

文章编号:1001-8611(2022)04-0094-03

农业科研院所提升宣传内生动力路径研究

——以江苏省农业科学院为例

张佳慧 刁阳隆 王 澎

(江苏省农业科学院 南京 210014)

摘要:提升宣传内生动力是推动农业科研院所事业高质量发展的重要基础。文章以江苏省农业科学院为例,深入分析了当前宣传内生动力不足的主要原因,从提升宣传重视程度、构建“全链条式”传播体系、形成“三新”宣传思维、打造“哑铃型”宣传梯队、提升“流量科学家”话语权和创设双重奖励形式等方面提出了提升宣传内生动力的有效路径,并介绍了建院90周年之际针对提升宣传内生动力开展的相关实践探索,以为农业科研院所高质量发展提供借鉴参考。

关键词:农业科研院所;宣传内生动力;“三新”宣传思维;“哑铃型”宣传梯队

Research on the Path of Promoting Endogenous Power of Propaganda in Agricultural Research Institutes, A Case Study of Jiangsu Academy of Agricultural Sciences

Zhang Jiahui Diao Yanglong Wang Peng

(Jiangsu Academy of Agricultural Sciences, Nanjing, 210014 China)

Abstract: Improving the endogenous power of propaganda is an important basis for promoting the high quality development of agricultural research institutes. Taking Jiangsu Academy of Agricultural Sciences as an example, main reasons for lacking of endogenous power of current propaganda were deeply analyzed in the paper. Ways to enhance the endogenous power of propaganda were put forward from the aspects of raising awareness of publicity, building a "full chain" communication system, forming the "three new" propaganda concept, creating a "dumbbell-shaped" publicity echelon, improving the discourse power of "traffic scientists" and creating a double reward format. Practice and exploration were taken at the relevant activities of the 90th anniversary of the founding of the academy. This will provide reference for the high quality development of agricultural research institutes.

Key Words: Agricultural research institute; Endogenous power of propaganda; "Three new" propaganda concept; "Dumbbell-shaped" publicity echelon

中图分类号:D267

文献标识码:A

DOI:10.16849/J.CNKI.ISSN1001-8611.2022.04.026

近年来,江苏省农业科学院(以下简称“江苏院”)主动适应新媒体传播态势,不断建强阵地、丰富传播载体、创新宣传手段、夯实科普基础,深入推动媒体融合,初步形成全院统一发声的宣传工作格局。但随着信息技术的快速发展,传播手段和受众需求特点都发生显著变化,这对宣传平台、宣传稿件质量、宣传队伍等都提出更高的要求。因此,探索提升宣传内生动力相关途径至关重要。

1 农业科研院所提升宣传内生动力的重要性

宣传内生动力是指单位或个人在媒体变革发展

过程中产生的自主性、积极性的行为表现,是单位宣传工作中起根本作用的内因。以江苏院为例,其每年下发的年度宣传任务是提升宣传内生动力的外因,但如果没有从内部调动职工宣传内生动力,仅靠外因驱动,只能在短期内缓解宣传压力,并没有从根本上提升宣传质量。因此,只有不断提升宣传内生动力,才能全面提升宣传工作水平。

1.1 提升宣传内生动力有助于提高单位职工向心力 提升宣传内生动力,将从根本上促进当前以宣传任务为主的“被动式”宣传行为转变为以内驱动力为主的“主动式”宣传行为。以院年度重点工作为中

收稿日期:2022-03-09

基金项目:江苏省农业科学院基层党建创新课题(DJ(21)21)

作者简介:张佳慧(1993-),女,硕士,助理研究员。主要研究方向:新闻宣传。

心,在全院上下形成“人人都是宣传员”的良好氛围,从而增强全院职工的归属感、幸福感,提高单位凝聚力、向心力和软实力。

1.2 提升宣传内生动力有助于提升科研成果知名度 只有提升宣传内生动力,才会吸引更多的科技人员主动参与宣传,在享受宣传带来的“硕果”的同时,增强科研成果显示度。曾经“酒香不怕巷子深”^[1]的时代早已过去,如今“流量科学家”开始成为热门话题,只有敢于发声、勇于发声、善于发声,才能不断增强单位权威性和硬实力,提升成果知名度。

1.3 提升宣传内生动力有助于扩大科技服务“朋友圈” 提升宣传内生动力,最终目的是履行好科研单位的职责,扎实做好科技服务工作。通过内生动力的有效驱动,及时挖掘优秀科技服务的人物故事、动态关注科技服务进展,切实打通科技成果从实验室走向生产试验的“最后一公里”^[2],扩大科技服务“朋友圈”。

2 宣传内生动力不足的原因分析

2.1 从科研业务角度分析

1) 对宣传工作的重视程度不够。江苏院在每年初下发年度宣传任务,并制定配套稿酬奖励办法。在此基础上,虽然各单位(部门)逐渐重视宣传工作^[3],但仍存在为了完成任务而工作的现象,有些甚至未能按时完成宣传任务,缺乏自上而下的高度重视。绝大多数科技人员片面地认为宣传只是从事宣传工作人员的事情,“重科研,轻宣传”观念重,主动宣传意识不强,仍停留在“要我宣传”,而不是“我要宣传”的阶段。

2) 对宣传素材积累不够。即便部分科技人员有宣传意识,但往往苦于宣传角度难以挖掘或缺少素材积累,难以做好宣传。由于农业科研工作的特殊性,宣传工作需要“有心人”在不同阶段做好充足的素材积累,才能在需要宣传的关键时期及时提供有价值的素材,产出高质量的宣传作品。

3) 团队自身学术主导地位不明显。目前,江苏院宣传工作较为突出的单位(部门)多数是在行业里有一定话语权的专家或领导所在的单位(部门),反之亦然。绝大多数科技人员存在着“不敢说”“不想说”“能不说就不说”的心理,在行业领域内缺乏有话语权的专家,使得团队主导地位不突出,未能形成一定的“意见领袖”。

2.2 从宣传管理角度分析

1) 宣传引导作用发挥不明显。宣传工作人员在外部媒体宣传等方面给予的积极引导不够,缺少对

院外宣工作的全面介绍。绝大多数科技人员认为在主流媒体平台上发稿难度大、所需时间长、耗费精力多,存在着“想宣传但害怕宣传”“想宣传但不知如何宣传”等瞻前顾后的心理。

2) 宣传队伍能力有待提升。江苏院目前有一支由各单位(部门)相关人员组成的300余人兼职宣传员队伍,但由于院内职工基本为农学、工学专业背景,在文案写作、摄影摄像等方面缺乏专业训练,存在新闻专业素养不高、新闻敏感性不强、新闻专业水平不高等问题,宣传力量与宣传需求不相匹配^[4]。

3) 全面深度宣传不够。当前,宣传仍停留在“一事一报”“遇事才报”的阶段,宣传呈现出分散化、零碎化特征,且在捕捉新闻宣传点上不够精准,素材挖掘上不够深入,学术思维与科普思维转换难度大,形成的有深度、有影响力的系统性宣传稿件较少。

4) 激励机制不完善。当前的《江苏省农业科学院新闻宣传稿酬奖励办法(试行)的通知》仅能从物质层面予以象征性奖励,并未与实际宣传工作相结合,未能从根源上激发宣传内生动力,未能对宣传工作发挥实质性的促进作用。

3 提升宣传内生动力的有效路径

3.1 注重思维引导,提升宣传重视程度 通过正向案例引导科技人员对宣传工作的理解和重视,转变当前“为了完成任务而做宣传”的固化宣传思维,梳理明确“谁来做宣传”“为谁做宣传”“宣传与科研之间的关系”,形成全院全员积极主动宣传的良好局面^[5]。

3.2 坚持系统谋划,构建“全链条式”传播体系 在每年初全面系统梳理年度重点工作,有侧重点地打造2~3场综合性宣传报道。注重以点带面、点面结合,形成全院综合发声的综合性媒体稿件。同时,通过活动前期预热、揭秘、传播发酵、回顾、形成品牌等多个环节,探索构建有影响力的完整传播链条。

3.3 善于借势发力,形成“三新”宣传思维 在全面梳理、细化凝练年度宣传工作重点和亮点的基础上,结合“新形式”、借助“新载体”、凝练“新主题”,提高全院职工对宣传工作的热情和兴趣。在宣传形式上,以直播、短视频等新兴表现形式在主流媒体上进行科普宣传。在宣传载体上,可尝试以“抱团”的形式与政府、企业等单位合作,主动在多个平台积极发声。在宣传内容上,每年结合农事和节日,针对不同受众群体定期组织亲子、情侣、女性等形式多样的主题公众开放日活动,通过精准定位目标人群,吸引更多院内职工积极参与宣传、科普工作^[6]。

3.4 强化队伍建设,打造“哑铃型”宣传梯队 细化宣传队伍分层建设,形成“哑铃型”宣传队伍,即以院和团队为“哑铃型”两端的重要抓手,院领导带头统筹宣传工作,宣传工作人员定期组织宣传专业知识培训,提升宣传业务水平;团队负责人带头挖掘宣传素材,强化能力建设。所领导和综合办公室为连接“哑铃”两端的连接杆,打通“全年龄层”工作队伍,形成“全方位”“立体化”的宣传新格局,营造全院参与宣传的新氛围^[7]。

3.5 主动对话媒体,提升“流量科学家”话语权 做好外宣工作的积极引导,畅通与媒体“对话”渠道,引导更多专业所和专家参与“媒体行”等与媒体深入对话交流的活动,不断强化团队带头人话语权。积极发挥先进带动作用,正向引导,营造“好的宣传为科研项目评审、奖项申报等添砖加瓦”的宣传氛围。

3.6 创新奖励机制,创设双重奖励形式 借鉴参考央视总台“好记者讲好故事”形式,开辟“年度十大新闻”“科技人员讲好农科故事”等栏目,在宣讲“好新闻”“好故事”和给其颁发奖励的同时,形成二次宣传高潮^[8]。还可将宣传工作与项目考核、评奖评优、年度考核等相挂钩,制定出完整的奖励激励制度。除纳入综合考评外,还可结合院控项目列出对宣传的具体要求,提升宣传积极性。

4 提升宣传内生动力的实践探索

2021年是江苏院建院90周年,针对存在的宣传内生动力不足的问题,院创新宣传手段和形式、增强宣传内容吸引力,院办公室牵头组织特色鲜明、全院参与的“甜蜜事业 农科盛宴”主题公众开放日活动,以激发全院干部职工的宣传热情,有效提升宣传内生动力^[9]。

4.1 借助“媒体直播”手段,扩大宣传范围 在院开放日活动品牌基础上进行再创新,紧扣“媒体直播”和“全民参与”两个关键抓手,通过新华网和学习强国两大主流媒体直播平台,借助网红主播力量,积极引流,在吸引广大市民参加线上线下活动的同时,不断提升院内职工个人参与度。

4.2 吸引“全年龄层”受众,强化队伍建设 活动吸引全院不同年龄层次的职工及家属,有80多岁高龄的农科夫妇,有70后、80后知名的农科专家,也有90后青春洋溢的青禾志愿者,还有00后的农科子女。在强化宣传队伍建设、形成“人人都是宣传员”的浓厚氛围的同时,有针对性地吸引不同年龄层的市民来院参加活动。

4.3 搭建媒体与专家“桥梁”,畅通外宣渠道 活动设置“甜蜜事业”“历史画卷”“科普长河”等兼具视觉美和科普的环节,邀请小麦、桃等不同行业领域内的专家与媒体对话,在提升农业科研专家显示度、打造“流量科学家”的同时,搭建起媒体与专家之间沟通的桥梁^[10]。

4.4 开启“再宣传”新模式,创新奖励形式 活动特别设置农科夫妇亲自切西瓜、农科子女参与作画等颇具纪念意义的互动环节,并对参与切瓜、参加作画和提供脚印的儿童颁发个性化定制道具、精美定制奖章和90周年牛皮纸袋,吸引院内职工拍照打卡,掀起二次宣传热潮。

4.5 形成“链式”传播效应,深化宣传效果 活动结束后,持续深化宣传,以院内职工儿童作画为契机,宣传儿童所画作的农科故事、挖掘儿童创作思路、宣传职工及所在团队研究内容,在让儿童作画持续发酵的过程中,进一步提升职工的安全感、归属感和幸福感。

5 参考文献

- [1] 秦海丽. 新形势下科研院所做好宣传工作新举措[J]. 中国石油企业, 2021(9): 85-88
- [2] 张佳慧, 王澎. 新形势下农业科研单位主动对接主流媒体的思考——以江苏省农业科学院为例[J]. 农业科技管理, 2021, 40(2): 94-96
- [3] 赵娜, 滕雪莹, 石淑萍, 等. 浅议全媒体环境下农业科研院所新闻宣传工作创新发展——以辽宁省蚕业科学研究所为例[J]. 农业科技管理, 2020, 39(4): 94-96
- [4] 杜鹃, 杨光, 张佳诗, 等. 新形势下推进农业科研单位新闻宣传工作的思考——以吉林省农业科学院为例[J]. 农业科技管理, 2020, 39(1): 92-93, 96
- [5] 张卫. 新时代科研院所宣传思想文化工作实践探索研究——以北京市农林科学院思想宣传文化工作为例[C]//首都科研院所企业文化建设协会2017年度优秀论文集. 北京: [出版者不详], 2017: 48-56
- [6] 董少朋. 充分激发宣传文化干部队伍干事创业的内生动力[J]. 奋斗, 2017(11): 56-57
- [7] 邱福荣. 新媒体时代下国企新闻宣传工作方式转变探讨[J]. 新媒体研究, 2015, 1(11): 60-61
- [8] 田婉莹, 林红生, 李莹, 等. 新媒体环境下农业科研院所宣传工作现状及对策研究——以中国热带农业科学院为例[J]. 农业科技管理, 2015, 34(3): 54-56
- [9] 杨丽霞. 增强宣传思想工作内生动力思考[J]. 化工管理, 2015(16): 89
- [10] 罗兵前, 马晓杰, 孙洪武. 农业科研单位做好新闻宣传工作的对策探讨——以江苏省农业科学院为例[J]. 农业科技管理, 2012, 31(6): 41-44