“团学工作网络新媒体战略转型”创新

试点项目结项报告

共青团桂林电子科技大学委员会

随着现代信息技术飞速发展和移动智能终端的广泛应用，以“短小精炼”为文化传播特性的微时代已悄然来临。在新媒体环境下，大学生习惯并擅长通过百余字分享信息、沟通情感和表达诉求，信息传播速度更快，内容更具冲击力，大学生的思想和行为方式也正发生着深刻的变化。针对这一现状，桂林电子科技大学在准确研判新媒体环境下网络信息分享和传播机制、青年学生“微生活”领域价值取向和行为特征的基础上，以全媒体终端平台建设为目标，利用新媒体技术创造性的开发了四位一体的微风校园的新媒体传播平台，组建了“1+8”新媒体社团联盟，实现了校园网亚传播圈下校园自媒体内容的视觉整合与主题渗透，有效的服务了青年思想引领和成长成才，现总结报告如下。

一、主要做法及成效

**（一）构建了1+8新媒体社团联盟**

从2010年5月起，桂林电子科技大学成立了“微风映像”视觉整合教育传播中心。中心现有成员49人，其中指导老师10人，由多年从事一线思想政治教育实践工作的专家和数字媒体技术专业博士后组成；工作人员39人，由来自8个学院21个不同专业的动手实践能力较强的在校本科学生组成，学科专业齐全，队伍结构合理。围绕“微风映像”视觉整合教育传播中心指导建设了“求索网”、“光溢视觉”、“拾光摄影”、“微博协会”、“信息安全维护小组”、“数字海棠杂志社”、“异域动漫社”、“未来岛音频工作室” 8个新媒体社团，形成了“1+8”模式的新媒体社团联盟。

“1+8”新媒体社团联盟不是简单的团委指导的大学生社团组合，它由学校学工部、团委直接领导和指导，其核心是各个领域的专家，纽带是“微风映像”视觉整合教育传播中心，其关键是8个各富特色、各有特长的学生社团。其中，传媒中心负责搭建平台、产品规划、理论支持、方向引领、政策把关、底线控制与行政支持;8个社团凭借技术能力和艺术特长贡献价值，他们技术互补，用户交叉。此外，每个社团都保有其核心技能如：微风的校园网络直播、光溢视觉的微电影、拾光摄影的摄影技术、数字海棠的电子杂志、信息安全小组的数据挖掘、微博协会的微博运营等。

**（二）完善了四位一体的微风校园新媒体平台**

自主研发了“四位一体”的“微风校园”新媒体平台，搭建了4个校园新媒体传播渠道：一是手机传播渠道，通过自主研发的“微风校园”手机APP软件，向用户同步推送通知公告、就业招聘等校园信息、个人课表等教学信息、水电维修等生活信息，凝聚了校园拇指一族；二是PC端传播渠道，通过自主研发的“跟风看现场”网络直播系统，将校园大型活动以网络直播或录播的方式高速传送给在宿舍的关注者，凝聚了校园宅男宅女；三是校园公共传播渠道，通过自主研发的“微风播放器”，将游离于各个学生社团、校园自媒体的优秀原创视频汇聚了起来，凝聚了校园拍客、播客和创客；四是校园生活传播渠道，通过与桂林联通公司合作，自主设计了“微风公寓”数字电视系统，覆盖了校园大众。

**（三）探索了线上线下相结合的校园文化活动传播机制**

桂林电子科技大学通过人员的合理配备，建立工作机制推动线下各项工作和线上平台应用的有效联动，推动1+8新媒体社团联盟牵手品牌校园文化活动，实现“跨界”合作，助推传统文化活动线上影响力倍增的同时实现了其自身线下影响力的提升。活动中“微风校园”4个媒体传播渠道助推活动全面“触网”：其中，微风校园APP负责赛事发布，公寓电视循环播放赛事的宣传片，微风播放器支持活动所有录像点播，“跟‘风’去现场”直播系统负责现场直播和微博大屏幕互动。此外，通过网络投票、微博大屏幕、话题PK、卡通人像设计等将传统活动影响力在网络中倍增。当前我校各大校园传统文化和教育活动中，8000个“微风校园”安装用户通过投票、关注、转发、评论、观看、吐槽的形式在社交网络中将其引爆，促使活动内容和教育信息的“裂变式”传播，达到了“线下”品牌活动依托新媒体平台“线上”保“鲜”的目的。

二、工作经验和体会

**（一）平台自主、内容原创，实现对“时、度、效”的有效控制**

四位一体的校园新媒体平台独立于学校传统WEB站点，在交互模式上更符合移动互联网的需求。平台的用户来源于学校的师生，保证了其内容本地化、校园化，对商业站点和网络大V的依存度较低。微风校园的内容策划并非自组织，一般由微风映像总体策划，具体信息由各个学院的网络宣传员队伍提供，编辑交由各个机关科室的老师。微风校园的内容有效的围绕大学生的学习、生活、娱乐，同时不脱离青年热点，很好的把握了网络空间的“时、度、效”三维标准，做到了“内容”的丰富呈现、“观点”的精准表达，“情绪”的合理把控。

**（二）从内容供应到产品供应,“流量为王”的模式需要改变**

依托“微风校园”的四个媒渠，我校完成了从内容生产到产品供应的转变。“微风校园”的网络人气和网络流量也已经初具规模。4G时代，信息大爆炸将是趋势，信息过载将进一步碎化我们的时间，今天的流量优势有可能很快因技术的提升而显得微不足道。在微信等社会化网络平台每天生产大量热点的趋势下，对校园自主平台来讲，更重要不是聚集、发布的越多越好，而是要和更多线下活动结合起来，发挥校园媒体的独特优势，驱散网络戾气，提升公信力。

**（三）从新媒体到全媒体,不能简单的做加法**

从新媒体到全媒体，媒介内容变化不大，但是对于媒体用户和媒体平台的整合需求越来越高。“内容聚合是基础、用户沉淀是关键”，用户整合和内容融合不是单个新媒体平台的用户叠加，不是将图片变成视频。首先要加强黏性用户量，扩大自建平台和微博平台、微信平台的共有用户公约数；其次要培育更多粉丝量大、发布信息积极的学生领袖、明星老师、校园播客、极客等明星用户，鼓励其进行内容创作，通过将其发展成为“桥节点”，从而进一步促成"裂变式"传播；最后需要加强数据挖掘等技术的运用，及时了解访客类型、访问时段、交互方式、点击热点等信息，即时弥补软件设计的不足，降低用户流失率。

三、下一步工作打算

**（一）建立深度内容创作体系，将工作的中心从信息供给调整到观点输出**

首先，做好新媒体社团联盟内容创作规划，利用微风映像视觉传媒的指导老师，结合校园安全、心理健康、时事热点、时政要点、青年话题和重大舆情，有针对性的制作专题教育片、图片专辑、主题漫画、网络广播剧等。其次，将反映同一事件的价值取向、精神内涵、思想导向等多种信息进行视觉整合编辑，对教育内容进行筛选，对关键元素进行提取，对用户进行定向投放。再次，鼓励并支持大学生用户创作内容，加强流行元素、时尚因子的隐形植入，以“微说”的形式，通过视频、图表、长微博等形式给予二次包装、立体呈现，将大道理分解到到各个“微量元素”中，做到暨主题鲜明又润育无声。

**（二）细分新媒体平台用户，进一步扩大黏性粉丝数**

将校园新媒体用户细分为三类：社交边缘圈、影响圈和核心圈，有针对性的进行分类引导。将学校在微信、微博上的公共账号粉丝导流到校园网、校报等校园媒体平台中来，发展更多校园网络亚传播圈边缘用户；将微风校园的按照用户（读者）发展为活跃用户，扩大影响圈；对于校园媒体的撰稿人和校园自媒体、学生小记者、校园新媒体等“自干五”，加强培训和自组织骨干等定义为核心圈。针对社交边缘圈要加强引导，通过社会化媒体平台向其推送更多内容，改善用户体验；对于影响圈要加强用户调研与反馈，同时开展更多线上线下同步活动，以校园化、兴趣圈带动起有效互动；对于核心圈则要定期开展组织化的培训和引导，大胆聘用网络宣传员共同参与团学新媒体平台的设计与维护。

**（三）加强校园“触媒”设计，开发“微风校园”视觉识别系统**

校园空间在主动吸引校园用户有着先天性优势，要加强各级团学组织的新媒体“促媒”占领意识，在校园“三角地”、学生宿舍区等空间主动开辟形象宣传阵地，帮助学校主要新媒体平台发展用户，凝聚用户。建设校园新媒体平台的视觉识别系统，开发大学生认可接受的新媒体平台的卡通人物、卡通头像，为每一个新媒体社团配置自己个性的LOGO。将视觉识别系统系统的部署在社交网站公共账号、社会化媒体平台和自主开发的APP等各个自建平台上，统一风格，同化主题。除了线上用户的推广外，还有加强线下的海报、彩页、DM广告、二维码的推广与植入。通过提高识别度，增强曝光量，植入个性元素，展现新媒体平台的独特价值取向和温暖的人文情怀。

**（四）统筹校园自媒体，促进校园媒渠整合**

新媒体冲击下，要求校园内也要做好传统媒体和新媒体的融合。这就要求学生新媒体组织要遵循新媒体环境下校园自媒体的管理办法和传播规律。具体操作层面各个媒介的重点如下：校园电视因其视频特点，主要报道校园文化活动和校园学术报告等；校园广播可以弥补空闲时光，主要开展文体赛事、生活娱乐资讯报道；校园网则进行全面、快捷、精准的多媒体呈现；校报则聚焦学校发展改革主题，进行深入报道和深层次引导，同时注重报道的原创性，以青年视角进行评论；客户端则以移动门户姿态出现，突出在危机事件管理和用户反馈方面的发挥重要作用，兼顾打通社会化媒体的作用。