**浅析新媒体平台发展对高校社团联盟品牌建设的重要性**

**——以上海市大学生经典读书社团的实践为例**

高校社团联盟的设立，旨在有力保障各高校同一属性社团互通有无、协同合作，顺利开展大型特色活动，并最终形成统一社联品牌、扩大影响。高校社团联盟意在集结各高校志趣相投的社团，致力于某一领域内的社团活动发展，在培养学生组织开展活动能力的同时，繁荣高校校园文化，展现当代大学生精神风貌。

二十一世纪第一个十年已经过去，媒介的迅速发展，已在很大程度上改善了人们的沟通方式，手机、网络成为现代人必不可少的交流工具。高校社团联盟的群体是大学生，是现代社会中接触并使用媒体最快的一类人群，因此将新媒体运动到高校社团联盟的品牌建设之中已经是必然道路。本文将现有媒体平台对于维系社团联盟存在的不足为探讨起点，以上海市大学生经典读书社团联盟（以下简称“读书联盟”）浅析新媒体运用方式的特点、优势以及在高校社团联盟品牌建设中的必要性。

1. **社团联盟的媒体平台普遍现状**
2. **高校校区分布的扩大**

随着1999年起扩招政策的实施，上海各大高校的学生人数日益增加，市中心学区的教学资源已无法满足，各高校开始向郊区拓展，纷纷在松江、奉贤等区县建立校区。各高校形成地区分区型分布。从目前的情况来看，沪上高校的分布如下：杨浦区有复旦大学、同济大学、上海体育学院等学校；松江区有上海外国语大学、华东政法大学、对外贸易学院等学校；奉贤区有华东理工大学、上海师范大学、上海应用技术学院等学校；闵行区有交通大学、华东师范大学等学校，以及分散在上海各个区县的其他学校。

社团联盟必然摆脱不掉与各校社团的联系与沟通，如何顺利、有效进行沟通成为社团联盟的必须考虑的一个重要方面。“口口相传”或者通过密集的集会形式来沟通，已经无法完全匹配现有的校园间沟通模式。

1. **高校学生已成为新媒体使用群体**

在新媒体广泛运用之前，高校联盟组织的活动形式比较单一，或是以月会、年会的形式，把学生召集到一个指定的地点来开展活动。随着网络的普及，线上活动也运营而生，比如一些展示、投票的活动便能够在网上进行，少受时间及空间的限制，在一定程度上也扩大了参与程度。在传播信息这一方面，新媒体未产生时，基本上都是以电话、信件、定期会议的形式来沟通，如今，电子邮件、即时聊天软件、网站小组平台等都是传播信息、召集活动的重要渠道，不仅快速、便捷，在内容质量、数量的发布上也不受约制。

1. **社团发展与社员参与性**

当代大学生的表达意识非常强，对社团活动的组织会有个人的看法，事实上社团联盟随着本身规模的扩大，反而更需要拓展社员的参与度。将新媒体运用到高校社团联盟的建设上来，可以在更大程度上听取各个社团、社员的建议和意见，群策群力，由社长组织，但不依赖社长做事，让社团联盟的活跃单位延伸至每个社员，才能使社团联盟的互动性、多样性加以提升。

1. **新媒体的运用**
2. **新媒体的分类**

·**手机媒体**

手机短信：具有传播速度快和信息传播范围可控等特点，能实现几秒内向上千用户发送短信息，直接快速准确地将信息传达到指定人群。现有常用的做法：飞信群的建立。读书联盟建立了一个飞信群，将沪上高校加入读书联盟的社团加入其中，目前已有26所高校46个社团的负责人已加入。读书联盟办公室会将日常讲座信息、活动信息通过短信发送到各位社团负责人的手机上；各社团有任何活动需要办公室帮忙宣传的，也可以通过读书联盟的飞信群来扩大宣传范围。

·**网络媒体**

网络不仅可以发布文本、图像、声音、视频等，而且可以作为人们互动交流的平台，利用强大的网络功能开展社团工作具有比较明显的优势。

网站：建设专门的社团交流网站除了需要必须的硬件投资，还需要专门的人员进行开发维护和日常管理，所以社团联盟不一定要建设专门的社团网站，而是可以借助相应的网络平台开展工作。例如可以在豆瓣网、人人网等社交类的平台上建立小组，联盟里面的社团全部加入到小组中，任何活动信息、讨论、成果分享均可发布在该平台上。读书联盟会将联盟社团的讲座活动发布在豆瓣网站上，活动的前期预告、现场情况、媒体报道等等都通过图片的形式展示。由于网络是一个开放的平台，所以不止是学生，还有社会上的青年人、网友们皆可第一时间在网络上浏览讲座现场照片、视频、报道，并分享感受，有任何建议也可以通过“留言板”写下想说的话。这样的形式不仅提升了读书联盟活动的丰富性，也在一定程度上扩大了社会影响力。

博客和微博：博客具有自主性、开放性、互动性等特点，而且使用维护简便，只需要简单几个步骤进行注册，就可以拥有一个专用的网页。与专门网站相比，博客的使用维护要简单方便许多，社团联盟可将活动开展的细节写成日志的形式，并配以图片、音乐、视频等，共各个社团交流参考。微博是近年来青年人热衷于的新媒体，它以精简、快速、功能丰富、交流即时的特点受到网友的青睐。读书联盟在新浪微博上的各个社团相互关注，随时了解他们的活动情况，并积极参与其中，在网络的圈子里实现信息共享。

即时对话软件：QQ、MSN、飞信等个人聊天软件，具有长短沟通、媒介转换迅速、交互性、不受时空限制等特点。及时性是其具有的最大优势，但信息的丰富程度不及博客。

·**电视媒体**

数字电视、移动电视、网络电视等具有较高的公信力和号召力，同时和手机、网络相比具有更广的覆盖面。但电视不像手机、网络那样的开放性，而且大学生住校受条件限制，所以电视媒体无法成为社团联盟的常用媒体。值得一提的是，当社团联盟走出校园圈子，能与社团组织对接，电视媒体不失为扩大品牌影响力的渠道。

1. **新媒体的特性**

新媒体的产生是媒体的革命性发展，他使得媒体技术、媒体产业、媒体参与者等都发生了新的变革，就媒体的传播和媒体参与者而言，新媒体具有开放性、互动性、及时性等特点。

·**开放性**

和传统媒体相比开放性是新媒体的一个最显著的特点。以往的媒体信息的发布者是需要许可或者授权的新闻单位、政府部门、社会团体等特定的组织机构，其发布的信息内容则需要通过编辑和审查。新媒体特别是互联网的出现使自然人在不需要任何批准的情况下也可以成为信息的发布者，其发布的信息内容则比较随意。高校社团联盟可以充分利用网络平台，扩大活动的影响力，进而走出校园，与社会组织（如NGO等）进行对接，也能够吸引到更多的社会群体参与其中；媒体的关注会促使社团联盟建立良好社会形象。

·**互动性**

新媒体平台不仅仅是信息发布平台，而且已经成为信息发布者和受众之间相互交流的桥梁和纽带。传统的媒体信息传播是单向的，媒体受众往往只能被动地接收信息。而新媒体的出现，使得受众可以对自己感兴趣的信息或者话题通过手机短信、电子邮件、微博等形式参与投票、评论、发表意见等。当代大学生是网络运用的主力军，社团联盟在网络中建立起信息圈，把各个社团联系在一起，既有活动信息的即时共享，也能使社团成员有更多的交流，分享活动经验。

·**及时性**

传统的媒体信息的发布往往需要多个环节和一定的时间，比如一个新闻事件需要现场采访、编辑、审查、发布，人们能够了解的往往是经过加工的信息。而新媒体则可以在第一时间把受众“带到”第一现场，人们可以及时了解事实的真相。社团联盟在开展活动的时候，利用微博平台实施“微直播”，既能满足无法到现场参与的人群，也能在这个平台上展现互动成果。

1. **新媒体对于社团联盟品牌建设的意义**
2. **增强社团与社团之间的互动交流，建立良好的社团体系**

·**社团联盟体系的良好建立**

网络化、即时化的沟通相对来说是比较随意、轻松的，这有利于高校学生开展社团活动、联盟活动，包括信息共享、经验分享、创意贡献、民主投票决定活动是否开展等等。利用新媒体的平台，可以建立一个高校联盟的信息圈。在最里面的是各高校的学生社团，社团联盟的主力群体。往外是校际间的社团联盟，可以在校际举办大型活动，展现社团联盟的活动组织能力，在高校间建立联盟品牌。再往外拓展，可以开放给公众，尝试与社会对接，邀请专家、社会组织等与联盟合作，在更大的社会视野中开展联盟活动，努力吸引媒体的目光，最终打造成一个独立的高校社团联盟品牌。新媒体有助于高校社团联盟形成一个完整的体系，使各校社团、联盟团体中的每一位成员都能够参与其中，成为有意义的一份子。

·**社团间的活动的发布、召集和分享**

诚如在本文第二部分所述，新媒体的优良特性对于社团联盟活动的开展十分有利，它的开放性、互动性与及时性对于线上线下活动的建立、发布、召集与分享等有着不可估量的作用。读书联盟的活动发布主要集中在官网、豆瓣小站以及新浪微博等平台上，信息传递覆盖人数非常可观。社团成员利用网络可以随时随地了解到同类社团的活动安排。即时留言的功能也增强了社团成员利用平台进行交流，彼此加深了解，为今后开展校际活动打下了良好的基础。

·**主席团与社团间的沟通交流**

高校社团联盟的管理事务以及日常性事务统一由主席团负责。利用新媒体的平台，使得主席团与各个社团之间的沟通保持通畅，也是一个权威性的建立。通过主席团会议的召开，通过主席团成员来发布联盟宗旨、制度以及各类活动信息等，确保了消息的真实可信，有利于更多的社团成员参与到活动中来，在一定程度上扩大影响力。

·**评估各社团的参与程度**

充分运用新媒体来建立社团联盟品牌，有助于评估各社团的参与度。网络是一个开放、透明的平台，尤其是社交类网站、微博等，可以比较明了地观察到各家社团的活跃度、参与度。由此，活动开展的过程、成果都能用图文并茂（还有视频等形式）比较丰富地来展现，社团会有比较，形成比较正面的竞争及激励机制，促进社团联盟蓬勃发展。

2、**增加社团联盟的社会影响力，寻求社会力量的参与与支持**

·**专家库的建立**

在社团联盟的开展过程中，运用新媒体来建立一个资源库，或称为专家库，也是与社会取得联系的重要方式，对社团联盟品牌的建立也是有益的。专家库里的老师对联盟的活动有开展上或者思想上的指导作用，他们的渊博的学识和社会知名度，在一定程度上可以帮助社团联盟在提升活动质量的同时，扩大社会影响力，使更多的公众来关注联盟，从来使更多的专业上的知名学者能被邀请到专家库中，形成良性循环，有利联盟的可持续发展。

·**与NGO等社会组织的合作**

利用新媒体的平台，高校社团联盟可将活动成果展现于网络中，方便与社会NGO组织建立联系，吸引到或活动内容一致或类似的社会组织一起参与到社团联盟的活动中，以社会的力量扩大联盟的影响力。

·**活动经费的获取**

充分运用新媒体，高校社团联盟在网络平台上展现活动过程与成果，可以让更多非校园内的人群关注到互动，从而寻求到社会资源，比如可以争取到感兴趣的公司、团体或者人士的经费资助、扶持。

综上所述，新媒体平台发展对高校社团联盟品牌建设是十分重要的。利用好这一平台，可以充分打造高校社团联盟这一品牌，在增加活动丰富性的同时，扩大在学校及社会中的影响力，是高校社团联盟得以可持续发展的重要保障。