

媒体融合视域下高校宣传工作优化路径分析

顾心竹

苏州城市学院, 江苏 苏州 215000

摘要 : 在媒体融合的时代背景下, 传统媒体被新媒体逐渐取代, 这对高校宣传工作来说是一种极大的挑战。高校宣传工作在保证大学生了解最新新闻的主要渠道。然而, 传统的宣传工作方式已然不能满足当前师生的需求, 在新时代背景下, 如何更新宣传工作理念、创新宣传方式成为高校目前亟须解决的问题。本文将主要从媒体融合视域下高校宣传工作的重要性 and 存在的问题进行分析, 对其优化路径展开探讨。

关键词 : 新媒体; 媒体融合; 信息技术; 宣传工作; 传播渠道

Analysis of the Optimization Path of University Publicity Work under the Perspective of Media Convergence

Gu Xinzhu

Suzhou City University, Suzhou, Jiangsu 215000

Abstract : In the context of media convergence, traditional media is gradually being replaced by new media, posing a significant challenge to university publicity work. University publicity work serves as the primary channel for ensuring that college students stay informed about the latest news. However, traditional methods of publicity can no longer meet the needs of faculty and students in today's era. Under the new circumstances, how to update the concepts of publicity work and innovate publicity methods has become an urgent issue for universities to address. This paper will primarily analyze the importance and existing problems of university publicity work from the perspective of media convergence, and explore optimization paths.

Keywords : new media; media convergence; information technology; publicity work; communication channels

引言

《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》中重点强调了新时代背景下主流媒体在社会中的影响力和竞争力, 并指出要建立符合高校宣传工作的主流舆论新格局, 发展以内容建设为根本、以信息技术为支撑、以互联网平台为载体的全媒体传播体系。随着新一代信息技术和网络平台的逐渐兴起, 我国高校大学生获取新闻信息的渠道和方式出现了较大的改变。^[1]在媒体融合视域下, 新闻信息不再受到时间和空间的约束和限制, 以更加多元的形式为大学生带来更加精准、时效性强的新闻信息, 从而进一步加强了他们的体验感受, 提高了高校宣传工作的质量和效率。

一、媒体融合视域下高校宣传工作开展的重要性

(一) 有利于促进高校宣传工作快速发展

现如今, 媒体融合在高校宣传工作中的影响力不断增强, 并大力推动高校传统媒体步入融合发展创新之路。作为新时代衍生产物, 媒体融合在高校宣传工作中有着不同于传统媒体的发展优势。构建媒体融合和高校宣传共融共通发展的工作格局, 有利于充分利用新媒体平台优势, 如传播速度快、内容覆盖面广、时效性强、信息海量等, 以更好地满足高校师生的需求。此外, 新媒

体的高效性和互动性可以最大程度提高高校宣传工作的吸引力和体验感, 增强师生对于高校宣传工作的关注度, 增强他们的信息意识, 促使他们在媒体融合视域下形成正确的价值观。^[2]同时, 高校可以利用数字技术重点分析和挖掘师生的信息需求, 通过各种新媒体渠道传播更加多样化和精准化的信息, 以更好地提高宣传工作的权威性和公信力。

(二) 有利于高校打造媒体融合阵地

高校宣传工作是传播时事信息、推广和建设校园品牌、学校形象建立、新闻宣传和媒体管理的系统化教育工作。相较于其他

工作,高校宣传工作包含要素较多,其工作内容和范围也更加复杂,其中涵盖师生、媒介、信息、技术等,宣传工作的高质量开展实际上是师生与媒体、师生与信息、信息与媒体互动的过程。宣传平台是衔接其他要素的关键环节,也是高校实现高校宣传工作和扩大内容引进的重要载体,更是高校宣传工作的重要组成部分。新媒体已经逐渐在高校宣传工作中占据重要位置,并将其延伸到媒体融合领域,这为高校宣传工作建立媒体融合阵地提供了支撑。高校在利用新媒体推进宣传工作的过程中,师生的信息意识和接收能力可以推动媒体快速和广泛地融合。^[3]

(三) 有利于拓宽高校宣传范围

在新媒体发展的过程中,高校宣传工作要注重建立宣传体系、创新宣传模式、构建全媒体格局,进而形成媒体融合发展的综合局面,以增强宣传工作的吸引力。在当前的时代背景下,大部分高校通过联合新媒体平台、探索融媒体发展和其他传统媒体共建的方式,扩大高校媒体融合范围,从而达到宣传资源有效整合,各个媒体联动的效果。同时,高校可以更新宣传理念,建立媒体融合格局,推进高校宣传工作高效发展。首先,媒体融合是强化宣传工作的关键载体。^[4]高校可以通过校园网、校园公众号、官方微博、视频账号等重点媒体融合功能,加大宣传力度。其次,媒体融合是高校实现对外宣传的重要途径,高校宣传是树立校园形象的关键渠道,通过与其他媒体有效沟通与合作,高校可以向社会展示自身的优势和发展的方向,进而提升高校的影响力与竞争力。

二、媒体融合视域下高校宣传工作面临的问题

(一) 传统的宣传方式难以迎合时代发展

在高校传统新闻宣传工作中,校园网作为主要宣传方式在高校宣传工作中体现重要地位,广播、宣传栏则作为辅助方式发挥着关键作用。在新媒体时代背景下,信息技术飞速发展,使得新闻传播途径逐渐丰富,方式更加多样化,从而体现出新闻时效性强、传播速度快、信息接收迅速、内容生动等特点。在信息技术全面发展环境下的高校师生及受众群体,对信息的接收意识和整体需求发生了明显的变化。使得传统宣传方式的校园网站、广播、校报等传统媒体的传播形式和内容受到一定挑战,出现部分高校的新闻宣传工作与新时代背景下的媒体融合出现不匹配的现象,难以迎合高校师生的全新媒体思维和新闻信息意识,导致受众群体日益减少,对高校新闻宣传工作产生不利的影响。在新时代背景下,高校学生可以更加快速地接受媒体带来的各种信息、价值传播和了解舆论动态。^[5]而传统的宣传方式容易出现时机延误、宣传影响力不足、信息滞后等问题,导致高校宣传效果不够。

(二) 宣传渠道整合不足

在传统的宣传方式上,高校宣传工作一般依据的宣传途径为宣传栏、广播、校园网、校报等。但由于缺乏实现媒体融合的有效机制^[6],使得部分高校对媒体融合的重要性与优势认识不足,从而减缓了部分高校推进媒体融合的速度。在信息技术快速发展

的背景下,高校虽在各个平台上开通了宣传账号,但传统媒体及新媒体宣传账号互不共通,缺乏共同发展意识,难以形成媒体阵地,最终使得媒体融合的力度不足。^[7]此外,高校传统媒体已经呈现出成熟的工作形态,新媒体难以完全替代传统媒体,成为高校新的宣传力量。一方面,高校宣传方式更依托于平台终端、数据技术等先进条件,但不干高校工作中缺乏融合协同桥梁,宣传方式难以做到统一;另一方面,高校缺乏与当地媒体资源共享和共通交互。使得传播渠道整合不畅,媒体融合不平衡问题。^[8]

三、媒体融合视域下高校宣传工作优化路径

(一) 创新宣传内容,提高师生满意度

优秀的宣传内容与科学的宣传体系建设,可以有效地提升宣传内容质量和传播效率。在开展工作中,宣传团队需要通过创新宣传内容,增强内容活力,结合新闻热点与师生信息需求等方式,不断提升宣传工作的深度与广度,增强他们的社会价值,强化高校宣传工作成效。

在媒体深度融合背景下,高校的传统媒体传播方式与新媒体传播方式发生碰撞,使得宣传团队可以最大程度地掌握新闻传播的主动权,这对创新受众理念、了解师生需求提出了更高的要求。一方面,高校可通过微博、微信公众号等官方账号挖掘和调查全校师生的信息需求,重点了解他们对于新媒体的了解程度,从而深度探析受众整体信息取向,以更好地增强体验感,提高媒体与受众之间的深度联系^[9];另一方面,高校可以开发多样化师生反馈渠道,利用各种新媒体平台账号了解师生诉求。具体来说,可以设置专门的线上留言板,引导师生建言献策;还可以与校外企业合作,实时更新和判断宣传内容和师生行为分析,以更好地创造优质融媒体作品,提升师生满意度。

(二) 扩展宣传渠道,增强宣传影响力

在媒体融合视域下,高校宣传工作正经历着深刻的变革。传统媒体的影响力逐渐减弱,而新媒体则以其独特的魅力、先进的技术支撑和广泛的受众基础快速发展。对此,高校必须积极适应媒体环境变化的速度,以更加开放和创新的姿态推进宣传工作。^[10]首先,高校应当充分认识到新媒体的优势和发展性,并在传统媒体的支撑下,放大新媒体发展的优势,提高传统媒体与新媒体的差异与互补性,实现宣传工作的多元化和立体化。其次,高校需要了解网络环境下的师生思想状态、思考惯性和阅读习惯,以更好地提升高校宣传影响力。基于此,高校可以深入调研师生的信息需求,把握他们的思维方式和语言习惯,以便更加精准地推送宣传内容。最后,在拓展宣传渠道方面,高校应充分利用信息技术的优势,全面开通校园官方微博、官方微信公众账号、视频号等新媒体平台。^[11]这些平台不仅具有广泛的受众基础,还能够实现信息的即时传播和互动反馈。并鼓励其他部门院系二级媒体与校园一级媒体积极互动,实现资源共享和优势互补,共同构建多元化的宣传格局。^[12]

例如,高校可以在新媒体平台上设置“高校力量”“宣传小能手”等话题,引导师生主动释放和创造优质内容,以此提高宣传

影响力。

（三）引入先进技术，形成媒体融合阵地

高校媒体融合不仅涉及技术的应用，更涉及资源与功能的全面整合，建立共同发展、共融共通的观念，实现多方联动。首先，将传统媒体，如校报、校园广播、电子屏、宣传栏、校园网与新媒体纳入统一的管理体系，这有利于打破宣传团队管理界限，实现信息资源的有效整合与共享。这种联动方式不仅提高了工作效率，还可以提高信息的准确性和一致性。其次，针对不同传播渠道的特点，高校可以引导宣传团队对同一主题进行多角度

创作，在此基础上，高校可以充分利用各种新媒体资源，提高宣传的针对性和吸引力。^[13-14]例如，为校报撰写深度报道；为短视频账号制作快节奏、富有创意的内容；为社交媒体创作易于分享和互动的帖子。最后，高校可以积极引入新技术，如人工智能技术、大数据分析等，创作出高质量的短视频内容，以提升宣传工作的效率和精准度。并通过短视频平台的广泛受众基础，迅速提升学校的知名度和影响力。同时，高校还可以探索虚拟现实、增强现实等前沿技术的应用，为师生提供沉浸式的体验，增强宣传效果，为高校宣传注入活力，以此形成立体传播媒体矩阵。^[15]

参考文献

- [1]. 倪松涛. 树立融合理念 加强新时代高校宣传思想工作 [J]. 中国高等教育, 2023, (19): 48-51.
- [2]. 林晴佳. 媒体融合下高校“四史”宣传教育的实践与思考 [J]. 广东职业技术教育与研究, 2023, (09): 137-140+167.
- [3]. 郭俊玲, 黄昭华. 融媒体赋能高校宣传思想工作的创新路径 [J]. 北京教育 (高教), 2023, (02): 28-30.
- [4]. 关前裕, 张玲. 媒体融合背景下地方高校新闻宣传工作思考 [J]. 新闻前哨, 2022, (24): 73-74.
- [5]. 宇文慧, 池家欣, 李庚. 媒体融合视域下高校宣传思想工作路径探究 [J]. 天津大学学报 (社会科学版), 2022, 24 (06): 518-524.
- [6]. 崔馨. 媒体融合下的高校宣传工作转型分析 [J]. 西部广播电视, 2022, 43 (08): 63-65.
- [7]. 葛志亮, 梁惠. 推进高校媒体融合发展的应对策略 [J]. 中国高等教育, 2021, (21): 59-61.
- [8]. 吴蕙蕙, 郑琳泓, 何梓凯. 媒体融合下高校宣传思想工作的守正与创新 [J]. 泉州师范学院学报, 2021, 39 (04): 54-59.
- [9]. 许倩倩, 黄小龙. 融媒体时代高校宣传思想工作的新思维 [J]. 淮南职业技术学院学报, 2021, 21 (02): 38-41.
- [10]. 杨滨文. “媒体融合”背景下短视频在高校宣传工作中的应用创新 [J]. 声屏世界, 2021, (07): 93-95+98.
- [11]. 胡芳, 刘义国, 赵晓玉. 高校宣传工作的融合之思、现实之困与转型之策 [J]. 北京教育 (高教), 2020, (12): 47-49.
- [12]. 缪向杰. 媒体融合发展视域下高校宣传思想工作的创新路径探究 [J]. 佳木斯职业学院学报, 2020, 36 (10): 24-25+30.
- [13]. 朱艳丽. 高校宣传思想工作的守正与创新——以媒体融合为背景 [J]. 闽南师范大学学报 (哲学社会科学版), 2020, 34 (02): 119-122.
- [14]. 高原. 高校新闻宣传媒体融合关键在人——以清华大学在线教学宣传报道为例 [J]. 新媒体研究, 2020, 6 (10): 88-90.
- [15]. 马永明. 高校宣传工作新媒体融合研究 [J]. 泰州职业技术学院学报, 2019, 19 (05): 19-21+74.