

高校校园媒体融合出版的误区及规避

李秀芹 张杨 张枫雪

(山东理工大学, 山东淄博 255049)

摘要: 自2014年媒体融合上升至国家战略, 自上而下的各级各类媒体根据中央要求和自身发展需要, 应势而谋、因势而动、顺势而为, 纷纷走上媒体融合发展之路, 逐步从相加、相融进入深度融合阶段。高校校园媒体作为学校党委和师生的“喉舌”, 当然也不例外。但在媒体融合实践中, 盲目求全、急于求成、急功求进等现象也逐步凸显, 亟需正视误区, 有效规避, 以推动媒体融合向纵深发展。

关键词: 校园媒体; 深度融合; 认识误区; 规避路径

近年来, 不论是老一辈的高校校报, 还是中生代的校园广播、校园电视、新闻网, 以及新生代的新媒体, 都立足自身实际和发展需要, 积极应对传播新环境, 主动顺应时代新变化, 不断推进传统媒体和新媒体融合发展。但在媒体融合实践中, 盲目求全、急于求成、急功求进等现象也逐步凸显, 亟需正视误区, 有效规避, 以推动媒体融合向纵深发展。

一、理念上: 强化顶层设计 避免盲目求大

(一) “+互联网”≠“互联网+”

目前, 国内多数高校校园主流媒体都包括校报、网站、微信、微博、抖音、广播、电视等。随着互联网快速发展, 传统媒体与新媒体融合发展, 逐渐形成了“+互联网”的传播模式, 如“报纸+互联网”“电视+互联网”等, 只是把报纸或电视内容“搬运”到网站或新媒体上, 报道内容重复性强、同质化程度高。上海报业集团原党委书记、社长裘新曾说过: “媒体融合不是‘+互联网’, 而是‘互联网+’。记者给报纸写完稿子以后, 再根据互联网、移动互联网的特点去改写, 上网站、发微博、微信、APP, 这是‘+互联网’思维, 而不是质的突破。”因此, 媒体融合要牢固树立和善于运用“互联网+”思维, 加快“报、网、端、微、屏”等资源整合, 在技术融合、内容生产、传播路径等方面实现媒体的有机融合。

(二) “中央厨房”≠融合传播

媒体融合, 并非摊子铺得越大就越成功。近年来, 不少高校着手建设自己的“中央厨房”, 综合而言, 情况不一, 效果各异。从执行情况来看, 建设“中央厨房”需要一笔不小的投入, 财力雄厚的高校当然义无反顾, 大干快上; 财力一般的高校则咬紧牙关, 挤出专项资金进行建设; 缺乏资金支持的高校媒体只能慨叹心有余而力不足。

高校校园媒体依托学校而办, 主要受众是在校师生和校友, 报道内容大多局限于校园, 因此, 从学校管理者到媒体决策者, 要根据校园媒体的传播特点和规律, 强化顶层设计, 突破现有体制机制, 走出“为融合而融合”的思维误区, 真正使传统媒体和新媒体从“你就是你, 我就是我”逐步变成“你中有我, 我中有你”, 最终达到“你就是我, 我就是你”的融合发展新态势。

二、机制上: 凸显媒体特色 避免盲目求变

(一) 一稿多用≠融合传播

经了解, 目前高校宣传工作任务重、人手少是普遍存在的问

题。在校园媒体融合过程中, 一部分高校的做法是, 在队伍建设上从原来的传统媒体采编队伍中抽调人员组建新媒体团队, 在内容发布上以校报记者采编稿件为基础, 共享给多个媒体, 形成了一稿多发的现象。事实上, 不同的媒体平台有不同的特点和规律, 其受众关注热点和阅读体验也不相同。如果同样的稿件重复应用于校报、网站、微信、微博等, 就会导致受众浏览其中一个平台后, 便无心再关注其他平台。在多元化、分众化传播的时代背景下, 这种状况无疑很难形成传播合力。

(二) 平台相加≠媒体融合

毫无疑问, 媒体融合并不是多个媒体的简单相加, 也不是文字、图像、视频的任意组合, 更不是一两个新技术的纯粹应用, 而是媒体在传播内容、传播方式、传播手段、传播机制等多个方面的互通、互融。媒体融合的关键在于融为一体、合而为一。

对任何媒体而言, 特色即生存之道。正是因为不同媒体的不同特色, 才形成了百花齐放的传播格局, 也满足了不同受众的不同需求。众所周知, 媒体传播的法则是: 受众在哪里, 宣传报道的触角就应该伸向哪里。时代在不断变化, 技术在不断革新, 任何媒体都不能因循守旧, 而要与时俱进, 主动求新求变。但在融媒体时代, 各媒体要想实现更好发展, 也不能盲目求变, 必须发挥优势, 凸显特色, 打造品牌。媒体深度融合过程中, 各媒体要强化自身比较优势, 充分彰显纸媒求深、网站求全、移动端求快、全媒体求融的传播特质, 构建多介质、全方位、分众化、立体式现代传播体系, 实现传播规模与传播效率的整体提升。

三、方式上: 坚持内容为王 避免盲目求快

(一) “泛视频化”≠融合传播

随着5G时代的到来, 视频的应用日益广泛, 其即时、生动的画面比单纯的文字更吸引人, 有时一段视频胜过千言万语。尤其是微信、微博、抖音等新媒体平台都不约而同地更加重视并广泛运用视频新闻。由此, 有的媒体人片面地认为, 短视频就是短新闻; 有的则简单地认为, 短视频就是“融媒产品”的全部, 短视频即“时长较短的视频”或“长视频的一段”。另外, 一些新媒体在重视视频制作和应用的同时, 越来越轻视文字的作用。其实, 无论传播媒介如何变化, 文字语言的作用都是无法取代的, 尤其是在深度报道方面。

（二）“唯流量论”≠融合传播

流量是媒体的本能追求。在传统媒体时代，报纸发行量、电视收视率是体现媒体热度的重要指标。移动互联网时代，一条新闻或资讯的影响力也要靠数据说话，即网络流量。为此，有些媒体简单地把“流量”作为衡量报道影响力的指标，千方百计获取点击量，绞尽脑汁追求“10万+”。但是从本质上来说，媒体流量只是一个“瞬间值”，而媒体融合的最终目的是培养长期而稳定的用户，最后成为媒体的“粉丝”。因此，融媒体时代，媒体不仅要关注流量，更要让用户“留得住”。

内容为王，永不过时。随着媒体深度融合时代的到来，无论传播技术如何变化、传播载体如何更新，“内容为王”的基本传播准则并未改变，高品质的内容始终是媒体的核心竞争力。作为融合发展中的校园媒体，只有通过优质内容赢得受众，才能不断提升新闻舆论的传播力、引导力、影响力、公信力，充分发挥校园媒体的育人功能。

四、技术上：引领驱动赋能 避免盲目求新

（一）“+新技术”≠脱离本质

合理运用数智技术可以拓宽创作的思路，赋能内容创新、叙事方式、用户体验、传播效果等，但是高校融媒体从业人员仍需具备扎实的新闻业务能力，坚守新闻专业精神，以内容为基础，以受众为核心，以技术手段提升产品内核而非本末倒置。在新技术的加持下，如何实现传播者、传播内容、传播效果的最大化，是推进媒体深度融合需要不断探索研究的课题。

（二）“+新技术”≠放任自流

尽管人工智能等新技术为媒体融合和新闻传播厘定了全新范式，有利于推进新闻传播体系和主流舆论阵地建设，但也伴随着内容虚假、侵犯版权、隐私泄露等各种问题出现，因此新技术的运用需要伴随生产方式的革新优化，需要从源头做好内容的审核把关。

新技术赋能的媒体深度融合在促进内容生产提质增效、扩大舆论宣传影响力等方面具有不容小觑的作用，探索新技术在媒体深度融合中的效能最大化，寻求新技术在媒体深度融合中的最佳发展路径，值得深思。一是构建以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障的传播体系，探索媒体融合的更多创新范式。二是不断增强推进媒体深度融合发展的内生动力，提升高校宣传人员的业务水平，坚守专业精神，坚持内容为王，把新技术全面融入到媒体深度融合的实践中，在不同媒介平台形成优势互补，从而全面推进新闻传播体系和主流舆论阵地建设。

五、用人上：加强队伍建设 避免盲目求全

（一）全媒型人才≠全能型人才

对于媒体而言，人才日益成为其核心竞争力的决定性因素，而且全媒型人才的重要性更是不言而喻。鉴于当前高校引才用才的实际和局限，不少校园媒体在很难扩大人才增量的情况下，只好在提升现有人才竞争力上下功夫，希望通过加大培训，把采编人员培养成提笔能写、举机能拍、看稿能编、对镜能录的全能型

人才。但术业有专攻，如果让一个文字记者同时兼顾并不擅长的摄影或视频工作，反之亦然，不但会增加时间成本，还会影响传播效率和传播质量。

（二）一专多能≠一味求“全”

就传媒教育而言，如果让一个大学生通过四年学习同时具备系统的专业知识、深厚的人文功底、先进的媒介技能和全媒体思维，应该可行性不大。就业界而言，如果让一个全媒体记者同时做到采、写、录、摄、播样样专业，也不太现实。因此，全媒体记者只是一个相对的概念，不能一味求“全”，也不能刻意追求又“全”又“专”。各媒体成员能够在擅长领域做到精通、专业，成为一专多能的复合型人才才是关键。

六、结语

综上所述，在高校校园媒体深度融合，对新闻宣传工作的内容创作、表达方式等各方面产生了较为深度的影响。媒体融合作为一项系统的工程，还需要高校新闻宣传工作人员在理念上强化顶层设计，避免盲目求大；机制上凸显媒体特色，避免盲目求变；方式上坚持内容为王，避免盲目求快；技术上引领驱动赋能，避免盲目求新；用人上加强队伍建设，避免盲目求全。在媒体融合实践中，正视和有效规避以上误区，大力推动高校校园媒体融合向纵深发展。

参考文献：

- [1] 陈杏兰. “媒体矩阵”建设中的三个思维误区[J], 传媒, 2020(06上): 65-67.
- [2] 洪孟春, 彭培成, 刘先根. 人工智能技术在媒体融合中的应用场景与创新范式[J]. 中国记者, 2023(11): 125-128.
- [3] 刘鑫. 媒体融合背景下高校校园媒体资源融合发展的路径初探[J]. 发明与创新·教育信息化, 2020(003): 88.
- [4] 韩锋. 全媒体时代高校校园媒体的融合及其发展[J]. 哈尔滨师范大学社会科学学报, 2018, 9(4): 3.
- [5] 石雪菲. 当今高校校媒的融合发展及思考[J]. 电视指南, 2018(1): 163-164, 166.
- [6] 王潇. 论融媒体情境下高校校园媒体的融合发展[J]. 传播力研究, 2019(5): 1.
- [7] 莎日娜, 李佳耀, 叶定剑, 等. 媒体融合背景下高校校园媒体资源融合发展的路径探析[J]. 电子科技大学学报: 社会科学版, 2019, 21(6): 5.
- [8] 董银雪, 杨玮, 叶萌. 媒体融合视域下的高校校园媒体运营策略[J]. 中国地市报人, 2023(11): 50-52.
- [9] 殷译文. 全媒体时代高校校园媒体的融合及其发展[J]. 传媒论坛, 2019(22): 1.

本文为2023年度山东省艺术教育专项课题“高校官方微信公众号在思政教育中的应用研究”（编号：L2023Y10200118）阶段性成果。