

[DOI]10.12315/j.issn.1673-8160.2022.19.028

高校大学生自媒体经营路径分析

张延芝

(云南旅游职业学院,云南 昆明 650000)

摘要:伴随互联网的不断普及应用,自媒体逐渐成为社会各行各业的重要推动力之一,现代社会迈入了自媒体时代。大学生作为一个好奇心强、学习能力强、热情高的群体,是自媒体的受益者与参与者。本文通过对大学生自媒体应用背景,结合大学生群体对自媒体的认知与习惯,旨在为高校提供大学生自媒体管理和引导的方法路径,从而有效开启经营与积累大学生自媒体之路。

关键词:高校自媒体;大学生自媒体;自媒体经营与积累;路径分析

一、高校自媒体现状分析

(一)应用背景

伴随互联网的不断普及应用,自媒体逐渐成为社会各行各业的重要推动力之一,现代社会迈入了自媒体时代。余向阳侧重研究自媒体时代高校红色网站建设,指出高校应培养专职人才、增加事业经费投入,建立用户分级管理系统和评论功能、设立投稿专栏等方式循序渐进地建设网站^[1],季明和高明以微信公众号为例,提出高校公众号要创新推送内容、定位推送时间、加强与学生的互动、细分用户群体、整合推送资源、鼓励学生分享信息等一系列具体策略^[2];马颖忆等利用超星学习通、学习强国等学习软件研究媒介融合的课程思政建设,旨在使大学生在获取专业知识的同时还能接受意识形态教育,多途径为思政教育增添新力量^[3]。

丁凯和宋林泽认为自媒体对高校宣传教育观念、环境、方式及人员提出新挑战,同时又对促进大学生“政治社会化”进程,实现“主体间性”思想政治教育带来了机遇^[4]。朱春花观察到自媒体技术既有助于提高学术期刊内容传播的时效性和影响力、培养期刊自身特色,又对推送文章中保留完整的学术观点带来挑战。高校自媒体除思政和第二课堂外,其他学科参与度不够。高校积极响应习近平“将思想政治工作贯穿整个教育教学的全过程”的号召,在自媒体时代掀起了创新思想政治教育的浪潮。学术界也将研究的重点落脚于自媒体技术与思想政治教育学科的融合,涌现出大量优秀的研究成果,但其他学科的参与度相对较弱,不利于自媒体时代高校高等教育的全面发展。国外则侧重于对媒体视频处理技术、数学图像与视频处理,图像滤波、运动估计、视频分割、图像与视频压缩技术的研究。^[5]

(二)大学生对自媒体的认知和习惯

陆昱颖指出大学生使用的自媒体账号微博居多,关注最多的公众号类型是文学类,语言文学专业的同学原创文学占比最多,创作内容都与自身兴趣

相关,少部分的内容与时事热点相关^[6]。李雪菁等分析大学生群体接受自媒体态度积极,更倾向于兴趣导向的娱乐化内容且观看频率高、时间长、渠道广。

正如有的90后所说“不想写无bug代码的摄影师不是一个好作家”,充分反映了当代大学生多元有趣的生活方式。现在的00后更是人才辈出,多才多艺、拥有多元化的爱好和生活方式。对于大学生们而言,可以随时随地通过自媒体与亲朋好友进行联系,网络交往逐渐生活化。据调查显示,现在很多大学生在联系朋友时相比于拨打电话往往会选择通过即时通讯软件来进行联系,例如通过微信或QQ发送即时消息、拨打语音电话、进行视频对话等,只要对方也在使用互联网,就可以收到信息从而实现沟通。当代大学生更依赖于自媒体,更有甚者用自媒体代替搜索引擎,近年来短视频平台尤其受到大学生的喜爱。短视频降低了获取知识的门槛,促进社会知识信息良性循环。同时,短视频平台赋予大学生更多的表达渠道,给予了大学生更多自我表达的机会和空间,可以使大学生在短视频分享互动中展示自身个性,获得社交的满足感。

二、为什么要经营大学生自媒体

自媒体是高校意识形态领域的主阵地,各级高校都在加强校园网络文化建设,完善新闻信息发布制度,做大做强网上正面思想舆论,提高网上议题设置能力和舆论引导水平,提升校园网络平台的吸引力和黏着力。建立健全网络舆情常态监测和预警机制、网络舆情联合应对机制,积极主动开展网上舆论斗争。分类推进学校互联网公众号建设,及时掌握师生自媒体动态,加强规范管理。健全网站信息内容更新的保障机制,及时排查本部门网站存在的安全隐患。在高校的引导和管理下大学生自媒体可以从形式和内容上很好地补充官网和官微的新闻发布,形成以主媒体为中心,遍地开花的趋势。

三、高校如何引导和管理大学生自媒体

大学生自媒体正在潜移默化地改变着大学生的

思维模式、价值认知和行为方式。由于大学生正处于价值观形成的重要时期,面对各类碎片化、复杂化、真假难辨或是意识形态攻击等信息时,容易造成价值观迷失,甚至可能采取极端的线上、线下行为。所以非常有必要进行价值观的引导、风险的防范和大学生自媒体的管理。

(一)大学生自媒体价值观的引导

大学生正处于世界观、人生观和价格观形成的重要时期,大学生对舆论的把控能力较低,容易受历史虚无主义、和唯心主义等错误思潮的影响,自媒体领域中更是鱼龙混杂,自媒体传播内容娱乐化,各类搞怪的娱乐视频层出不穷,大学生中就诞生了很多“三观跟着五观”、“颜值即正义”,很多天天靠吃瓜过日子的“吃瓜群众”。目前,网络暴力、网络人肉、媒介审判、侵犯隐私等事件触目惊心,所以对大学生自媒体价值观的引导是十分必要的。

大学生开展“四史”的学习、青年大学习、安全陪伴的学习就是对大学生自媒体价值观的正向引导。但是开展形式多止步于提交学习截图,证明自己学了,本作者认为可以更多形式地开展自媒体的价值观的引导,比如引导和培养一些有影响力和活跃度的意见领袖,让大学生自己发声,引导正确的价值观。这些意见领袖要有组织和管理地进行发声,同时意见领袖的自媒体账号要有一定量的粉丝数、评论数和转发数、原创文章数和关注数。意见领袖的培养是高校网络思政教育的有力补充,应加大力度培养和监控,提供必要的制度、人力和经费保证。

(二)大学生自媒体风险的防范

自媒体主体的版权保护意识不强,表面上看是自身素质与法律意识的缺乏,但根本来说是经济利益追求与版权保护成本之间的不平衡。大学生自媒体内容的发布更具主观性,往往是不经过思考和无计划的发布,会随意传播不准确的、片面的信息,不注重风险防范,自己也会受到处分和付出代价。如大学生在自己抖音中发布带有学校明显标志的娱乐化、肤浅化的通俗搞笑视频,虽然获得了很多转发量、引发了很多评论和点赞,增强了自媒体账号的影响力,但是却给学校的形象造成了不良的影响,因此自媒体的运营者也受了学校的处分。大学生自媒体风险的防范,首先,不做谣言或不实报道的搬运工,导致触犯法律;其次,不抄袭、未经许可转载传播,造成侵犯他人的著作权;最后,要经营有正能量的自媒体,爱国、爱党、爱校,不侵犯他人或单位的合法权益,不对他人或他单位造成不良影响。

(三)大学生自媒体的管理

大学生的自媒体虽然具有隐蔽性、圈子化、社群化的特征,但是作为高校一定不能疏于管理,可以从以下几个方面着手管理。

(1)建立自上而下的学生管理机制,由学院分管学生工作的完成牵头,学生处制定具体的实施细则,二级学院辅导员主抓落实,终端是以班级的安全委员作为网络舆情第一责任人,平时注意收集本班同学的自媒体相关信息,一经发现及时上报处理,不至于经过网络舆情“黄金4小时”的发酵期裂变成不可控的网络事件。涉及意识形态领域的问题,一经发现,管理上决不含糊,制定有效的管理措施,让学生认清自媒体自由的边界。

(2)思政教育第二课堂的开展,定期或不定期地对大学生自媒体进行评比、评选,开展各种征文、短视频的比赛,让学生群体之间传播正向的价值观,从而对学生思想状况的动态了解,具备日常扎实的自媒体管理基础。

(3)建立大学生自媒体服务机构或社团,为大学生提供咨询和指导服务,对大学生拿不准的问题,要有合理的渠道第一时间进行答疑解惑,在服务的过程中要注意服务的方式、方法,尤其是要注重时效性,不能等出现问题再来解决。另外,对一些常见的自媒体运营的技巧:如各类自媒体账号的注册和开通、图片的处理、文章的编辑、视频的剪辑与压缩等应多给予线下的培训和指导。

四、大学生自媒体经营路径

大学生自媒体经营与积累是跟个人定位、知识结构和职业技能分不开的,要从这三个方面提高自己的大学生自身的媒介素养。所谓媒介素养就是指正确地获取、分析、加工、处理和发布信息资源的能力,并能够充分利用媒介资源完善和提高自我,以及参与社会进步的能力。

(一)以微博为代表的网络舆情类自媒体

以微博为代表的网络舆情类自媒体,包括新浪微博和今日头条等。此类自媒体可以获得更多的新闻咨询,同时也是一个开放的平台,有更广阔的粉丝空间。当然不同的平台有自己的规则,如头条号指数可以理解为文章内容值得被推荐的程度,这一指数是机器通过对作者创作的内容和读者阅读行为的记录分析得出的账号价值评分,包括健康度、原创度、活跃度、垂直度、互动度等5个维度。作为大学生微博运营者,可以从以下几个方面经营和积累。

(1)注册一个微博账号,要跟自己擅长的和感兴趣的领域相关,关注一些这些领域的大V,前期可以多学习、多点赞、多评论,保持自己有良好的学习热情和互动性。

(2)在微博的学习过程中了解微博的一些运营规则,看懂微博的数据指标,如微博的微博数、关注数和粉丝数,具体到单个博文的阅读数、点赞数、转发数和评论数,如何增强微博的质量,这就需要不断地学习,了解微博的规则,大V的发帖规律和发文

内容。

(3)微博用于营销,则需要学习更多技巧,要与粉丝保持良好的互动,如话题营销、借势营销、活动营销和粉丝营销,这就需要进一步积累。平时要进行一些话题的积累,对时事、节日和热点保持高度的敏感性,才可以进一步地造势、借势,增强粉丝的粘性,培养粉丝的忠诚度,这样才可以扩大微博的影响。

(二)以抖音为代表的短视频类自媒体

以抖音为代表的短视频类自媒体还包括快手、小红书以及各个电子商务平台的短视频版块,如淘宝、京东、拼多多的短视频平台等等。

(1)选取自己感兴趣的平台,结合自己的特长和兴趣注册一个账号,并以自己的兴趣点构思自己的风格和内容,多学习,多观看。

(2)学习短视频的拍摄技巧,脚本的撰写,这一阶段要沉浸式地学习,系统地学习脚本的撰写,结合短视频的平台学习短视频的剪辑和制作,坚决抵制低俗的短视频。

(3)分阶段地进行短视频的制作与发布,期间应关注这些短视频的数据变化,给予粉丝必要的回应,结合粉丝的需求构思接下来的作品。以此来不断增加短视频平台的粉丝,并保持自己对短视频平台的热度。在自己运营的同时要注意多与同学好友之间交流积累,相互进步。

(三)以微信为代表的文章创作类自媒体

1. 微信朋友圈

朋友圈是一个典型的强关系运营,朋友圈中都是自己的亲朋好友,是建立自己威信和形象的一个非常重要的渠道,大学生要经营正能量的朋友圈,不能过早地开采,要持续经营,不鼓励大学生急功近利,一开始就进行朋友圈营销,例如去代理某种产品这样的结果会直接导致朋友圈被屏蔽,致使自己的阵地还没开始经营就已无用武之地。朋友圈是一个私域化的空间,建议大学生把个人情感、认知和感悟,以记录生活点滴的形式发布,要有自己的思考和见地,让读者可以见证自己的成长和成熟,此方法不失为一种微信朋友圈的良好开启模式。要有持续分享的勇气和热情,多参加社会活动,让自己有话可说,有故事可讲。

2. 微信公众号

微信公众号分为服务号、订阅号和小程序,微信公众号的官网上有详细的介绍,建议大家在经营之前先进行了解,大学生作为个体经营一般是以注册订阅号为主,每天可群发一条信息。大学生首先,要了解自己擅长的领域,以此来设计公众号的Logo、名称以及底部菜单栏;其次,开始深耕,在发文过程中忌讳主题不一致、每天一个主题,这样不利于粉丝的

积累;再次,要积累自己的深厚地文字功底,多读多看多思考;最后,也要注意自己的人设,有一定的风格的公众号会更让人印象深刻。微信公众号简单易于运营,但是要持续发力,不能半途而废,多于相关运营者保持良好积极地互动,互相鼓励,保持一如既往地热爱并不断地学习更新自己的公众号。

五、结语

大学生的自媒体经营,要注重对大学生媒体素养的培养,要贯通自媒体生态的理念,高校通过对大学生自媒体价值观的引导、风险防范意识的加强,对大学生自媒体的管理,提倡大学生学习优秀的自媒体、认真经营、可持续发展,不浮夸地晒单、炫富、造势,而是要深耕慢采,所有题材要充满正能量,专注于以自身的专业和特长知识来获取粉丝人脉,在经营过程中多了解数据指标,进行数据分析,动态调整,并与粉丝保持互动,希望大学生都可以正确地开启自媒体经营之路,在大学期间积累自己独特的自媒体。

参考文献:

- [1]季明,高明.新媒体对大学生思想政治教育的影响研究——以微信公众号为例[J].江苏高教,2015(4):114-116.
- [2]马颖忆,刘志峰,冯年华.基于媒介融合的课程思政建设——以超星学习通、学习强国、自媒体平台融合为例[J].电脑知识与技术,2020(34):200-202.
- [3]习近平.把思想政治工作贯穿教育教学全过程[EB/OL].新华社,2016-12-08.
- [4]丁凯,宋林泽.自媒体视域下的高校宣传教育网络建设[J].教育研究,2015(4):49-56.
- [5]赵秀丽,岳俊峰.近十年高校自媒体应用研究综述[J].三峡大学学报(人文社会科学版),2022(1):88-93.
- [6]陆昱颖.大学生自媒体内容生产与传播[J].传播力研究,2020(5):88+90.

作者简介:张延芝(1983-),女,河南孟州人,硕士研究生,云南旅游职业学院讲师,研究方向:计算机信息管理。