

文章编号:2095-0365(2016)03-0093-05

高校政务微博运作机制现状研究

——以河北某高校共青团新浪微博为例

上官诗媛¹, 王甲成²

(1. 石家庄铁道大学 马克思主义学院, 河北 石家庄 050043;

2. 石家庄铁道大学 图书馆, 河北 石家庄 050043)

摘 要:高校政务微博作为高校引导学生思想动态、发布校园实时信息、促进广大师生交流互动的主要新媒体平台,兼具新时期大众传媒和高校思想政治教育工具的双重身份。通过对高校政务微博发布内容和运作机制的分析,可看出高校政务微博在微博发布过程中存在发布数量波动性大、内容比例不均衡、微博缺乏互动性、原创性较低、信息来源狭窄等现象。分析其原因主要是高校微博在建设运作过程中缺乏专业性、科学性和制度性。为充分发挥微博平台的影响力和感召力,需从团队建设角度入手,改善高校政务微博运营机制,增加微博活力,提高微博传播质量,为高校的思想政治教育和信息化建设发挥平台作用。

关键词:高校;政务微博;运作机制;团队建设

中图分类号:C913 **文献标志码:**A **DOI:**10.13319/j.cnki.sjztdxbskb.2016.03.19

高校的新媒体建设是做好宣传工作,营造良好校园氛围的前沿阵地。近年来,随着大学群体思想动态复杂化,信息接收渠道多元化,高校的思想教育工作面临新课题、新挑战。高校的团学工作和思想政治教育活动必须紧跟时代潮流,把握受众导向,以良好的信息质量吸引关注,达到传播目的^[1]。近年来,高校的新媒体建设工作逐步转向公众号或开发校园信息客户端用以高校政务建设工作,但高校的新媒体前线仍是官方政务微博。

一、高校政务微博的传播特点

网络时代的大趋势下,高校政务微博作为大众传媒兼具高校思想政治教育阵地的平台功能,在信息传播、舆论引导和大众文化建设方面发挥了突出的作用。据统计,截止2015年12月,新浪微博认证的高校政务微博有451所,主要挂靠于

各高校的宣传部门和团委组织,高校政务微博的受众群体主要是在校师生、校友、家长考生和有信息交叉的社会组织等;发布的微博形式上以文字、图文结合、视频音频、链接服务为主;内容上主要有时政新闻、校园建设、心情感悟、公益服务、科技文化等,呈现在广大网民面前的是形式多样、内容生动的信息交流和娱乐平台。通过对河北某高校新浪微博(后简称“TD共青团”)的统计分析,发现高校政务微博面对活跃度和信息需求量大的大学生粉丝群,在内容发布上尽可能多元化,形式上立体化,以调动受众积极参与互动,以实现对大学生思想动态的把握和引导。

(一)高校思想政治工作的新平台

高校政务微博兼具大众传媒和高校宣传工具双重身份,因此,其传播校务资讯,发布微博信息

收稿日期:2016-07-25

作者简介:上官诗媛(1990—),女,硕士研究生,研究方向:中国特色社会主义理论传播。

基金项目:河北省教育厅人文社会科学重点项目(SD141065)阶段性成果。

本文信息:上官诗媛,王甲成.高校政务微博运作机制现状研究[J].石家庄铁道大学学报:社会科学版,2016,10(3):93-97.

必须要以传播社会主流意识形态为立足点,以坚持做好大学生思想工作为根本出发点,为马克思主义大众化,社会主义核心价值观的推广提供助力。“TD 共青团”作为该校的团学工作前沿,思想政治教育工作是其主要任务和工作内容。“TD 共青团”坚持以图文并茂的形式传播马克思主义理论和科学思想。如在该校的“青马培训班”活动中实时直播关于社会主义核心价值观的学习现状;在暑期社会实践中号召大学生“将社会主义核心价值观带到基层,带到祖国的花朵中去”;直播团中央“全国向上向善好青年”分享团进校园活动,传播社会正能量。在2016年全国两会召开期间,“TD 共青团”共发布29条微博,内容上主要为介绍两会上的热点问题,以生动语言讲述国家大事,以微博发布推送的方式宣传国家民族的时代之声。

(二)数量呈规律性波动

“TD 共青团”开通于2011年8月,定位于服务师生、共享校内外信息的高校政务微博。由该校团委指导,团委宣传部具体操作运营。自开通4年多以来,截止2016年3月28日,共有粉丝32720人,发布微博11451条,平均每天发布5.98条微博。作为高校的政务微博,“TD 共青团”坚持连续性更新,活跃度较高,在2015年8月全国高校微博排行榜中,该校团委新浪微博排名全国第四。研究发现,“TD 共青团”具有微博数量呈规律波动的特点,这和高校的日常学习生活作息时间安排、受众群体分布集中于大学生群体等因素有关。

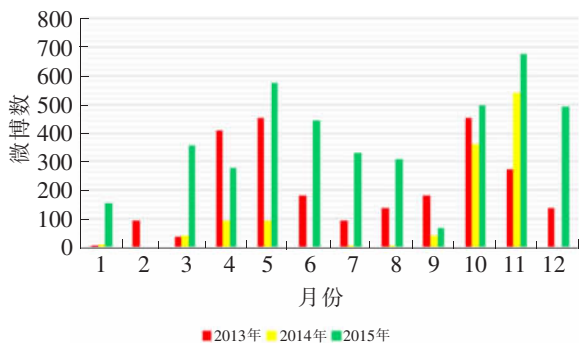


图1 TD 共青团 2013—2015 年新浪微博统计表

统计数据发现由于高校的日常学习生活安排的阶段性,微博寒暑假活跃度较低,如图1为

近三年来该微博发布数量统计图。2015年1月该微博发布信息151条,2月0条,7月329条,8月306条,2014年1月发布7条微博,2月0条,7月5条,8月5条,而在每学期中段和重要节假日,微博活跃度较高。如2014年9月开学后,高校团学活动密集,学生参与度高,10月发布360条,11月发布540条等。

这些数据一定程度上体现出作为高校的新媒体平台,微博的活跃度跟学校安排与学生日常生活关系紧密,把握这一传播途径要结合学生生活规律和学校管理现状,最大化发挥其传播功能。

(三)板块设计形式多元

“TD 共青团”具有板块设计多元化的特点。由于微博信息处理功能多样化,发布内容形式也呈现不同特点。通过分析该微博信息发布内容,发现该微博从原创性来讲主要分原创和转发以及其他;从内容格式上分纯文字、含图片、含视频、含音乐;具体内容上分时政新闻、校园建设、科技文化、服务公益、青春励志等类型。根据统计信息,“TD 共青团”微博原创性较高,原创率约为59%,转发量约40%;微博表现形式主要采用图文并用式和纯文字式,分别占微博总量54%和45%,形式多样,内容生动。

(四)多维度设计话题内容

“TD 共青团”在微博话题内容设计方面注重多维度和规模性传播,营造网络良好舆论氛围。2015年3月11日至6月16日,“TD 共青团”共发布178条有关2015年河北省“挑战杯”大学生课外学术科技作品竞赛的内容,平均日发布1.87条,内容大致分普及类,介绍“挑战杯”由来和历史,介绍该校为大赛召开所做的准备工作,主要集中在大赛开始前;实时直播类,追踪比赛动态,更新发布比赛最新信息;服务类,发布比赛期间以举办方为中心的组委会对支持比赛召开做出的有关服务保障措施和效果宣传,交通出行,天气服务等,特别是有关志愿者服务,微博上也大肆造势,弘扬了当代大学生志愿服务的奉献和实践精神。

通过数据和内容分析可以看到,高校微博在运营中因其特征显现出生命力和潜力,但是由于外部环境和具体操作过程中存在的种种制约,使得高效政务微博出现诸多问题。

二、高校政务微博运营中存在问题

作为高校的新媒体平台,高校政务微博在运营中通过具体的微博来传播信息引导广大青少年思想动态,但是,作为拥有活跃度粉丝群体较多的高校政务微博却在传播过程中出现零回复、“僵尸粉”等一系列尴尬问题。分析以“TD 共青团”为样本的高校政务微博后,发现在具体操作过程中,拥有最活跃的受众群体的高校政务微博却在微博建设中未形成良好的运营机制,没有完全发挥其职能。接下来仍以“TD 共青团”为例,分析高校政务微博存在的问题和原因。

(一)管理机制建设问题

通过对“TD 共青团”微博的样本分析,可以发现高校政务微博在管理运营模式和团队建设方面存在监管混乱和人员配置不够专业化的问题。此外,高校政务微博的日常运营也流于形式,存在追求数量、忽略质量,运用托管软件减少微博现实性的弊端。

1. 管理运作与团队设置

监管领导混乱问题。大多高校政务微博在监管程序中存在多方管理现象。如“TD 共青团”是由该校党委、宣传部领导,校团委具体指导,团委宣传干事主要管理运营的高校政务微博。多方挂靠的后果就是问责混乱,分工不明,以致出现“三不管”的问题。落实到具体操作环节,作为具体负责的校团委在监管环节中也并未直接管理,而是放权于具体操作人员。

人员配置现状。该政务微博的运营在人员设置上具体分为三层,一层为校团委书记、指导老师,制定微博定位和主题,确定该微博运营发展方向和体制建设;二层为团委宣传部,有该组织的新媒体负责人管理团队,制定每周话题,对微博内容把关,联系信息来源,负责考核工作;三层为运营发布微博的团委干事,负责微博信息的筛选、发布,板块建设,日常维护。据了解该团队目前共有10人,专门负责该高校政务微博的运作,成员均为该校在校大学生,专业有土木工程、经济学、汉语言文学等;发布内容上根据新闻热点、校园生活等具体事项,微博每周或每天围绕一个主题发布信息,展开讨论。但是具体操作人员缺少专业素质和危机处理意识。

2. 日常运营机制

该微博后台小组成员按周轮班发布微博,两人一组,上下午分工,每天发布总量不少于15条。发布时间集中在上午10时至11时和下午3时至4时,要求每天平均至少发布15条。发布方式主要分为人工发布、转发,依靠托管软件自动筛选发送,如“人民微博管家”和“皮皮时光机”等,后台操作人员再结合校园生活部分素材发布信息。在内容后,为了便于考勤和管理,小组成员往往通过微博的“@”功能显示该微博的发布者。此外,通过这一功能后台管理人员在登陆账号后,可以个人身份参与到评价和点赞的活动中。由此可知该微博在日常运营中存在时间安排不合理、不充分,依托软件托管假发布等一系列问题。

据了解,自2013年以来,“TD 共青团”后台管理团队的人员变动,负责管理维护微博的学生自身学业任务繁重以及运行理念重视数量而轻视质量,使用微博管家等托管软件自动发布、转发,丧失了高校微博的内在活力以及互动性、原创性特征,发布的有效微博信息较少,未能全面把关和策划微博建设,动摇了作为政务微博的权威性,降低了传播效果和舆论引导功能。

(二)具体操作问题

高校政务微博在具体发布操作过程中由于团队建设和运营机制存在的弊端使得微博发布过程和传播过程中出现种种弊端。

1. 微博缺少互动性

在“TD 共青团”发布的万余条的微博中,五年来的评论转发量仅有423条,这其中还包含后台管理员的自我评论和“@”。如“抗战胜利70周年”话题存在互动不足现象,该话题所有的47条微博一共收到16次转发,15次评价,83次赞,且与粉丝互动回复少,评价大多为微博后台管理员的自我“@”。高校的政务微博的双向互动性是最主要特点,像“TD 共青团”这样的单方发布,没有回复互动的微博就和普通网站没有区别,失去了这一特殊新媒体平台的作用和实际意义。

2. 微博缺乏原创性和时效性

以“TD 共青团”为例可以看出,政务微博普遍数量庞大,但内容和实际产生的传播效应不成正比。“TD 共青团”的微博大多评论浅显,且明显引用自网页,缺少原创性。此外,该微博虽然有着较高的更新度,但大多为单句微博,或者整理后碎片化发布,这种节段式发布方式大大削弱了微

博的时效快捷特征。由此可以看出,政务微博为代表的媒体的活力和潜力仍有待激发和挖掘,提高微博质量尤为必要。

3. 缺少时政敏感度

高校新媒体平台的主要功能之一就是传扬时代精神,做好社会主义思想政治教育引导工作,关注时政热点话题是重中之重。但是以“TD 共青团”为代表的高校新媒体平台存在未及时关注热点新闻,微博时效性和时政敏感度不高的问题。如上文所述的文艺座谈会话题,微博发布内容缺少深度,只陈述时政新闻事件,没有做到深度挖掘理论和实际相结合,用微博新模式去宣传中国特色社会主义理论。

4. 微博信息来源渠道狭窄

政务微博的后台管理发布者没有与基层做好联系沟通,信息来源范围窄,不接地气。在该校军校传统背景下,该校的宣传风格一直较为严谨、刻板。微博内容局限于学校和共青团活动,没有将校园生活和社会环境结合,只从网络渠道转发或是在校级层面活动中节选部分新闻和状态,没有利用大量身边现有信息,如各学院迎新晚会,汉字听写大赛这样参与人众多且在学生群体中有较高影响力的活动来发布粉丝喜闻乐见的微博,因而无法调动粉丝的积极性和参与性,落入单方传播的尴尬模式。

三、高校政务微博的运营策略

(一) 科学后台运营,组建专业团队

1. 科学制定管理机制

针对高校政务微博存在的管理混乱,分工不明,问责不清的问题,学校宣传主管部门或共青团应制定科学的高校政务微博管理机制,职权分明,监管到位;坚持新时期中国特色社会主义理论传播新平台的立场,在高度上制定微博发展方向和未来规划,突出高校政务微博语言鲜明,受众广阔,活跃度高的特点,发展社会主义宣传事业。^[2]

2. 提高团队素质,做好后台人员队伍建设工作

一要提高专业素质。作为微博“制造者”,后台人员首先必须提高微博管理员政治素养,坚定立场,有责任感和团队意识,明确个人职责,从微博主体角度出发,弱化个人主观意识;二要有敏锐的时政观察感和与实际结合的能力,善于将抽象

的意识形态事物与现实生活结合,创造出符合微博主体理念且大众喜闻乐见的微博形态;第三,微博发布者不仅要语言得体、针砭时弊,还要具备图片、视频等信息处理能力。

3. 建立日常运营机制

制定合理运营机制,拥有科学高效的团队,科学制定运营计划,这方面“TD 共青团”有可取之处。首先队伍选择层层把关,小组隶属固定宣传部门,组织纪律严明;其次分工明确,有具体合理的数量指标,班组连续运营,微博持续更新,提高微博活跃度;订立周期主题,由组长和专职指导教师沟通,结合时事新闻、学校活动制定发布。

此外还要创立微博预警机制,由于微博传播的不可控性,在突发事件发生时,必须采取针对性措施制止信息恶性扩散,影响网络安全;要跟踪传播信息,及时分析受众反馈,通过了解群体心理变化和行特点,调整传播方案。

(二) 高校政务微博内容的改善和提高

1. 加强与受众的互动交流,掌握受众思想动态

后台管理人员在微博发布后要注重与粉丝互动,完成传播过程的始末,充分发挥自媒体时代信息双向传播的特点,树立接地气,有活力的高校政务微博形象;在具体操作中后台人员分工要明确在组织建设层面提高对粉丝互动交流的重要性,以网络文化载体的开放性拓展大学生思想信息的获取渠道^[3]。

2. 增加微博原创性和实效性,突显高校特色

加强微博原创性,必须放弃使用托管软件,不照搬照抄网络新闻,主动结合微博主题立场,联系实际发布有内涵、有深度的微博。具体可发动基层群众力量,采取多渠道获取信息来源,从微博所在单位、身份角度出发,如“TD 共青团”就要立足本校实际,联合各个学院系和学生组织约稿,将各学院投稿内容结合时政消息,把握社会主流动向,调动粉丝积极性,为社会主流意识形态的传播服务。

3. 重视时政板块建设,提高时政敏感度

在板块设计上重视时政话题的比重,发布者要在信息选择上提高时政话题比例,强化对时政话题动态的把握和处理能力;形式上与校园生活结合,把握合适尺度,开放式发布大众群体关心话题,增加微博活力,体现高校政务微博的特点。

4. 拓展信息来源渠道,丰富政务微博内容

要主动扩展功能领域,以社会主流价值观为引导,以主要时政信息为主体,结合粉丝喜闻乐见的内容形式,传播中国特色社会主义理论,引导青少年正常思想变化;选择有效、多样化的信息来源,将时政热点和生活结合。发布时政热点新闻时要选择权威网站、官方报刊,如人民网、新华网,《人民日报》、《光明日报》等,增强微博权威性和话语权,形成品牌效应,全面提高微博内容质量。

高校政务微博作为微博广大群体中活跃度和影响力较高的主流群体之一,是新时期政府、

学校、各社会组织进行中国特色社会主义理论宣传和教育的主阵地,必须牢牢把握和利用,提高高校政务微博的社会影响力和网络传播功能^[3]。在信息时代的背景下,我们应当借助高校政务微博的公正权威性,借助微博时效性、互动性的突出特征,正确使用新媒体为广大青少年信息交流提供服务,为高校的思想政治工作助力,让中国特色社会主义理论得到更广泛的传播,使科学社会主义真理深入人心。

参考文献:

- [1]杜莹,武文静. 党政机构微博在突发事件中传播效果的影响因素及策略[J]. 石家庄铁道大学学报:社会科学版,2014(2):79-83,95.
- [2]王泳安,王学俭. 微博视域下的马克思主义传播探析[J]. 中国石油大学学报:社会科学版,2012(4):74-78.
- [3]刘荣贵. 网络文化视域下大学生社会主义核心价值观构建[J]. 石家庄铁道大学学报:社会科学版,2015(4):68-72.
- [4]黄蓉. 以微博为载体的中国马克思主义传播路径探索[J]. 武汉纺织大学学报,2013(8):56.
- [5]中国互联网络信息中心(CNNIC). 第37次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. 2016-01-22. http://cnnic.cn/gywm/xwzx/rdxw/2015/201601/t20160122_53283.html.
- [6]许丹. 微博阵地建设于马克思主义大众化[J]. 重庆科技学院学报:社会科学版,2012(8):13.

Research on Operating Mechanisms of Universities Government Affairs Microblog

——A Case Study of Youth League Microblog in One University of Hebei

Shangguan Shiyuan¹, Wang Jiacheng²

(1. College of Marxism, Shijiazhuang Tiedao University, Shijiazhuang, 050043, China;

2. Library, Shijiazhuang Tiedao University, Shijiazhuang, 050043, China;)

Abstract: Microblog of government affairs in colleges and universities is a major new media platform to guide students' ideological dynamic, release real-time information in campus and promote interaction between teachers and students, which integrates the roles of mass media and the tool of ideological and political education in colleges and universities. Through the analysis of the contents and operating mechanisms of the sample microblog, we may find problems in the release process such as large fluctuations in the number of published items, content disproportionate, lack of interaction, lower originality, and narrow sources etc., which mainly attributed to the unprofessional, unscientific and non-institutional operating process. To maximize the positive impact and appeal of microblog platform, we need to start from the perspective of team building, improving operating mechanisms, increasing the vitality of microblog, improving the quality. And expand the influence of new media which serve as the platform of ideological and political education and information construction in colleges and universities.

Key words: colleges and universities; government affairs microblog; operating mechanisms; team building