Application-Oriented Colleges from the Perspective of All-Media

—Taking Ningbo University of Technology as an Example

Wei Zheng

School of Humanities and Arts, Ningbo University of Technology, Ningbo Zhejiang

Received: Feb. 2nd, 2024; accepted: Apr. 1st, 2024; published: Apr. 9th, 2024

Abstract

In order to explore the promotion path of the news propaganda work of local application-oriented colleges from the perspective of all-media, taking NingBo University of Technology as an example. Through case analysis, interviews, and literature research methods, we understand the opportu-

ities and challenges of the news propaganda work that the colleges are facing, summarize the present situation of the news propaganda work in colleges: the lack of ideological understanding, the repeated content, the extensive organization construction, the inefficient management system, and put forward countermeasures such as the improvement of thought and cognition, the innovation of content presentation, the deepening of organization construction and the optimization of management system.

Keywords

All-Media, The Propaganda of Colleges and Universities, Local Application-Oriented Colleges

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

数字时代的浪潮浩浩荡荡，新闻传播技术不断变革创新，高校的新闻宣传工作正同频共振进入全媒体时代。“全媒体”，指的是综合运用多种媒介表现形式，如文、图、声、光、电，来全方位、立体化地展示传播内容，同时通过文字、声像、网络、通信等传播手段来传输的一种新的传播形态[1]。

中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于进一步加强和改进新形势下高校宣传思想工作的意见》，把高校上升为“意识形态工作前沿阵地”[2]。高校新闻宣传工作，作为党的宣传事业的重要部分，相较于其他新闻事业单位而言，受众主要面向师生，基于“立德树人、文化育人”这一根本，内聚人心，外塑形象[3]。高校内外宣工作的好坏，不仅影响着高校在产学研合作等方面的表现，更肩负着意识形态教育的重任[4]。近年来，越来越多的学者开始围绕高校新闻宣传工作展开研究，并将研究重心放在了全媒体这一视域下，李陵[5]、张博[6]谈到了短视频、微博、微信等全媒体平台对于新闻宣传工作的赋能，查桂义等探析了全媒体视域下高校新闻宣传队伍建设[7]，李涛研究了全媒体融合视域下高校思想政治教育的创新方法[8]……从现有文献而言，基本以理论为主，鲜有研究展开实际案例的分析，且研究主体为大部分国内高校，较为宽泛。本研究聚焦宁波工程学院新闻宣传工作的实例分析，佐证了理论研究，进一步细化了研究主体，研究结果对于实际工作具备一定的指导建议作用。

2. 全媒体视域下高校新闻宣传工作的机遇与挑战

新闻宣传是高校思想政治教育工作的重要窗口，是高校强化意识形态建设的前沿阵地，是高校育人成果的集中展示。高校的新闻传媒是学校党委和师生员工的“喉舌”，具有载体、引导、沟通、激励以及监督的作用，其重要性不言而喻[9]。2010年，《浙江省教育厅、浙江省完善普通高校新闻发布制度的意见》中进一步明确高校新闻宣传的工作原则和要求[10]。

“四全媒体”（全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体）是对全新传播格局的总结，是全媒体建设发展的细化纲领，也为媒介研究提供了新的议题[11]。结合高校新闻宣传工作而言，全媒体依托技术优势，为宣传工作搭建平台；提供更为灵活快捷的传播手段，加快了传播速率，增进了宣传感染力，拓展宣传教育的独特视角；通过海量、获取途径便捷的教学资源赋能大学生思想政治教育[12]。由此可见，全媒体视域下的高校新闻工作是大势所趋。在高校新闻宣传工作备受重视的前提下，校园全媒体建设日趋完善，内外宣工作力度越来越大，欣欣向荣。

然而，全媒体的发展同样伴随阵痛，全媒体视域下，媒介化社会内容信息存在内容泛滥与信息过载的现象；虚假信息、谣言流言屡见不鲜；管理思维陈旧；信息茧房现象加剧，造成信息闭塞、不对称等弊端[13]；全媒体碎片化“传播”，容易导致思想工作出现片面化与偏差[14]；现阶段全媒体发展中的困境，同样掣肘高校新闻宣传工作的开展。

地方应用型高校，旨在面向社会，输送高层次、高水平、高质量的通才型、复合型、应用型人才，探索应用型人才培养新模式，逐步形成应用型地方高校鲜明办学特色。高校的蓬勃发展，不仅需要强大的核心竞争力作基础，而且需要强大的舆论力量作保证。

宣传是地方应用型高校产教融合的重要动力[15]，对于地方应用型高校的新闻宣传工作而言，存在着全媒体思维滞后、起步缓慢，运营水平有限等等先天不足，新闻内容单调、宣传艺术落后、时效性较差等问题仍普遍存在，如何实现弯道超车，打造专属的宣传作品牌 IP，将宣传工作与培养专门人才，发展科学知识，为社会服务的三大职能紧密配合，提升办学美誉度，纾解“招生难”“就业难”之困[15]，值得进行深入探索。

3. 高校新闻宣传工作发展现状

3.1. 思想认识不到位

多数受访者认为宣传的出发点是“痕迹管理”，一方面通过内外宣让学校及社会各界看到学院在育人、教学等方面的成果；另一方面，在年终各类总结时能够提供详实材料，言之有物；因此，工作中容易出现“重业务轻宣传”的工作导向，以及功利的作风；部分宣传工作者存在“消极懈怠”的工作态度，含蓄表达日常繁琐工作影响了宣传工作的积极性；同时，宣传工作者对于新媒体的接纳及了解程度不高，单纯将新媒体当作传统媒体的补充，被动机械地去进行媒体媒介间的融合的现象依旧存在。

3.2. 内容呈现单调重复

数据来源于6月1日~9月30日学校官方公众号+二级学院公众号，选取了文科类学院(人文与艺术学院)以及工科类学院(建筑与交通工程学院)来丰富样本的多元性。统计发现，其中学校官方公众号排名前三的推文主题为校园文化建设类(19%)、招生工作类(18%)、学子风采类(15%)；人文与艺术学院排名前三的推文主题为校园文化建设类(33%)、招生工作类(18%)、学子风采类(18%)；建筑与交通工程学院排名前三的推文主题为反诈反诈(24%)、社会实践(20%)、校园文化建设(14%)。

而从推文的阅读量来看，截至10月24日，学校公众号阅读量排名前三的文章标题分别如下：启航，XX首批硕士研究生！（1.2万）、权威发布|XXXX学院2023年普通本科招生计划(1.1万)、军训场上双生花(1.0万)；人文与艺术学院公众号阅读量排名前三的文章标题分别如下：最温情的班主任毕业寄语：做一个有意思的人(2163)、喜报|祝贺人艺和国交学子荣获XXXX学院2023级新生红歌大赛一等奖、最佳风采奖(1177)、团学招贤|梧叶寒声酿秋意，长风万里觅良才(891)；建筑与交通工程学院阅读量排名前三的文章标题分别如下：建交|直击2023级研究生迎新现场(944)、建交|关于邀请参加数字道路建设技术XX省工程研究中心“数字道路发展论坛”的通知(591)、建交|就业指导中心，“值”等你来(569)……

总结而言，校级公众号的风格已经趋于稳定，而学院的公众号，学院间同质化严重，内容相对单一，停留在叙事层面，新闻来源主要是学院的内部活动，用词比较生硬，模板化痕迹明显，难免落入“流水账”的俗套；与此同时，学院微信公众号内容直接搬运到新闻网站的现象非常普遍，通过阅读量、分享、收藏、在看、点赞等数据可得，二级学院的新闻工作受众比较狭隘且关注度较低。

3.3. 组织建设较粗放

据调查，除学校专设的宣传部门外，基本采用“学校-学院”的模式，校级媒体发展因为先天的优

势，分工明确，资源丰富且受众固定；而二级学院的通讯员基本是由辅导员兼任，学院团学部门下设全媒体中心，由学生记者进行采写编辑工作，指导老师进行审核与指导，一定程度上导致了能力上的局限：

宣传队伍建设滞后，指导老师未经过专业培训，对于新闻缺少敏锐洞察力，即“抓”新闻的能力，缺乏整体的宣传思路与规划，对于舆情的识别判断也不够敏感；学生记者的分工过于精细化，学生记者往往只对一个特定的平台供稿，文字记者专注文字，摄影记者负责拍照摄像，再交由后期的同学进行修图或剪辑，运用秀米等微信编辑器具等进行排版；一次任务下来，往往需要 3~4 位学生记者进行参与，新闻产出流程繁琐，更容易导致了人力资源的浪费。

宣传组织内部缺乏沟通，职能存在重叠，看似融合，实际割裂[16]，用稿部门缺乏事先协商，记者团队，编辑团队和发布团队各自为政，图文不匹配的现象时有发生，在实际过程中，经常出现过度依赖学生记者的情况，学生记者出于归属感，有时对其他部门提出的采访任务出现抵触、畏难情绪，特别是报道一些重大事件时，新闻生产存在质量无法达到预期，时效性难以保障。

3.4. 管理制度较低效

经调研，该校的新媒体平台主要为“一微 + 一网 + 一报(部分)”，但平台之间资源欠缺整合，无法形成合力；在学校及学院的层面落实“三审三校”制度，即职能部门：信息员初审(校)、部门副职二审(校)、部门正职终审(校)；二级学院：信息员初审(校)、党委(总支)副书记复审(校)、党委(总支)书记终审(校)；这一制度一定程度上保证了新闻的质量与权威性，减少勘误，责任到人，但也容易导致新闻稿发布不及时，影响传播速率。

与此同时，二级学院新闻考核机制不完善，存在只追求篇数不追求质量，不纳入考核，或者激励机制不明确，一定程度上难以调动宣传人员的工作主动性与创新力，跟工作量挂钩脱节，物质上奖励微薄且大多数为精神上的鼓励。

4. 地方应用型高校新闻宣传工作提升路径

4.1. 思想认知提升

旗帜鲜明跟党走，深入贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想，始终坚持党管媒体的基本原则，落实全媒体发展战略，重视媒体融合发展，坚持正确的舆论导向，以学校的“十四五”发展规划为契机，牢记思想引领，防控舆情风险，与师生思想政治建设紧密结合，接纳与时俱进的文化传播理念，树立系统思维，以互联网思维为导向，“以用户为中心”[1]，举全员之力，推进全媒体大环境下高校媒介资源融合，逐步摒弃“留痕”的简单新闻宣传初衷，提高宣传的时效性，广泛性及准确性，掌握传播技巧与规律，将宣传工作真正当作一份事业来运营，提升工作荣誉感，将全媒体平台作为展示学院学校风采的重要窗口；勤于宣传，勇于宣传，精于宣传，打造学院+学校的全媒体报道 IP。

4.2. 内容呈现创新

拓宽新闻报道形式，逐步打造全媒体传播矩阵，注重“一微 + 一网 + 一报”的融合，引入微信视频号等新兴平台进行赋能，加入动画、直播、航拍、VR、AR 等“全息媒体”手段，区分不同媒介平台的表达方式，例如：新闻网站的文字更为言简意赅，强化图片、视频的作用；而微信公众号的推文则更为有趣，可读性强，增设与读者间的互动环节，实现“微言大义”；主动适应人工智能发展，运用 ChatGPT、文言一心等工具；进行采编的全流程跟踪再造，定期改版，吸引读者或粉丝参与内容共创，实现“全员媒体”，获取更多活跃流量。

倡导“内容为王”，严格把关新闻选材真实性，减少从各资讯门户转载，多鼓励原创内容，凝心聚力策划优质，有辐射力的“爆款精品”，打造融合校园文化的专属宣传 IP，例如：校园阳明文化 + 工匠精神 IP 阳阳明明，清廉文化 IP 谢小智(取自龙的第八个儿子 - 獬豸)等。转变话语体系，学会说“小故事”，学会巧妙讲故事[16]，宣传内容要坚持“三贴近”原则(贴近校园、贴近生活、贴近师生) [3]，深入挖掘日常教学、科研、学生工作中的新鲜素材，充分展示校园文化，有机融入中华优秀传统文化、“红色文化”、习近平新时代中国特色社会主义思想、社会主义核心价值观等“主旋律”，报道与师生休戚相关的热点问题，上传下达，倾听师生心声，了解师生诉求，助力师生成长，确保做好舆论引导工作。

4.3. 组织建设深化

重视顶层设计，“选齐配强”。鼓励全媒体中心建设走深走实，形成全媒体传播聚合合力，打造一个类似于人民日报社的“中央厨房”系统，倡导“全程媒体”，集策划、统筹、管理、考核等各项职能于一体，高校的全媒体中心可以在借鉴基础上进行改良，形成一次采集(多媒介的采写)、多次生成、多元发布、多级放大、多渠道融合的高校新闻宣传阵地[17]。

加强新闻宣传工作者的主体意识，定期对师生开展全媒体理论知识培训，通过邀请本校或其他院校的专家学者来本校开展新闻传播学专业讲座，邀请业内知名媒体人进行分享，让师生直观感受当前传媒领域的前沿趋势；对学生记者开展专业培训，夯实采写编的专业基础，使每个学生都拥有独立出任务的能力；给学生多提供创造校外实践机会，从招新严格面试开始，培养不仅文笔过硬，照片和视频拍摄技巧精湛，对文字和图像具备信息收集加工能力，熟谙不同媒体平台稿件特征的全媒体学生记者；明确岗位职能，定期对无作为或者履职能力有限的宣传员实行末位淘汰，确保团队能够适应全媒体时代的发展要求。

4.4. 管理制度优化

持续推动平台的融合及宣传部门的管理扁平化，精简冗余机构，化繁为简，在严格遵循“三审三校”基础上，一方面规范新闻采编前中后业务流程；另一方面健全审核机制，在审核无误的前提下，尽量压缩审核时间，提倡“抢”新闻意识；同时，建立健全舆情危机的预警、处理及善后机制，将舆情危机转化为维护学校形象的契机[16]。

围绕全媒体主旨，建立选题库制度，定期召开约稿选题会，共同策划，素材共享，预判构思，引导师生信息员从被动地接受采写任务，到主动去策划设计新闻活动，充分发挥创新策划意识，谋篇布局，挖掘新闻亮点；完善采写数据的存档，如稿件、影像资料等，树立版权意识，方便索引，随时取用；建立科学内部管理章程，完善采审考核机制，提高宣传效率，提升新闻质量，此外，完善配套的新闻宣传考核体系，不能只把数量作为唯一标准，添加转发量、阅读量等考核因子。学院对于新闻宣传做出突出贡献的团体和个人应该给予相应的奖励和酬劳，从而激发宣传者持续动力。

5. 结语

坚持“四全媒体”概念，赋能“三全育人”建设，借全媒体之势，讲好应用型高校故事，培养高水平应用型人才。需要在党委的全面领导下，巩固马克思主义在高校意识形态领域的指导地位，树立“人人都是信息员”的“大宣传”理念[7]，打造一支能打胜仗的精良队伍，占据思想政治工作的制高点，全面落实立德树人根本任务。

参考文献

- [1] 李连富. 从“全媒体”到“融媒体”: 高校新闻宣传工作的转型路径[J]. 福州大学学报(哲学社会科学版), 2017, 31(4): 104-108.

-
- [2] 新华社. 中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步加强和改进新形势下高校宣传思想工作的意见》[EB/OL]. https://www.gov.cn/xinwen/2015-01/19/content_2806397.htm, 2023-10-29.
- [3] 徐保山. 高校新闻宣传现状与发展策略[J]. 新闻爱好者(上半月), 2010(6): 117-118.
- [4] 庄媛. 新媒体环境下高校新闻宣传工作创新路径探析[J]. 无锡职业技术学院学报, 2016, 15(3): 16-18.
- [5] 李凌, 杨涛. 短视频对高校新闻宣传的赋能和模式创新[J]. 传媒, 2021(1): 85-87.
- [6] 张博. 微博、微信在高校新闻宣传中的应用研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 北京林业大学, 2014.
- [7] 查桂义, 王弘, 吴月红. 全媒体视域下高校新闻宣传队伍建设路径探析——以安徽省 10 所本科院校为例[J]. 皖西学院学报, 2023, 39(1): 133-137.
- [8] 李涛, 闫成俭. 全媒体融合视域下高校思想政治教育创新路径探析[J]. 思想理论教育导刊, 2019(5): 133-137.
- [9] 殷承泰. 论高校新闻宣传在思想政治工作中的作用[J]. 思想政治教育研究, 2006(6): 59-61.
- [10] 省教育厅. 浙江省教育厅 浙江省人民政府新闻办公室关于建立完善普通高校新闻发布制度的意见[EB/OL]. http://jyt.zj.gov.cn/art/2010/11/1/art_1229106823_617638.html, 2023-10-29.
- [11] 喻国明, 赵睿. 媒体可供性视角下“四全媒体”产业格局与增长空间[J]. 学术界, 2019(7): 37-44.
- [12] 张淼. 新媒体条件下高校新闻宣传工作的理念转向与实践创新[D]: [硕士学位论文]. 广州: 暨南大学, 2010.
- [13] 张燕. 全媒体视域下媒介化社会的嬗变、隐忧与治理研究[J]. 中国有线电视, 2023(10): 57-60.
- [14] 李礼. 构建全媒体时代宣传思想工作新格局探赜[J]. 思想理论教育, 2020(2): 100-105.
- [15] 陈星. 应用型高校产教融合动力研究[D]: [博士学位论文]. 重庆: 西南大学, 2017.
- [16] 丁蕾. 融媒体时代高校新闻宣传工作转型的路径[J]. 天津中德应用技术大学学报, 2020(3): 48-52.
- [17] 周襄楠, 张焱. Web3.0 时代高校新闻网站的融媒体发展策略研究[J]. 管理现代化, 2018, 38(2): 72-75.