

我校新闻宣传工作现状、经验与思考

□刘 谦 纪梦然 刘昱含

高校新闻宣传工作担负着宣传党的路线方针政策、助力学校发展和舆论育人的使命,具有思想引领、文化传播、精神激励、沟通师生、舆论引导和新闻监督等重要功能,为学校各项工作推进提供着有力的支持,也对学校的持续健康发展发挥着重要作用。

新闻宣传是校园文化凝练、传承与发扬的生动载体。每一所学校都会在其发展历程中积淀形成独特的文化形态,并对师生的价值判断、人格养成产生深远影响,新闻宣传工作正是发挥着凝练校园文化形态、传承校园文化精华、发扬校园文化传统的独特作用。我校新闻宣传工作于细微处见精神,于日常中扬文化,牢牢秉持交大文化核心精髓:老交大传统、西迁精神、钱学森道路,以精神滋养促学校发展。

新闻宣传是思想政治教育、构建和谐校园的重要保障。新闻宣传工作把握思想政治动态,掌握着思想宣传工作的主动权,选准切入点、突出闪光点、关注舆论点的新闻宣传能够起到教育人、引导人、鼓舞人的积极作用。我校新闻宣传工作以正确的舆论引导人、以高尚的精神塑造人,以优秀的作品鼓舞人,在打牢思想基础、营造和谐舆

论环境、提供强大精神动力、培育文明道德风尚等方面为学校构建和谐校园做出了积极贡献。

新闻宣传是内聚人心、外塑形象、促进学校软实力提升的首要抓手。新闻宣传对内引导思想、凝聚人心,对外则帮助公众了解学校、树立高校良好形象、改善公共关系。近年来,我校积极构建新闻宣传战略,各媒体联动、内外宣并举,用高密度、高质量、高影响的新闻报道充分展示交大人风采、交大精神内涵和交大发展新貌。坚持精采精编,加快更新速度,增强新闻报道的权威性、时效性与感染力,在内聚人心、外塑形象的工作推进中,为学校发展提供强有力的思想保证和舆论支持。

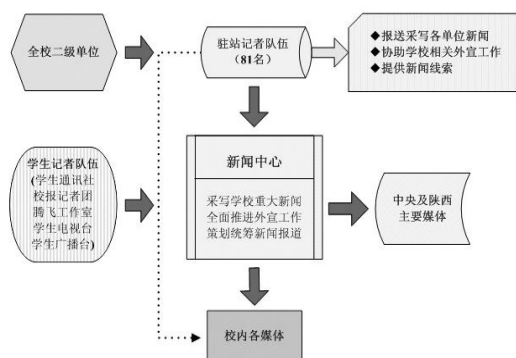
一、我校新闻宣传工作现状

我校新闻宣传工作可分为内宣和外宣两大部分。内宣工作紧密围绕学校中心工作、坚持深入基层,报道校园里新近发生的大事、要事,让师生员工及时、有效地了解学校发展动态。外宣工作及时将学校的新举措、新进展、新成果和重大活动对外传播,提升我校在社会公众中的知名度和影响力,为学校发展赢得良好舆论保障。内

宣与外宣既有分工,又有协作,通过内外宣战略联动,在校内赢得普遍共识,于校外产生广泛影响,积极助推学校改革和事业发展。

1、内宣外宣联动,适时兴起报道热潮。

体制机制建设是做好各项工作的基础保障,为确保内、外宣工作的顺利开展,宣传部设立了“新闻中心”,作为全校新闻和信息的枢纽,它肩负着采写学校重大新闻、全面推进外宣工作、策划统筹新闻报道三大职责。它具有“输入”功能,即接收来自全校各单位(包括学院、书院、职能部门、附属单位、学生社团等)提供的新闻线索和稿件;它还具有“输出”功能,即将新闻线索和稿件整理后输送给校内各媒体(如新闻网、电视台、校报等),同时选择适合外宣报道的线索与稿件,经过撰写、加工后提供给中央和陕西各大媒体。



图一: 我校新闻和信息的来源与发布体系

我校内宣工作始终坚持日常新闻提前安排、重大报道策划先行、校内媒体积极联动的工作思路。日常新闻方面,学校层面以及各二级单位的重要会议和活动每周可达到20项甚至更多,宣传部根据线索性质和重要程度,安排校内媒体进行组合式报道,主页新闻图文并茂,电视新闻内容丰富,校报凸显文本价值。在学校的重大活动、重要举措和重点工作报道上,注重提前

策划和新闻筹备,力求报道及时、全面、生动。在新生入学、毕业典礼、校运动会、校庆等常规性大型活动中,充分挖掘亮点,完成前期采写和资料储备,并采取校内媒体联动的方式,多层次、多角度呈现活动盛况,展现文化内涵。

目前,我校内宣报道形式多样、内容丰富,呈现出及时、深入、集中的良好态势。在做好内宣工作的基础上,宣传部认真分析社会媒体的新闻需求,充分挖掘适合外宣的选题,注重新闻储备与策划,将学校新近取得的重要成果、举办的重要活动、重大改革举措等及时推向公众。同时,将学校重点工作与媒体选题有效对接,内外宣并举,形成持续的深度报道。

重要成果如:徐宗本教授当选中国科学院院士,向媒体提供新闻资料,并配合中国科学报、陕西日报等媒体进校采访;医学院李生斌教授团队完成朱鹮全基因组序列图谱绘制、李树苗教授荣获“复旦管理学杰出贡献奖”,第一时间组织新闻发布会,社交媒体集中报道;孙军教授团队入选全国高校科技十大进展,表彰大会在京召开当天即组织新闻稿件向本地媒体推送,等等。重要活动如:钱学森学长诞辰100周年系列活动,内宣活动多达8项,其中选取了纪念大会、系列图书首发、教育思想论坛作为外宣亮点,邀请20多家媒体刊发报道近120篇次。作为纪念活动的延续,今年我校在京举办钱学森系列图书发布会,提前给17家中央媒体提供新闻通稿和丰富素材,见诸报端的新闻报道不但全面展示了发布会盛况,更突出了图书的历史价值与社会意义,特别是央视《新闻直播间》的报道引起社会关注。

重大改革如:人才培养模式改革和提升人才培养质量是我校近来内宣工作的重点长线选题,在校内开展系列全景报道的同时针对社会媒体进行凝练与推介,“西安

交大人才培养改革四步曲”已成为各大媒体关注热词。特别是近一两年来在中央主要媒体上推出系列深度报道,在全社会、特别是国内高校中引起强烈反响。2011年,体育精神塑造、网络公开课发布、书院制建设见诸人民日报;中国青年报头版头条《百年名校力破人才培养瓶颈》挖掘我校学生培养中注重工程实践的系统做法;中国教育报、科技日报、科学时报、陕西日报等也对我校创新人才培养模式取得的实效和做法持续报道。我校与央视新影制作中心联合录制的《实验班的故事》上、下集,分别于2011年12月初、2012年5月在央视四次播出,向社会高度展示了我校人才培养的创新理念和成功做法。

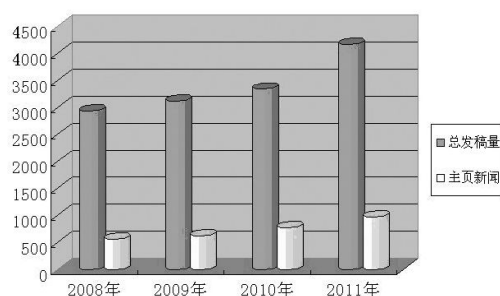
主要媒体的持续报道带来了社会媒体主动宣传我校育人工作的新态势:央视新闻频道《新闻周刊》、新华社总社主动来校采访,分别于国庆节当天及钱学森学长百年诞辰纪念日对我校钱学森班建设等人才培养情况进行了专题报道。2012年,我校人才培养改革工作又陆续受到光明日报、中国教育报、中国科学报、中国高等教育杂志等媒体关注并发布深度报道。

2、强化队伍建设,新闻格局推向纵深。

面对目前高校新闻宣传工作多元化、专业化、群众化等特征,做好新闻宣传已不能仅仅依靠专职宣传队伍,必须有效动员全校各方力量,牢固“人人都是宣传员,时时都有新闻眼”的意识,打造大宣传格局。目前,我校有3支重要宣传力量,即宣传部门专职队伍、各单位通联驻站记者和学生媒体社团。

2010年6月,宣传部在全校76个二级单位设立通联记者站,聘任了76名驻站记者,这支队伍的视角覆盖了我校的方方面面,手臂延伸到学校建设的各个维度,在新闻宣传的来源、加工和发布中进一步形成

战略整体,共同与新闻中心一道成为我校的信息集散地和新闻加工厂,从而使密集的、高质量的报道呈现在师生面前。据2011年统计数据,各单位报送、撰写的新闻达到3100篇,占学校新闻网发布量的3/4,供稿数量同比增加了30%以上,可见驻站记者已成为学校新闻发现、分析、撰写、发布的重要力量。2012年4月底,根据学校机构设置变化及工作需要等实际情况,通联驻站记者队伍经调整扩充至81人。



图二：2008年-2011年新闻网发稿量数据分析

2008至2011年,新闻网发稿量和主页新闻数量均呈明显上升势头,特别是2010年聘任通联驻站记者以来,各二级单位供稿数量显著攀升。当前宣传部有5个学生媒体社团:学生通讯社、校报记者团、腾飞工作室、学生电视台、学生广播台,他们已成为我校新闻宣传工作的生力军,不仅承担一定的新闻采编工作,而且使得我们的宣传视角延伸到广大学生中,能够及时捕捉到青年学子思想、生活、学习、科研等各方面动态。此外,邀请中央驻陕和陕西媒体记者来校讲座,使通联驻站记者和学生记者得到更加专业的培训,提升业务水平,拓展新闻视野。

3、校媒稳步发展,着力提升新闻质量。

目前,我校党委宣传部旗下主要有七大媒体,已逐步形成传统媒体锐意改革、新兴媒体蓬勃发展的态势。第一是新闻网,

作为校内新闻和信息的第一发布平台,发布量、浏览量居校内各媒体之首。目前开辟有教育教学、科研动态等20个栏目,年发稿超过5000篇。新闻网在着力提升新闻发布时效性、权威性和感染力的同时,为突出重点工作的校内宣传效果,每年还建设10个以上的专题网站。我校新闻网作为中国大学生在线和陕西大学生在线的联络站,积极利用这一平台,每年上传新闻稿件逾4000篇。

第二是电视台,它不仅在校内新闻报道、文化专题片制作、服务教学科研方面发挥重要作用,更是担负起学生进行媒体实践的育人功能,与学生记者一起开办了《梧桐语》、《你评我说》、《行走的世界》等8个专题栏目。2011年起,重点策划、录制我校精品课程超过70节,并推送6门课程入选前两批国家级精品视频公开课,入选门数居西部高校首位。

第三是广播台,东西校区的广播围绕学生生活各开设了10套节目,这个曾经的第一媒体在重大事件和突发事件来临时发挥了积极作用。

第四是校报,2010年开通电子报,2011年4月改版为对开大报,目前每期发行量达到1万份。

第五是位于兴庆校区东门口的海报栏,每期56块图文并茂的展板回顾学校要闻,展示文化建设动态和成果。

第六是微博,2010年11月我校新浪官方微博开通以来,粉丝数已突破5.3万,累计发布信息2800多条。微博以其方便快捷、互动性强等显著优势,逐渐成为校内新闻和信息发布的另一重要发布平台,如去年11月微博发布我校学生开着自已研制赛车的图片后,吸引了6家陕西媒体进校报道该新闻。

第七是尝试创办手机报,西安交大飞信手机报预告版今年3月11日正式公测,

目前将校园活动预告、实习信息、生活贴士等通过飞信这一近乎零成本的发布方式,每天提供给1500多名青年学生。此外,我校于2011年开通人人网公共主页,并于116周年校庆之际开通iTunes U平台和i交通大学(校园移动门户)。

上述各媒体构成了我校新闻和信息的采集、制作与发布平台。近年来,宣传部门积极构建新闻的全媒体发布战略,以新闻网为核心,优化传统媒体的内容与发布方式,积极利用、融合新媒体,发挥各载体的优势与特点,让它们联动提升整体影响力。例如,在116周年校庆的宣传报道中,突出77、78级校友毕业30年这一主题,文字、照片、影像全面展示10余项活动盛况。电视台制作推出专题宣传片,书记、校长寄语77、78级学子,温暖数千校友;新闻网推出建校116周年暨迁校56周年校庆专题网,设立校庆快递、今日交大、校友风采、交大情怀、我的寄语等栏目全面报道校庆活动;官方微博及时发布校庆活动预告和新闻快讯,收集校友祝福,与校友互动信息近5000条,仅“校友返校大会”单条新闻就被转发评论500余次。这样的“校内媒体组合拳”在我校新闻宣传工作中已屡见不鲜。

各媒体在完成日常新闻报道的同时,加强宣传文化产品的制作和推出,如:与央视联合摄制专题片《实验班的故事》、《城记西安》,凸显学校教育教学改革成果;年度宣传片《百年薪火》、宣传画册对外展现学校历史内涵与发展要闻;将“人才培养走基层系列报道”编印成册,成为反映我校一线育人工作的重要缩影;首部全高清微电影形象片《追梦》6月初在多家网络媒体同步首发,制作质量获得广泛好评;注重新闻宣传与理论研究相结合,为《西安交通大学发展研究报告》输送一批优秀研究论文。

4、推进媒体战略,对外宣传活力强劲。

我校的外宣工作和媒体战略是：注重分析不同社会媒体的选题和新闻需求，及时掌握学校发展最新动态并对材料进行撰写和提炼，注重媒体热点素材的长短线新闻储备，及时满足媒体的新闻需要，参与媒体重要活动，增进感情联络，让媒体在最短时间能够获得最有价值的信息，合力推进学校外宣工作。

目前与我校保持长期联系的社会媒体有 50 家，其中重点联系、新闻高密度报道的 22 家包括新华社、人民日报、光明日报、教育报、中青报等中央媒体和陕台、华商报等陕西主要媒体。近年来，为进一步加强与媒体的深度合作，经过努力，新华社、中国教育电视台等 11 家媒体在我校建立记者站或建设了通讯员机构，培养、选派校内学生记者进入中青报、科技日报等 9 家媒体实习。

当前，我校和社会媒体的新闻合作主要有三大类。第一类是我们将学校新近取得的重要成果、举办的重要活动、重大改革举措等推向公众，这当中有两个关键词，一是“及时”，二是“全面”。第二类是高效满足媒体新闻需要，媒体在社会热点问题出现时寻求专家观点，社会公众对招生、就业等关系千家万户的工作关注之际，及时提供最有价值信息，在宣传学校的同时让媒体乐于同我们合作。第三类是将学校突破性重大工作与媒体选题安排进行契合，共同策划，内外宣并举，多媒体联动，能够形成持续的深度报道，这在人才培养模式改革与科研体制创新改革的系列外宣中尤为明显。

今年 5 月起，宣传部开始将学校的信息预告、重要报道、新闻选题定期打包推送给 10 家中央主要媒体，反响良好，有力促进外宣工作，使我校成为主要媒体持续关注的重要新闻选题来源地。

二、我校新闻宣传工作的经验与成效

1、寻找关注点，提升凝聚力。

思想引领、传播先进文化是新闻宣传的重要功能之一，而落实到大学文化建设中，就是要深入挖掘典型的人和事，凝练学校历史和凸显文化导向，形成师生员工普遍认同的文化精神。身边的榜样往往更具说服力和感染力，我校新闻不仅关注教学、科研、管理方面取得突出成绩的老师，也把聚光灯投向那些默默无闻奋战在学校各项事业一线普通教工的普通教工，并注重挖掘学生典型，感染和鼓舞广大师生，引领他们树立正确的人生观、价值观。

如深入宣传报道校内三大评比活动：每年教师节期间，一批师德标兵和在教学、科研、学生工作成绩突出的教师事迹见诸于校内各媒体，营造了尊师重教的良好氛围；在“管理服务标兵、能手评选”、“大学生年度人物评选”活动中，挖掘和报道优秀师生的感人事迹，在校园内广为传颂。同时，新闻网、校刊、电视台等关注一线教职员工，报道那些辛勤工作的水电工、食堂师傅、保卫队员、宿管员等，使得师生对学校后勤工作有了更多的理解和支持，为和谐校园建设营造良好舆论氛围。

同时，注重挖掘和传承学校的历史与文化，将“老交大传统、西迁精神、钱学森道路”的基本文化形态融入在新闻宣传中，教育引导师生继承发扬兴学强国、严谨治学的老交大传统和胸怀大局、艰苦奋斗的西迁精神，坚定不移地走高举爱国主义旗帜、崇尚科学、追求真理、勇攀高峰的钱学森道路，进一步坚定中国特色社会主义共同理想。在“树立科学质量观，提高人才培养质量”大讨论中，校报刊登离退休老教授关于老交大教学传统的箴言谏语，电视台录制《人才质量观名师谈》，让教育教学回归本真；115 周年校庆期间，集中报道大型秦腔剧《大树西迁》演出盛况，交大人一同重温

西迁历史;近日,我校戏剧学院《西京故事》在全国多所高校巡演,引起强烈反响,在校内追踪报道的同时积极联系巡演当地媒体共同聚焦。

2、抢抓时间点,扩大影响力。

新闻宣传要密切关注时代背景和国家大政方针,牢牢把握时机,在提早策划、充分准备的基础上,抢抓时间点,在最佳时机推出专项报道,取得事半功倍的宣传效果,有力提升学校影响力。

去年4月29日,时逢胡锦涛总书记在清华大学百年校庆对高等教育明确提出四项要求,光明日报在要闻版刊发郑南宁校长署名文章《以什么样的教育培养学生》,深入报道了我校人才培养“四步曲”同时列为当天光明网、新华网头条予以报道,引起多方关注;115周年校庆日向社会发布2628个网络公开课视频,人民网、中青在线、搜狐等网络媒体和陕西主要媒体第一时间发布消息,随后人民日报深度报道《网络公开课,也是一流大学的指标》,使我校网络公开课的建设与影响站在了全国高校潮头;每年的教师节、青年节、志愿者日、环境日等时间节点,提前了解动态、分析新闻亮点,并分类提供给不同媒体;在国家举行重大活动或召开重要会议之际,积极、快速反应,研究媒体需求,及时的多篇报道使我校和媒体实现了双赢。

3、找准契合点,形成推动力。

近年来,我校在学校重大改革和发展举措上,采取内宣持续深入、外宣重点推进的新闻策略,校内赢得普遍共识,校外产生广泛影响,积极助推学校发展。

我校首个“学术特区”——前沿科学技术研究院从筹建到发展,宣传部门密切跟进,多次邀请社会媒体来校采访,新华社、中新社、科技日报、中国科学报等媒体持续报道。近日,被中宣部确定为科研体制创新的示范和典型,前沿院建设成果接连被

新华社、人民日报、科技日报作为重要选题并在头版等重要版面刊发。这样持续深入的报道赢得了良好的社会影响,教育部领导、兄弟院校多次前来考察,更为前沿院产生的重大人才磁吸效应发挥了重要作用。

我校牵头成立的陕西工业技术研究院在自主创新和加速科研成果转换方面不断取得重大进展,宣传部记者对工研院定期深入走访,掌握了大量生动的一手素材,根据国家经济发展战略和媒体需求推荐给不同的新闻单位,年内累计报道超过百篇次,去年11月9日央视《新闻联播》的报道将该项宣传工作推向高潮。此外,我校着眼社会焦点,在招生、就业、教育质量、学生工作等方面注重对外宣传,向社会充分展示我校良好形象的同时也极大促进了相关工作的开展。

三、进一步做好我校新闻宣传工作的思考

高校新闻宣传在交流沟通信息、引领舆论导向、赢得社会认同和大学文化传承创新等方面的作用日益凸显。与此同时,高等教育飞速发展引发民众对高校的期待和审视、媒体时代来临带来的信息膨胀、高校发展需要的思想基础和舆论保障、高校办学竞争中软实力的因素愈加重要,这些都对学校的新闻宣传工作带来巨大挑战。

其一,在社会价值取向多元化、高等教育改革不断深化的今天,高校师生思想和行为的独立性、选择性、差异性日益增强,社会信息接收方式和意见表达渠道也日益多样,信息来源的复杂性和文化价值的冲突不断加剧,这些都强烈冲击和影响着重校新闻宣传工作舆论导向和价值选择功能的实现。

其次,近年来,新媒体的迅猛发展对传统媒体的传播方式与影响力产生了巨大的冲击,高校传统的新闻宣传工作思路和方

式需要不断进行调整。在新媒体环境下,高校师生选择与利用信息的自由化和自主化明显加大,发布、获取信息的自由度显著增强,这使得高校新闻宣传工作环境的复杂性不断加深。如果不加快对信息传播手段的更新和改造,不能熟练掌握和运用现代传播手段,就不能抢占新媒体这一重要的传播阵地。

其三,高校办学竞争日趋激烈,评估高校排名的各类指标体系不尽相同,但大都包括核心竞争力指标和社会影响力指标两大部分。核心竞争力指标主要考察高校学科建设及科研能力,体现高校综合实力及核心竞争力;社会影响力指标考察社会大众对高校的评价,体现高校社会声誉及影响力,而国内主要媒体对大学的新闻报道是衡量我国高校社会影响力和媒体关注度的重要尺度,也是我国大学“社会声誉”的重要体现,这对高校的对外宣传工作和品牌战略推进提出了更新的要求和更高的挑战。

怎样积极应对这些挑战,适应形势的变化,满足广大师生和社会的新期待,是高校新闻宣传工作不可回避的任务。我校新闻宣传工作必须紧跟时代潮流,把握规律性、体现时代性、富于创造性,不断探索新方法、新途径和新举措,深入研究如何让信息快捷、准确、方便的传递到每位师生,竭力让学校的成果、文化、战略引起公众的关注,这都需要全校上下共同将新闻宣传工作纳入工作核心,并从以下几方面进行深入推进:

第一,要深化认识,积极构建全校新闻宣传大格局。从去年起的“学校人才培养走基层系列报道”以及部分专项内外宣工作来看,我校各单位对新闻宣传的组织、动员情况差别较大,重视程度不一,实际上这也体现出相关单位工作创新力与思考研究水平的差别,是否能抓到工作的本质、能否

及时破解难题、有什么样“看得到、抓得住、叫得响”的工作平台与举措,怎样将之总结凝练并在校内外产生积极影响与广泛关注?新闻宣传的根本点还在于对新近发生事实的报道。

因此,这需要我校宣传部门和各单位深化认识,进一步解放思想,将新闻宣传工作作为长线工作来抓,而不是当作阶段性任务;要成为部门中心工作的组成部分,而不是看成锦上添花;要培养全局综合谋划与宣传的能力,而不是临时突击、仓促应对;要具有前瞻性的宣传视野和重大新闻的策划水平,而不是滞于人后、处于被动。只有全校各单位形成合力,在新闻宣传的来源、加工和发布中进一步形成战略整体,推进新闻工作向纵深发展,形成全校大宣传的强劲态势,才能充分发挥好新闻宣传在学校建设发展中的应有作用。

第二,要精心策划,建设全媒体新闻发布战略。现阶段,我校应以新闻网为核心,优化传统媒体的内容与发布方式,积极利用、融合新媒体,发挥各载体的优势与特点,让它们联动提升整体影响力。以4月份我校第五十届运动会的宣传为例,校报注重挖掘本届运动会的文化内涵与史料价值,新闻网则将戏剧学院和科教院首次参赛进行重点报道,让这两个单位的老师提升归属感的同时,增强校内师生对他们的认同感,学校电视台展现运动会盛大开幕场面之外精心设计了采访与跟踪报道,校园广播、官方微博将运动会最新战报及时发布,海报栏回顾展示参赛师生的飒爽英姿与拼搏瞬间,这样就比较好的从不同角度全景展示了运动会盛况,给师生留下了深刻印象。

第三,要挖掘深度,大力提升新闻报道的思想性。在网络传播迅速、更新频繁的今天,“新闻只有一天生命”“的观点大行其道,越来越多的新闻正变得越来越快,如昙

花一现,稍纵即逝,也变得越来越轻,如过眼烟云,浮皮潦草。新闻有没有更长久一点的意义?意义又何在?不同的认识会导致大家以不同的姿态和方法制作新闻。相对于网络年代日益“工业化”和“流水线”式的新闻制作,我校新闻宣传更应当孜孜以求的是:即使新闻已经变成旧闻,其认识价值和文本价值依旧历久弥新。而要实现这一点,一是我们要追求新闻的独特与精致,二是要强调新闻的思想性、表现性和可读性,三是要用深刻的思维和完善的细节去反映新闻的深度和内涵。一份已经翻过的报纸,一幕已经浏览过的网页,一组已经看过的镜头,如果使得这些旧闻也能够保持鲜活,以不同形式进入师生的记忆,记录学校的发展,成为文化的积淀,那么学校的新闻工作者才能无愧于媒体时代的要求。

第四,要紧跟形势,重点推进新媒体建设。当今的信息时代,一系列在计算机信息处理技术基础之上出现的媒体形态层出不穷,并在不断发展,新媒体成为了信息传播的新力量和重要载体。我们无法界定新媒体的具体类别,今天的微博十年后还会是新媒体的领军代表吗?但是多个新媒体拥有“所有人对所有人传播”的互动优势,信息发布低成本的传播优势,新技术不断催生的功能优势,青年师生乐于应用的受众优势等特点,这四大优势决定了新媒体必将对高校新闻宣传工作的内容、方式和传播渠道带来巨大挑战与深度融合。我校新闻宣传应当将工作重心逐步从重视传统媒体向传统和新兴媒体并重转移,传播的内容、方式、渠道要向多样化转变。

第五,要主动沟通,积极做好危机事件的媒体应对。当前我国高等教育发展正处在矛盾突显期、问题突发期,高校的突发事件转化为媒体危机呈现高发状态,媒体对高校危机事件的报道力度日益增强,媒体既是危机扩散的根源之一同时也是危机控

制的关键因素。我校应当清晰的认识到,高校危机事件本身的特点和容易引起社会广泛关注的现状决定了它对社会媒体而言具有明显的新闻价值,而记者第一时间的挖掘采访也是其职责所在,如果采取不当的处理言行,其结果只能是扩大负面报道的影响面和延续周期。

我校在危机事件的媒体应对中,可以借鉴英国学者罗杰斯的应急沟通“3T”原则,即以我为主提供情况(Take your own take)、提供全面的情况(Take it all)、尽快地提供情况(Tell it fast)。校内媒体应从制度建设、管理理念、思想认识等深层次剖析危机事件产生的根本原因,提升全校师生认识危机和应对危机的能力,引起师生的思考与认同,并及时收集大家的意见;对校外媒体,则可以邀请他们对事件做后续报道,如学校在处理事件中的积极做法、有效进展及事件本源,这样不仅可以让公众、媒体了解到学校解决问题的最新进展,还可以使其意识到学校有效的危机处理能力,从而对学校的印象实现好转。此外,如果有不属实的负面报道,应及时进行正面交涉。

第六,要开拓思路,用新闻的视野做新闻。我校在新闻宣传的意识上,要避免“身在庐山”、“灯下黑”的思维,有些我们惯性认为没有新闻价值的消息也许正是社会公众所渴望了解的,校内师生需要获取的部分新闻和消息我们是否存在忽略,哪些发布的报道因为深度和广度挖掘不够导致新闻效应降低?因此,要切实提高新闻报道的敏锐性,用宣传的角度看待周围的人和事;从载体上,推进宣传报道精细化战略,设想一下,如果在我校每天穿梭于各个校区间的班车上开通校内新闻的车载电视或广播,所有教师的名片背面印上我校的16字校训,将BBS的舆情热点深度报道后发布在主流媒体,这些都可能获得意想不到的宣传效果;从内容和角度上,校内媒体要将