

融媒体时代医学院校官方微信公众号建设探析

——以福建医科大学为例

黄鸿峰

(福建医科大学 党委宣传部, 福建 福州 350122)

摘要:探讨福建医科大学官方微信公众号在建设过程中遵循媒体规律、搭建服务功能、引领思想政治教育、传播校园文化的成效,分析其文章阅读量、传播指数、推送位置和传播效果,结果表明,可基于新闻价值与信息性质准确传递思想内涵,以全程、全息、全员和全效为学校官方微信公众号发展创新赋能,推进医学人文精神传播,构建融媒体时代下思想政治教育的官微模式。

关键词:媒体融合;微信公众号;医学院校

中图分类号:R-4;G206

文献标志码:A

文章编号:1009-4784(2021)04-0028-05

习近平总书记指出,让主流媒体借助移动传播,牢牢占据舆论引导、思想引领、文化传承、服务人民的传播制高点^[1]。微信公众号作为从社交软件中衍生的新功能,具有信息流通快、搭载性强和使用轻简等优势,迅速成为校园师生获取信息、交流观点和分享传播的重要渠道。高校官方微信公众号(以下简称“官微”)是学校认证的官方宣传平台,拥有着与学校息息相关的新闻资源和固定受众群体,是推动高校媒体融合的重要媒介。然而,随着各领域微信公众号数量的增多,信息发布渠道的多样化,用户不再是被动的信息接受者而是主动的信息选择者^[2]。在此背景下,高校官微如果没有明确的品牌定位和自身特色,未能充分发挥思想政治教育的功能^[3],将难以得到用户的关注。因此,如何立足医学专业特色,使学校官微成为引领思想政治教育、提供医学科学资讯和传播校园文化的主要阵地,这是医学院校宣传工作需要解决的重点课题。笔者通过总结融媒体时代下医学院校官微建设存在的问题、建设现状与成效,探讨进一步深化医学院校官微建设和拓展的策略,为推动高校媒体深度融合和其他医学院校官微建设提供参考依据。

一、融媒体时代下的医学院校官微建设

融媒体作为一种动态的新型媒体,是多功能媒体优化组合的产物,它有机融合了传统媒体的可信性与新媒体的舆论性优势,呈现出媒介一体化的趋势^[4]。高校官微作为新媒体平台,是学校融媒体中心主要信息输出端口和融媒体时代技术手段的承载平台。融媒体时代下的医学院校官微可依托融媒体中心整合资源、搭建服务的功能,探索精准高效传播模式,加强思想舆论主阵地的建设。

(一)建设思想舆论主阵地,完善制度规范运行管理

伴随着多元的思想碰撞、自由的认知交流、快速的信息传播,诸多不良舆情冲击着高校意识形态安全关口。高校新媒体阵地要确保正确的舆论占领意识形态工作阵地^[5]。福建医科大学坚持马克思主义在意识形态领域的指导地位,通过官微以多样形式传播习近平新时代中国特色社会主义思想,推出习近平总书记系列重要讲话精神、党中央重要会议和重要指示精神相关文章,策划网络主题教育活动,开设党史学习、思想政治教育专栏,为师生随时

收稿日期:2021-03-26

基金项目:2020年福建省高校思想政治工作精品项目(0016);2020年福建医科大学校级网络名师工作室立项项目(006)

作者简介:黄鸿峰,男,讲师,医学硕士。研究方向:新闻传播。

随地参与学习创造平台。在制度上建立新媒体管理办法、信息发布“三审三校”、网络舆情处置等制度和流程,有效防止选题不合理、思想导向偏差、编辑失误和内容表述不当等不良事件发生。在平台的管理方面配备拥有医学专业背景和新闻宣传经验的专职指导教师,选拔一批政治思想坚定、道德品质优良的学生作为运营者,增强运营师生网络信息的研判能力,维护校园网络环境和谐稳定。

(二)健全运营机制,依托融媒体中心整合资源

建设高校融媒体阵地,做好高校新闻宣传对高等教育的发展有着重要作用^[6]。福医官微依托学校融媒体中心,与校内微信、微博、网站、电视台和广播电台等组成可扩展式、可互动式的全媒体宣传平台,实现“资源通融、内容兼容、宣传互融、利益共融”。福医融媒体中心统筹各类资源,通过不同类型的媒体与不同技术灵活运用在官微的信息采编、信息生产和信息发布,保证信息时效性与共享性,如电视台、电台等传统媒体结合融媒体技术手段,在官微上推送“复学第一课”“医学科普知识”等精品短视频,使师生观看与收听校园视频广播、学习新思想变得更加便捷。福医官微充分利用其快速捕捉校园资讯的便利性,快速为传统媒体更新信息,提供真实可靠的素材保障。如以青年医学生的视角,取材于重要时间节点,全程报道学生运动会、文化艺术节、十佳歌手、中国医师节和护士节等与医学生息息相关的话题,强化对医学生专业素养和人文情怀的熏陶。

(三)遵循媒体规律,探索精准高效传播模式

新媒体传播规律表现在技术推动律、传播交互律、过程开放律、个性传播律和超越时空律等^[7]。对于医学院校官微管理者来说,不仅要形成自己的风格,还要聚焦内容的把握,更需要将其规律体现到标题斟酌、编排设计、头条选择和文案撰写等方面。文章标题是激发用户阅读行为最直观的体现,福医官微将标题定义为短小精悍的风格,避免因标题冗长导致移动端无法完全显示的现象。创作内容立足医学专业,选材贴近医学生的校园生活,设置即时创作、限期创作和择期创作等灵活应对瞬息万变的自媒体时代。培养综合型官微团队,提升团队新闻撰写、视频制作、图片美编、摄影摄像和漫画组合等创作能力,提高素材供给与信息推广的效率,助力福医官微高效传播模式形成。如2020年1月23

日,学校官微推送的文章《福建确诊首例新型冠状病毒!别恐慌!做好这些准备……》,从完成官方媒体信息采集到推送仅用时不到5分钟,发布后大量用户转载与点赞,引发了积极反响。再如抗疫期间,官微运营分别与附属医院党委宣传部、湖北抗疫前线建立联络通道,有效提高疫情新闻供给与推广的效率。

(四)把握传播特性,构建医学文化推广方式

微信公众号实质是一个即时通信的社交平台,利用其社交传播特性,构建具有广泛影响力的医学文化推广方式。高校官微的文化育人功能主要体现在它使置身其中的大学生在微社交中受到文化熏陶和感染^[8]。福医官微将学校的校史本源、办学理念、医学内涵和校风教风学风等元素,通过有意义、有深度和有专业的推文呈现,引领和带动医学院校文化传播。一是深度挖掘先进典型,向社会大众展现医学院校和医务工作者的良好形象。二是打造医学专业特色品牌,加大医生、医疗、医学教育三大领域的内容宣传,消除社会大众对医学的隔阂与误解。三是致力于丰富医学生人文情怀的培养形式,聚焦青年文化喜潮流、多元化的特点,探讨如何将医学元素与网络热词组合,帮助医学生养成正确的价值观念。如推出“红色闽医”“寻访第一个党支部”“艺术党课《林巧稚》”“福医好故事”“六美六课堂”等医学色彩浓厚的典型专题;在疫情期间聚焦福医人在不同岗位上抗疫的英勇事迹,大力开展科普宣教,运用疫情防控形成的宝贵教育资源,增强学校师生和医护员工的职业认同感、医学使命感和社会责任感,充分展现医学院校生命至上、救死扶伤的形象。

(五)搭建服务功能,增强用户信赖度和依从性

福医官微在融媒体平台设置了“学校‘十四五’建言献策”“健康采集”“访客上网”“录取查询”“新媒体矩阵”等子菜单栏目和服务功能。官微服务功能的完善,创新了传统媒体较为单一的信息传播功能,不仅提升了相关部门的服务水平,而且实现了后台与用户的实时互动,尊重用户表达各自不同的观点、建议,借此促进校园网络共同建设^[9]。值得一提的是,福医官微还运用新技术来增强文章的阅读交互体验,如使用微信SVG技术(即交互图文)制作推文,在互动中使得用户的身份从被动的“旁观者”转变为主动的“参与者”,从而增强用户信赖度

和依从性。

二、融媒体时代下的医学院校官微建设成效分析

为更好地分析医学院校官微的建设成效,笔者采用 SPSS 25.0 软件,选取福建医科大学官微后台系统导出的 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日的的数据,对官微文章的阅读量、传播指数、推送位置和传播效果等进行统计分析。

(一)基于文章性质和阅读量分析

文章阅读量是反映信息传播效果的重要指标。2020 年,福医官微推送文章 420 篇,平均每日推送数量 1.15 篇,全年阅读总次数 260.95 万次。推送文章性质可分为新闻资讯类、抗疫类、学生工作类、文明文化类、教学科研类、荣誉类、科普类、创意类和节日类等 9 个类别。发布数量和平均阅读量统计结果显示,抗疫类文章发布数量和平均阅读量最高,这与疫情期间福医官微每日推送疫情防控动态、科普知识和附属医院 387 名医护人员赴疫情一线的抗疫事迹等有关。2020 年上半年,大部分师生因疫情未返校,官微成为师生及家长获取学校信息的重要窗口。医学院校通过官微及时发声且集中开展防疫舆论宣传,体现了防控疫情过程中的使命担当。与抗疫类文章相比,节日类文章的发布数量和平均阅读量最低,这可能与该类文章的创作内容和制作水平与央视新闻、人民日报、新华网等主流平台尚有差距,从而未能引起读者更多的关注有关。

(二)基于传播指数分析

微信公众号传播指数指推送文章的传播度、覆盖度和公众号的成熟度与影响力,是反映微信整体热度和公众号发展走势的重要指标。目前,业内一般由《中国青年报》联合北京清博智能科技有限公司以微信传播指数为指标,定期对全国高校微信公众号以及发布文章进行排名。2020 年福医官微有 6 篇文章入围全国单周排名百强,这些文章的共同特点是阅读速度增长迅速,转发量、在看量和评论量都较大,并能够在发布后产生持续阅读效益。从题材和内容看,其中 3 篇是疫情期间附属医院医护人员出征支援湖北宜昌和武汉的相关报道,另外 3 篇分别是有关学校新校区选址、招生宣传片和十佳教师系列表彰的报道。从发布的时间可以发现,6 篇

百强文章均集中在某一个时段,如 3 篇集中在 2 月 10 日至 2 月 13 日,3 篇集中在 7 月 10 日至 7 月 13 日,2 篇超过 10W+ 阅读量的推文间隔时间相差仅 1 天,提示传播指数高的文章可能会彼此相互带动。笔者选取文章《院长和精英都借给你们了,请一定要完好无损地把他们还回来,福建医大附一医院 134 名医护人员今天出征,决战湖北》进行重点分析。首先,该文章传播指数位居该周全国排名第一,且为福医官微在全国媒体首个报道学校附属第一医院 134 名医护人员出征支援宜昌,是该时期校园师生和社会各界关注的焦点,体现出官微传递新闻的高效性,也体现报道主题和题材的重要性。其次,多数用户表示该篇文章标题极具吸引力,富有情感色彩,文中出征人员宣誓仪式、按红手印、出征人员家属送别等感人场景促使他们点赞转发。数据表明,文章标题以及内容与用户产生“共情”交流,是文章传播效果好的重要因素。再次,该文章的素材采集与内容编辑均有学生参与创作,在制作过程中学生真切体会到支援时刻的紧迫性和神圣感。部分在校学生转发的同时表达了对其临床带教教师逆行出征的敬佩和作为医学生的自豪感。该文传播指数高充分说明了医学院校官微建设要挖掘教育医学生的宝贵资源,增强医学生的医学专业认同感和归属感,发挥医学院校官微网络育人的功能。最后,该文章报道疫情期间医护人员逆行出征的最美身影和护佑人民健康的崇高精神,使用户乃至全社会给予医护人员正面的评价,表明医学院校可通过官微传递医学的价值之美、奉献之美。

(三)基于推送位置对文章传播效果分析

微信公众号平台规定普通订阅号每日仅可推送 1 次消息,1 次至多附带 8 篇文章,文章在推送板块内呈竖形排列。相关研究表明,文章在推送板块中的位置与传播广度和传播深度均有较强相关^[10]。2020 年福医官微推送文章统计显示,一次性推送多篇文章累计 66 次,其中,一次性推送 2 篇有 45 次,推送 3 篇有 11 次,推送 4 篇有 10 次。根据 Kruskal-Wallis H 检验,不同位置间的阅读量存在显著差异($P < 0.05$)。进一步两两比较的结果显示,位置 1 的阅读量显著高于位置 2~4 的阅读量,位置 2 的阅读量与位置 3 无差异,但高于位置 4,表明位置靠前的文章更能吸引注意力(表 1)。微信公众号位置 1~2 能够展示该文章的封面和标题,给用

户直观的体验,而位置3~4的文章标题和封面处于折叠状态,仅出现余下1或2篇字眼提示,因此推送文章排序应考虑将最具新闻价值或者最受校园师生关注的热点排位靠前。

表1 不同发布位置间阅读量比较

发布位置	数量/篇	阅读量 $P_{50}(P_{25}, P_{75})$	Z	P
1	66	2 209(1 403, 4 703)	45.75	<0.001
2	66	1 215(811, 2 319)*		
3	21	885(382, 1 067)*		
4	10	418(239, 938)*#		

注: P_{50} 表示中位数, P_{25}, P_{75} 表示上下四分位数; *表示与1位置比, $P < 0.05$; #表示与2位置比, $P < 0.05$ 。

三、融媒体时代下的医学院校官微发展和开拓的策略

福建医科大学在官微建设方面虽取得了一定的成效,但在创作内容、运营管理和制作水平上与一些专业主流平台仍存在较大的差距,需要进一步优化学校官微的发展和开拓的策略。

(一)基于新闻价值与信息性质准确传递思想内涵

当前,官微对于新闻价值与信息性质判断尚存偏差,常出现错失新闻时效导致传播效果不佳,抑或是难以深度挖掘出有关文章所蕴含的价值理念和精神财富。这可能因运营团队虽由学校党委宣传部管理,但主要依托隶属的学生组织开展具体的建设推广,学生对新闻把握能力方面有待加强。因此,医学院校官微要加强对文章性质判定和价值预估,聚焦社会主义核心价值观、中华优秀传统文化、医学教育动态、行业发展前景、临床环境写实和医患关系改善等真实且极具正能量的话题来创作优质新闻,选取用户及师生医护人员关心的形势政策和热门话题,提炼其报道内涵与教育意义。对于运营团队来说,可通过举办思想政治教育和新闻素质提升培训班,结合学校宣传思想文化的工作要点,邀请专家、学者进校对不同类别新闻进行更加深入的解读和创作的指导。针对文章传播效果受推送位置影响的问题,建议采取以推送2篇文章为宜。将社会重大事件、学校建设发展、医学重要成就和师生关注热点等价值高、时效短的内容安排在靠前位置,借助头条的活跃度带动次条活跃度,如在头

条内容里提及次条内容或放置超链接形式来提升次条内容的曝光度。次条内容可打造成用户喜爱的固定栏目,通过增设互动讨论、评论精选、交互图文等来增强与用户的黏性。

(二)基于“四全媒体”概念为官微发展创新赋能

医学院校官微的推文形式大多以图文搭配来排版,创作内容和制作水平上与一些专业主流平台差距较大,容易导致用户审美和阅读疲劳,这主要是因为医学院校学生学业繁重、缺乏专业新闻团队,对于融媒体时代下的新媒体技术开发和运用不够,没能针对受众特点推出个性化举措。高校融媒体中心建设要认真贯彻习近平总书记关于媒体深度融合重要指示精神,顺应新时代宣传工作的发展趋势,发挥其全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体“四全”功能,为医学院校官微发展创新赋予新的活力。首先,官微作为医学院校融媒体中心宣传工作的重要媒介平台,可构建“医学院校+附属医院”的宣传模式。如借助融媒体中心的编导统筹、文字采集、视听采集和后期制作功能,完成学校重要会议、师生文体活动、医学相关论坛和医院特色活动等新闻报道的全程跟踪、精准发布和集中推送。其次,官微信息类型不应局限于“文字+图片”的基本形式,可依托融媒体中心、大学生网络文化工作室、网络名师工作室和附属医院宣传部门等平台,对医学校园文化资源进行个性化探索设计,原创富含医学特色的新媒体吉祥物,衍生创作师生喜闻乐见的医学科普动漫、海报、表情包和HTML5数字产品等文创作品,推送多元化、知识化、趣味化的网络信息,提高文章的可看性、可读性和可推广性。再次,官微可借助融媒体中心的大数据分析文章传播趋势、阅读增长速率和用户阅读行为,实时反馈给运营者,为医学院校官微个性化推送提供有力的数据支撑。

(三)基于“情感共鸣”推进医学人文精神的传播

医学院校官微主要推送校内政务新闻、学校发展成就和资讯通知等信息,整体文风偏严肃刻板,没能与用户的个性和情感相契合,存在传播效果不够理想、入围全国百强的文章不多和用户黏性不足等问题。相关研究表明,有态度、有温度、有观点、有价值的文章容易引起微信用户的情感共鸣^[10]。因此,医学院校官微可主动宣传学校各单位不同岗位上的模范人物,通过真实故事打造专题人物、系

列报道,如选取网红教师、网红医生,利用其特有的人格魅力和网络流量来带动用户与文章之间的情感交流,增强文章感染力与吸引力。要基于青年大学生在学习需要、娱乐需求、理想追求中找到该群体的价值认同,激起群体文化与网络文化的相互碰撞与吸收。文章标题可选用用户QQ空间、朋友圈有感而发的某一句话,又或者是医学课堂教学、临床实践中常见的专业术语,由此产生情感共鸣。在表达形式上可辅以常用的短视频、MV和动图等传播媒介真情呈现,实现人与人之间正向的情感交流。

(四)基于“健康中国战略”打造医学院校官微特色

医学院校官微是宣传健康中国战略的重要阵地,应充分体现出医学院校办学特色、职责使命和医学生的思想特点,确定自身品牌的定位。一方面,大力弘扬医学精神,传播医学文化,挖掘医学典型,增强医护人员和医学生从事医学行业的使命感与责任感。如活用医学院校在援非援疆、疫情防控等过程中形成的宝贵精神资源,创建特有医学专业品牌活动,宣传榜样事迹,结合医学院校官微线上线下宣传,将对医护人员及医学生树立正确的职业理想,培养崇高的医德医风。另一方面,通过新媒体技术为用户提供实用的医学科普与服务信息,创新传递健康服务理念。如汇集社会大众所需的医学资讯,加强对健康理念和传染病防控知识的宣传教育,并根据科普类文章的阅读量和点赞数进行大数据分析,实现针对性推送;在服务上还可链接学校直属及非直属附属医院的微信公众号,为师生和社会各界快速便捷地提供医疗服务与健康科普知识。医学院校官微要大力开展宣讲榜样事迹到健康科普再到健康服务等系列活动,阐释医学人道主义的核心内涵,展现医学院校为人民服务的重要

精神,并进一步拓展医学院校助力健康中国战略的渠道。

在信息高速传播的融媒体时代下,医学院校要顺应5G、人工智能、大数据等技术发展与网络创新,充分运用网络新媒体技术,开发丰富的网络文化产品,定期研讨和总结媒体融合与新媒体平台建设的宝贵经验与典型案例,研究网络育人热点,推进媒体和宣传思想工作的深度融合,形成可复制、可借鉴和可推广的高校官微建设模式。

参考文献:

- [1]习近平. 加快推动媒体融合发展 构建全媒体传播格局[J]. 求是, 2019(6): 4-8.
- [2]汪霏霏. 以用户思维推进传统媒体转型[J]. 青年记者, 2014(25): 17-18.
- [3]兰坤. 新媒体环境下高校思想政治教育创新平台建设研究——基于对高校官方微信公众平台的实证分析[J]. 北京交通大学学报(社会科学版), 2018, 17(2): 159-164.
- [4]魏薇, 毛萍, 马继梅. 融媒体时代高校思想政治教育话语的变迁与进路[J]. 现代教育管理, 2020(7): 22-29.
- [5]周长群, 刘坤雁. 新媒体时代下高校宣传思想工作创新研究[J]. 思想政治教育研究, 2019, 35(5): 157-160.
- [6]李厚锐, 安烁羽. 媒介融合背景下高校融媒体中心建设模式研究[J]. 中国高等教育, 2020(17): 56-58.
- [7]王松, 任杰. 论新媒体传播规律及其对思想政治教育的作用[J]. 教学与管理, 2018(27): 112-114.
- [8]夏博艺. 高校微信公众号的文化育人功能[J]. 当代青年研究, 2018(4): 123-128.
- [9]王泽光. 高校官方微信公众平台的运营困惑与发展策略[J]. 青年记者, 2019(29): 24-25.
- [10]赵乃瑄, 刘佳静, 金洁琴, 等. 基于信息传播行为的高校新媒体影响力评价研究——以微信为例的实证分析[J]. 情报理论与实践, 2020, 43(6): 62-68, 43.

(编辑:马川建)