

为什么

93岁崔崑院士捐资600万元助学,1件衬衣却穿30年,以奉献书写不凡的人生;建筑学891班学生毕业26年后重走实习路,再续芳华补齐作业;协和医院心外科上演“生死时速”,“护心跑男”阐释医者仁心……2018年,一个个精彩的华中大故事,讲述着华中大人的奋斗不息、追求卓越,传播着华中大好声音。

一个好故事为什么会有这么大的影响力呢?通俗来说,故事能以一种深刻而意味深长的方式,将倾听者与讲述者联系在一起,从而达到认知趋同、价值认同、情感共鸣的效果。因此,故事是一种贯通古今、融通中外、联通感情的“世界语言”。

作为“新中国高等教育发展的缩影”,华中科技大学从筚路蓝缕到跨越发展,在新中国高等教育史上书写了一个动人的故事。当下,学校继续坚定社会主义办学方向,勇担新时代高等教育的使命和责任,主动承担着文化传承创新的重任,更有底气、有信心、有能力讲好华中大故事、讲好中国高等教育故事、讲好中国故事。

必要性:对标国家战略规划

十八大以来,习近平总书记多次强调讲好中国故事的重要性。向世界讲好中国故事,传播好中国声音,已经成为中国对外传播领域亟待解

决的重大课题,也是事关实现“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴中国梦的战略任务。

正走在建设“双一流”大学征程上的华中大,不仅需要继续培育创新人才、钻研前沿科技、对接社会服务、贡献文化传承;更需要主动对标国家战略规划,积极“走出去”,把优秀的华中大故事“讲出来”,为优秀的中国故事和中华文化增添砝码,助力国家地位和影响力的提升。

“我现在成了华中大‘活广告’,校方和我都希望有更多同学选择到中国参与国际尖端科技研究。”这是德国莱茵美因应用科技大学硕士生尼古拉·米勒收获的意外惊喜。米勒撰文阐述了自己在我校数字PET实验室的交流实习经历,并强烈推荐其他同学报名参加。这封“推荐信”登上了莱茵美因应用科学大学的官网首页,并得到国内外媒体的关注。新华社的报道《同学们,到中国去!》迅速在微信、微博等新媒体平台刷屏,产生了良好的传播效果。

仔细分析下,这则报道的故事虽小,影响却颇大。从新闻传播的角度看,报道具备新闻的接近性和新鲜感;从受众心理的角度看,米勒的“亲身实践”和“现身说法”是自外向外的言说,

能够顺利地激发受众的“自己人”心理,从而让这趟“实习经历”更具有说服力和吸引力,也就自然而然地达到了传播的可信度和示范性。

紧迫性:服务学校发展需求

举旗帜、聚民心、育新人、兴文化、展形象,这是习近平总书记在全会全国宣传思想工作会议上提出的使命要求,也是新形势下我校开展宣传思想工作的行动指南。

经过几代华中大人的共同努力,当前学校各项事业得到健康快速发展,取得了显著成效。学校获得ARWU世界大学学术排名并列大陆高校第八、软科2019中国最好大学排行榜第七、国内首家大学科学与技术贡献排行榜第五、SCI论文数全国高校第四、2019中国最佳医学院校人才培养排行榜第四和医学临床排行榜第七、QS大学与雇主关系排名全球第一等成绩。可以说,在硬实力比拼中,我校处于国内高校领先水平。

相比之下,我校软实力的差距却愈发凸显。究其原因,很大程度上,“三易其名”是我校社会声誉不高的极大困扰,加上社会媒体报道中关于

学校的称谓,从“华中科技大学”“华中科大”“华科”“华科大”到“华中大”等,分散了宣传力度,削弱了正向传播效果。

因此,今天的华中科技大学,尽管整体硬实力迅速增强,但文化软实力依然势微,面临着整体实力与品牌声誉不符的矛盾、教育教学硬实力与文化传播软实力不符的矛盾。在学校形象塑造上,很大程度上仍是“他塑”而非“自塑”,存在着信息流进流出的“逆差”,真实形象和主观印象的“反差”、软实力和硬实力的“落差”。

当前,学校第四次党代会开启了追求卓越、开创建设世界一流大学的新征程,提出提升学校的国内认可度、国际知名度和社会美誉度的要求。我们必须直面“酒香也怕巷子深”的紧迫性,下大气力解决好“失语”的问题。

可行性:连通师生生动实践

67年的发展历程中,华中科技大学在新中国的朝阳中诞生,在共和国的旗帜下成长、在改革开放中腾飞、

在新时代迈向世界一流。67年时光流转,学校始终面向世界科技前沿、面向国家重大需求、面向国民经济主战场开展教育教学,与祖国发展同频共振,与时代进步同向同行。全校师生也始终坚持以所学服务民生福祉、以所知贡献民族振兴、以所识奉献国家富强,演绎着爱国荣校的生动实践。

我们有着讲好华中大故事的丰富资源和鲜活素材,而讲好华中大故事的过程,也是学校贯彻落实立德树人根本任务的过程。

我们讲好黄群校友用生命托举舰船报国的故事,彰显了共产党员许党报国的忠诚与信仰;我们讲好思政公选课“深度中国”入脑入心火爆校园的故事,彰显了“学在华中大”的响亮品牌;我们讲好引力人蛰伏30多年成就“世界引力中心”的故事,彰显了“创新创业”的闪亮声誉;我们讲好14所工研院助力地方企业发展、全校师生投身脱贫攻坚的故事,彰显了华中大人爱国为民的责任与情怀;我们讲好临

床医学“90后”博士生跨越千里捐髓救人的故事,彰显了“医者仁心”的青年担当;我们讲好宿管阿姨、2244、校园110、家庭医生扎根基层、服务师生的故事,彰显了大后勤人忠于职守、润物无声的付出与奉献……

这些故事真实、立体、全面地展现了追求卓越、敢为人先、快速发展的华中大,将学校、师生、校友与国家、社会、人民的情感紧紧联系起来。

讲好华中大故事,就是为了讲好发展经验,以跌宕起伏的情节传递出核心价值观,有效解决理论学习“两张皮”的现象,推动思政教育与华中大人成长实践的有机结合,让听故事的人和讲故事人的同频共振,展现华中大特质,培育华中大文化,弘扬华中大精神,增强华中大竞争力,为卓越华中大建设和“双力倍增”目标提供强大精神动力。

一个好故事胜过一打道理,一个好故事胜过千言万语。我们要通过讲好一系列生动鲜活的华中大故事,摸索出一套行之有效的对外话语体系,将学校的发展优势和综合实力转化为话语优势,增强话语权,提升文化软实力,不断提升学校的国内认可度、国际知名度和社会美誉度。

华中大好故事 是这样炼成的



怎样讲

匠心独运成就经典——解析“爆款”故事背后的秘密

本报记者 张雯怡 潘梓萌

2018年“讲好华中大故事”活动中91件参赛作品是师生校友们学习工作的真实写照,在校内外引起了巨大反响。这些故事何以形成如此强烈的情感冲击波?如何让听故事的人和讲故事的人同频共振?通过探寻这些“爆款”华中大故事的挖掘、创作和传播过程,或许可以得到一些启示。

深入基层、拓宽渠道,多角度发掘华中大故事

2018年12月,自动化学院韵苑19栋宿管员金林君在退休前写下一封《山高水长,我心永远》的告别信,许多学子转发到朋友圈并为之点赞。通过朋友圈的广泛传播,金林君的故事也引起了媒体的关注。网友们纷纷向她表示致敬:“隔着屏幕都被感动了”“平凡的工作,非凡的成绩”“大爱无言,润物无声”……

金林君的故事从朋友圈走向了社会,既体现了传播力,更说明了一个道理,即每一位师生都是素材提供者和故事讲述者、传播者,讲华中大故事需要师生们齐心协力。

寻找好的故事线索首先要扩大渠道。随着时代的发展,获取新闻线索的渠道也愈加广泛,除了口头传播外,还可以通过朋友圈、微信公众号、论坛等新媒体方式获得。被大家关注的、议论较多的、想知未知的、扣人心弦的话题,往往存在着价值很高的新闻线索。

其次,寻找好的故事线索需要走进基层、深入发掘、多听多看。师生的日常工作学习实践就是绝佳的素材来源。媒体工作者只有发挥脚力,深入基层,走到院系、班级、寝室,走到学校的“神经末梢”里,才能找到鲜活的故事。

此外,寻找好的故事线索还需要扩大眼力,不能只把目光停留在校内,而要站得高看得远。既要关注校友及社会上一切有关学校的话题,将外力转化为助推学校宣传气氛的内力;同时也要广而告之,让讲华中大故事的氛围从校内扩大到校外。

肖上工的故事就是从校外寻

找线索,通过宣传引发校友关注华中大故事的一个典型。肖上工已过耄耋之年,是我校毕业生,早已在广州定居。长期以来,他通过华中大新闻网和官方微信,密切关注学校情况。在听闻母校举办讲好华中大故事时,他立马动笔投稿,为2018年的华中大故事增添了一抹精彩的一幕,自己也成为了其中的一份子。

以情动人、创新形式,打造有温度的品质佳作

一场车祸中断古建实习,华中大毕业生重走当年实习路,补交26年前的作业。2018年,《一份迟交了26年的作业》刷爆了朋友圈。该故事情真意切、文笔细腻动人,被读者称为“催泪弹”。

讲好华中大故事是一门艺术。新闻学院陈先红教授曾提到,讲好华中大故事,要聚焦到一个核心诉求,深入到大学教育的深处细微处,去讲小故事,而不是大故事,去讲简单的故事,而不是复杂的故事。891班的故事正体现了这一点,通过有温度的小故事折射出师生情谊、同窗情谊,以及“学在华中大”的精神。

讲好华中大故事的根本在于人心相通。这既是与读者的情感相通,更是与被采访者的心灵相通。素材的积累可以帮助记者深入挖掘当事人的内心,拉近与被采访者的距离。在采访中,只有真诚交流、用心聆听,才能与被采访者擦出火花。而除了实地采访外,微信、电话、邮件采访等也为信息的获得提供了更多方式。

讲好华中大故事的关键在于以诸多细节,反映当事人的真情实感。打造一个鲜活动人的故事需要运用细节描写,叙事立足于“真”,紧扣主题,通过原汁原味地还原场景、真实感人的语言,才能触动读者的心弦。

创新表达方式使华中大故事变得丰富多彩。面对当下分众化、差异化传播的新格局,以及思想文化日益多样化的现状,只有创新理念、内容、体裁、形式、方式、手段等才能讲好华中大故事,引起和争取人们情感上的共鸣。

以崔崑院士为原型创作的朗

诵作品《您是一块千锤百炼的“特殊钢”》就是一次有益探索。新闻学院副教授袁超在谈到创作思路的时候认为,以朗诵为载体,以有声语言为核心,能够将立德树入、专业学习、生活育人相结合。

无独有偶,2018年刷屏无数的协和医院微电影《护心跑男》也通过形式上的创新吸粉无数。微电影的表达形式、“跑男”的流行元素,让故事牢牢抓住了观众们转瞬即逝的注意力。

整合资源、依托平台,全方位提升作品影响力

蛰伏“山洞”35年,引力中心罗俊院士团队将“冷板凳坐热”的故事在2018年成为媒体关注的焦点。引力团队形象在宣传上通过集纳发挥新闻报道、网络直播、短视频、宣传片等各类传播形态所长,展现得真实、立体、全面。

讲好华中大故事需要全媒体联动,实现校内采编资源、传播渠道全面整合。在引力团队的宣传中,一次采访、多次发布的全媒体报道形式被广泛应用,收到了良好的反响。通过综合运用文字、图片等传播手段,学校主流媒体充分发挥了汇聚人心、凝聚力量的作用。

讲好华中大故事离不开校内外传播渠道的相互融合,善用适合的媒介,让好的故事更加深入人心。互联网时代为华中大故事的广泛传播提供了良好机遇,社交媒体的兴起为讲好华中大故事提供了广大平台。在信息技术高度发达的今天,先进的传播手段、强大的传播能力,可以促进文化理念和价值观念的传播。

与此同时,也不应忽视关注并研究受众的习惯。如今已是互联网时代,各种新型传播工具层出不穷,更成为年轻一代追捧的对象。要讲好华中大故事,就要深入研究当下流行的传播方式,广泛应用新技术、新手段,在传统网站、纸媒的基础上,在年轻人喜闻乐见的传播工具如微信、抖音等上面做文章。只有与时俱进、有的放矢,才能让华中大好故事直击人心,传播得更广。

什么是

亮名片 展风采 引共鸣——探究好故事必备要素

本报记者 汪泉 郭雨辰

“真理的味道”“半床棉被”……习近平总书记讲过的这些充满深意而又亲切的故事,让人对实现中华民族的伟大复兴充满信心、倍感温暖和力量。这是总书记就“什么是好故事”给出的范例。

仔细琢磨校园里的华中大好故事,它们有着同样的特点。

导向鲜明,亮出华中大名片

“钢铁院士”崔崑,一生只有一个信念——为祖国的钢铁事业奉献终身。耄耋之年的他完成了200万字的《钢的成分、组织与性能》,是我国首部全面系统介绍特殊钢的“百科全书”。他还与家人捐资420万设立助学金,帮助困难学生完成学业。于科学,崔崑说,科学的最高境界就是求真求美,不断追求新知。于人生,崔崑说,应当尽自己最大的努力去帮助那些有需要的学生。

崔崑的故事有“大”有“小”。大,他事业理想追求大——为祖国的钢铁事业奉献终身;小,他心系校园身边人——百万资助贫困学生完成学业。一“大”一“小”之间,崔崑故事的情节饱满了、导向鲜明了一——华中大师生有志于学,为学而终身奋斗;华中大教师关爱学生,急学生之所急、想学生之所想。

引力中心罗俊院士团队30余年如一日在山洞实验室中自主摸索、自主设计实验,测算出迄今为止最准确的万有引力常数G,在全世界解开牛顿谜题的旅程中留下华中大人浓墨重彩的一笔。这是华中大师生瞄准国际难题、刻苦钻研中故事中最精彩的之一,生动体现了华中大人埋头科学研究,“板凳甘坐十年冷”的动人品质。

选择一个好故事,首先要明确故事表达的核心意义是什么——故事设置了什么样的议题。要导向鲜明,明确故事与学校品牌建设、社会声誉之间的紧密联系。要提高议题设置能力,善于提出既能体现学校立场、学校价值,又能够被社会受众理解和接受的观点、主张,真正体现华中大与众不同、与众不同的特点。

鲜明的导向、高远的立意,就是文章的中心思想,是写作者动笔之前必须了

