

SMCR 视角下老年大学的新闻宣传与教育工作研究

吴凯

西南财经大学天府学院艺术与传媒学院

DOI:10.12238/er.v7i10.5518

摘要：新闻宣传工作是我国新闻事业的重要组成部分。在社会老龄化背景下，老年大学的新闻宣传工作旨在帮助老年学员参与继续教育，并以老年大学为“涉老传播”的中心，对社会上的老年群体进行相关新闻教育工作。因此，本文在 SMCR 模型的视角下，将老年大学视为“涉老传播”活动的信源，分析其在新闻宣传与教育过程中的信息、信道、信宿的传播现状。本文提出打造以老年大学为核心的宣传传播矩阵和老年教育品牌，通过深入了解老年群体的信息需求、提升适老化传播的内容质量等策略，来满足老年群体日常学习与生活需要，在推进积极老龄化社会建设的过程中，完善我国的终身教育体系。

关键词：新闻宣传与教育；老年大学；SMCR 模型；涉老传播

中图分类号：G777 **文献标识码：**A

A Study of Press Publicity and Education in Senior Universities from the SMCR Perspective

Kai Wu

School of Arts and Media, Tianfu College of Southwest University of Finance and Economics

Abstract: Press publicity is an important part of our country's journalism. In the context of the aging society, the press publicity of senior universities aims to help the elderly students to participate in continuing education, and take universities for the elderly as the centre of the "elderly-related communication", and carry out related press publicity and education work for the elderly groups in the society. Therefore, under the perspective of the SMCR model, this paper considers senior universities as the source of "elderly-related communication" activities, and analyses the current situation of their message, channel and receiver in the process of press publicity and education. This paper proposes to build a publicity and communication matrix and a brand of senior education with senior universities as the core, to meet the daily learning and living needs of senior groups through in-depth understanding of the information needs of senior groups and improving the quality of the content of ageing-related communication, so as to improve China's lifelong education system in the process of promoting the construction of a positively aging society.

Keywords: Press publicity and education; Senior universities; SMCR model; Elderly-related communication

引言

自 20 世纪 80 年代以来，我国老年教育事业历经 40 余年的建设与发展。目前，我国已建成各级各类老年大学（学校）7.6 万所，参加学习的老年学员达到 2000 多万人^[1]。在社会经济与网络媒介技术不断发展的背景下，为缓解我国老龄化人口压力，老年教育工作被赋予了新的时代意义与任务。老年大学是老年继续教育的重要阵地，也是老年新闻传播活动的主要场所；在新的时代背景下，老年大学的新闻宣传与教育工作也在推进积极老龄化社会建设的过程中发挥着重要作用。

此外，网络媒介的迅速普及为社会治理工作带来新的难度，尤其在人口老龄化的背景下，对老年群体的新闻宣

传与教育工作带来了新的挑战。互联网等移动通讯媒介的普及，一方面在深刻地改变着老年群体的信息接收方式等一系列日常生活行为，另一方面也克服了传统的线下教育模式的限制，为老年群体提供了信息获取与接受教育（或获取教育资源）的便利。又因媒介技术的使用壁垒、网络信息的分辨差异等问题，在复杂多元的信息社会下，也会为老年群体的数字化融入带来困扰，引发社会融入困难、电信网络诈骗等多种老年问题。因此，随着我国人口老龄化程度的不断加深，老年教育的重要性逐渐显现出来，它对于社会的发展具有不可忽视的意义；老年大学作为“传播老年信息，教育老年群体”的重要渠道，它对推动老年教育的普及与发展具有不可替代的作用。对此，本文将以 SMCR 模型为理论视角，对老

年大学的新闻宣传与教育工作进行研究与分析，并提出相关的建议或策略，旨在通过新闻传播的学科角度，加深社会对老龄化的认知与理解。

一、SMCR 传播模型概述

学者贝罗（Berlo）对“传播过程”给予高度关注，将“传播视为动态连续的变化”^[2]，并据此提出了 SMCR 传播模型（也被称为贝罗传播模式）。该模型的提出是对拉斯韦尔（Laswell）传播模式的补充与延伸^[3]，被认为是“以最简单的形式描述了信息的传播过程”^[4]。就该模型而言，贝罗强调影响信息传播过程的四种要素，即信源、信息、信道、信宿，且四种要素也分别受到若干因素的干扰与影响。

信源（Source, S），即信息传播过程的源头，起着把关信息与控制传播渠道的作用，受到传播技巧、态度、知识、社会系统、文化五种因素的影响。信息（Message, M）是传播过程中意义的载体，也是“信源”经过编码后的结果，由内容、成分、处理、结构和符号五种因素构成。信道（Channel, C）是信息传播的通道或载体，但贝罗以受众主体的感官功能作为信息传播的渠道，将信道的构成要素划分为听觉、视觉、触觉、嗅觉、味觉。信宿（Receiver, R），即信息的接收者，受到与“信源”相同的五种因素影响；且信宿作为信息传播活动的终点，承担着对“信息”解码的功能，能够检验由“信源”对“信息”进行编码后的传播效果。此外，贝罗也意识到在该模型的各个环节存在着信息传播的有效性问题，也因此十分重视“信源对信息编码”与“信宿对信息解码”的两个过程。因而该模型常见于教育学、企业组织管理、教学比较与课程开发等领域的研究中^[5]，用以解释信息传播过程的效果与影响。

综上，对贝罗 SMCR 传播模型的梳理，有助于研究者对具体的新闻传播活动过程进行讨论与分析，并能够针对信息传播过程的各个阶段或环节提出相应的策略，以优化现行的新闻传播活动。下文也将结合贝罗的传播模型，对老年大学有关新闻宣传与教育工作的传播活动进行系统性的分析与探讨。

二、SMCR 视角下老年大学新闻宣传与教育工作的探讨

“媒体泛化”是媒介化社会的一种重要表征，更是重构当下传播环境的关键因素，它通过重组人、机、物与环境的关系，使当下的新闻传播活动呈现“万物皆媒、万象皆媒”的特点^[6]。泛化的本质即意义的拓展与功能的扩充，媒体泛化涉及传播活动各要素的泛化过程，其中媒体机构或平台的泛化尤为显著，进而导致了信源、信息、信道等要素的泛化。“涉老传播”则指涉及老年人的新闻传播活动，一是将老年群体列为主要新闻传播受众；二是指涉及老年群体的新闻报道内容。老年大学，作为涉老传播的关键媒体，在其新闻宣

传与教育工作中不仅扮演着“信源”的角色，还承担着筛选和把关新闻信息以及管理传播渠道的关键职责。就当前社会背景而言，将老年大学视为媒体平台，不仅是媒体泛化的结果，也是新闻传播领域应对当前老龄化社会现实挑战的必然选择。

在大众传播时期，新闻只能通过特定的、具备明确边界的新闻媒体部门开展信息的生产工作与传播实践，其信源也呈现出“中心向外围”“小众传播，大众接受”的特征^[7]。在新媒体背景下，技术赋予了传播新的动力，新闻信息的来源变得多元，传播者与受众的身份也开始变得模糊，每个人或每个组织机构也能成为“信源”，深入参与新闻信息的传播活动。因此，作为涉老传播“信源”的老年大学，不只是新闻信息的传播中介，也是新闻信息的生产机构。在前者中，老年大学通常会选择权威性较强的媒体信息，对特定受众群体进行选择传播。因而在信源的选择上，老年大学需要筛选出与老年大学或老年群体高度相关的报社等媒体机构所生产的新闻内容，进行新闻信息的二次传播活动，其目的在于对涉老传播的社会环境有一定的了解与把握，起到监督社会环境的媒介功能而后者则将老年大学作为生产与传播老年新闻信息的机构，对其学员或老年群体开展具备教育性质的新闻传播与宣传工作。

老年大学是专为老年群体设立的非学历教育机构，其目的是关注老年群体的身心健康与生活质量。作为公益性非学历老年教育机构，在新闻宣传、思想教育、组织沟通等方面，老年大学也发挥着重要作用。适老化或老龄化传播强调以老年人中心，不断优化新闻传播活动过程中的各个要素，以满足老年群体对媒介的使用习惯和信息了解需求，例如通过新媒介的适老化设计和信息符号的适老化编辑等方式。在老年大学的新闻宣传工作中，老年学员作为新闻宣传与教育工作的主要接收者（信宿），因其生理、心理等特征的变化，也在影响着老年大学的新闻传播与传播实践。终身教育是建设学习型社会、学习型大国的重要支撑和战略保障^[8]，在其建设过程中，也要确保老年人能够持续获得教育机会，并保障他们不被当前的媒介社会环境所忽视或遗忘。鉴于老年群体对丰富老年生活的需求，从新闻宣传与教育工作的角度出发，老年大学仍需重视适应老龄化趋势的传播实践，并根据老年群体的具体要求进行“适老化”的传播创新。

三、老年大学新闻宣传与教育工作的优化策略探讨

在新媒体环境中，随着网络媒体在老年群体中的逐渐普及，多样化的媒介传播渠道不断地激发着他们获取新闻信息的需求，以及对信息呈现方式的多元符号要求。老年大学也应将携带教育意义的新闻信息融入具体的新闻宣传工作中，开展新闻教育的实践活动，充分吸引老年学员参与其中，帮

助他们更好地适应数字网络环境，进而丰富他们的精神文化生活。参考SMCR模型，老年大学作为信源，老年群体作为信宿，共同确定了新闻宣传与教育工作中另外两个要素的工作方向，即提供适合老年人信息阅读与理解习惯的信息内容以及选择相应的传播渠道，从而确保从新闻传播领域推动积极老龄化社会的建设。

（一）信源：构建涉老传播阵地 打造老年教育品牌

老年人往往对传统媒体有一种天然的信任和权威感。中国广视索福瑞媒介研究（CSM）相关研究就曾发现：电视新闻节目的主要观众年龄主要集中于45岁及以上，且65岁以上的老年观众成为电视新闻节目的主力军^[9]。就信源而言，处在传统媒体时代的老年大学，其新闻宣传工作主要依赖于广播、报刊、电视台等传统新闻媒体机构，在传播活动中扮演新闻信息传达者的角色，其把关过程仅限于对新闻信息的筛选与传播，缺乏独立的新闻采写与编辑工作。中国互联网络信息中心（CNNIC）提及：“互联网进一步向中老年群体渗透”，其数据也显示，截至2023年12月，50岁及以上的网民群体的占比由2022年12月的30.8%提升至32.5%^[10]。所以在新媒体时代下，大众传播不断变化的同时，老年群体的信息需求以及其媒介使用习惯也在随之变化，开始接受网络技术而衍生出的传播形式，适应新的媒介环境。对于老年大学来说，也应意识到自身作为新闻信息生产者、编辑者与传播者的角色，构建涉老内容的新闻宣传与教育阵地，从而满足老年学员以及老年群体（非老年大学学员）不断变化着的新闻信息需求。

因此，老年大学可以通过持续的教育品质输出和品牌形象塑造，在老年群体中建立起良好的口碑和信誉。尤其在新闻宣传工作中，老年大学应秉持真实客观的新闻理念，完善的老年教育与服务工作，并以品牌化的传播实践思维将自身打造成老年人信得过的媒介品牌。同时，在结合技术创新的基础上，老年大学应搭建新媒体矩阵，如微信、短视频平台或老年学员的网络社群等，生产并传播有用处、有趣味、有意义的新闻内容，以权威可信的媒介品牌形象服务于老年学员以及其他老年群体。

（二）信息：充实涉老新闻符号 提升适老内容质量

信息在传播过程中，会不可避免地携带上信源的观点与理念，给受众带来影响。新闻传播与人们的生活密切相连，并成为思想政治教育的重要载体^[11]；新闻宣传也讲究“到什么山唱什么歌”^[12]因此，针对老年群体而开展的新闻宣传工作，也应该要深入了解其特定的传播受众在信息理解与阅读过程中的具体特征。若想让新闻传播活动取得良好效果，就必须充分了解传播的对象。从理解能力来看，老年人因生理功能的衰退，其理解能力与年轻人有着较为明显的差距，这进而影响了他们的信息阅读习惯与方式。老年大学作为专为

老年群体开设的公益性机构，相比大众传媒机构，更熟悉老年人的信息阅读偏好。因此，老年大学应持续关注和生产老年群体喜闻乐见的信息内容，以满足他们强烈的信息阅读需求；同时，在信息的符号表现形式上，采用图文结合或音频结合的方式，以降低老年人阅读新闻时的信息理解障碍。简单来说，老年大学的新闻宣传与教育工作就是将具有老年教育意义的信息，以图文、视频等多种形式表达，使老年群体在新闻传播活动中便捷地获取教育。

虽然数据显示老年群体仍偏爱传统新闻节目，但随着网络媒介的普及，老年大学还应考虑生产具备互联网特色的内容，如互动新闻、H5新闻，以信息互动的形式提升老年学员的新闻传播活动的参与度，从而实现其信息需求并达成终身教育的目的。同时，为避免信息的过度娱乐化，老年大学在信息筛选与表达的过程中，应使信息具备“轻松且不失深度、有趣且不乏内涵”的特点，旨在通过信息教育的方式丰富老年生活、助其融入数字社会。

（三）渠道：拓展涉老传播路径 强化新闻教育参与

与拉斯韦尔对传播渠道的认识不同，贝罗按照身体感官所能感受到的传播效果将渠道划分为听觉、视觉、触觉、嗅觉、味觉。上文提到网络媒介正在逐步渗入老年群体，老年大学将重视媒介技术的互动性，并为老年群体提供参与新闻传播活动的机会。因此，参与新闻互动的本质就在于调动老年群体的各类身体感官，使他们在互动中接受信息携带的教育意义。

大部分老年人在退休后，由于个人可支配的空闲时间增多，常常会出现“无所事事”且孤独感倍增的情况。尤其在新媒体时代下，老年人由于对媒介技术的使用存在一定的障碍，这不仅使他们难以融入当下的数字社会，导致孤独感倍增，严重地也会影响他们的心理健康；同时，这种障碍也可能导致信息闭塞、电信诈骗等一系列不利于老年群体生存的危害。从整个老年大学的教育运行体制来看，其人员结构通常包括教师与行政两类，分别负责教育教学与行政管理。当然，当老年大学意识到可将自己作为新闻传播过程的信源时，也会承担起老年新闻宣传与老年教育工作的双重职能。因此，老年大学可将新闻宣传工作融入具体课程教育实践中，通过老年群体与教师之间的信息传播互动，将携带教育意义的新闻信息穿插其中，从而提升传播效果。此外，老年大学也可以设置多种老年学员参与的互动活动，为他们提供社会再适应与学习的互动教育活动；在充分调动他们的各种感官渠道的同时，帮助他们充实日常生活，使他们能够融入并适应当下的社会生活。

（四）信宿：建立传播反馈机制 深入了解老年需求

通常，对单向传播模式的诟病一直在于没能建立良好的反馈机制，以了解传播受众的反馈或其他新闻需求。老年教

育的基本目的是“促进老年人终身而全面的发展, 促进社会可持续发展”^[13], 因此, 老年大学也应重视对双向的涉老传播机制的建设等问题。老年大学作为涉老新闻传播活动的重要载体, 也应深入了解老年群体对新闻信息的各类需求。一方面, 老年大学应接入新媒体平台, 协助老年群体能通过手机等新媒体形式获取各类社会信息, 并重构对社会与自我的双重认知; 另一方面老年大学还应建立新闻宣传与老年教育结合的专业人才队伍, 在变化发展异常迅速的信息社会中, 及时了解老年群体的信息需求, 为其制定并提供新闻宣传与教育的相关活动。

最后, 老年大学不仅应该作为新闻宣传意义的转译者、老年教育工作的引导者, 将新闻信息所蕴含的教育意义准确地传达给老年大学的学员们以及社会上的所有老年群体; 还应该将其开展新闻宣传工作的意义拓展至更深入的社会影响层面, 将积极老龄化作为重要目标之一, 并为我国建设全民终身学习的学习型社会、学习型大国贡献自己的力量。

四、结语

贝罗的 SMCR 传播模式与拉斯韦尔的 5w 模式一样, 被认为是缺乏反馈的单向性思维; 但是借助模型理论可以在一定程度上迅速地了解某类特定具体的新闻传播活动。尤其在当下复杂的传播环境下, 人们对新闻传播活动的认识与理解也存在“从简到繁”的过程。当然, 对老年大学的新闻宣传与教育工作的讨论, 也需要与时俱进, 将新闻传播活动置身于当下的传播语境与社会背景中, 去思考老年大学如何在涉老传播实践的过程中, 将自己作为“信源”(S), 将其“编码”而生产的关乎老年群体的新闻信息(M), 通过具身性与离身性的各种传播渠道(C), 将“释码”后的信息意义准确地传递并作用于老年受众或信宿(R); 继而实现社会终身教育的愿景, 使老年群体在融入复杂的信息环境的同时, 也能更好地适应社会生活。最后, 老年大学将新闻宣传作为老年教育的创新方式, 也为社会化的数字反哺工作提供了有益参考。

[参考文献]

- [1]张婷.全国各级各类老年大学达7.6万所[N].中国社会报,2023.11.02(004)
- [2]林羽丰.大卫·贝罗的“编码解码”说——兼与霍尔理论比较[J].未来传播,2023,30(02):77-86.

[3]Sutanto, Shienny Megawati. "The Use of Facebook Fanpage as Promotional Media for the Novel Book fans by using the Model of SMCR Berlo." (2016).

[4]Kamarudin, Nur Asyikeen, et al. "Improving Age-Friendly Environment through Pragmatic Language." *Environment-Behaviour Proceedings Journal* 7.19 (2022): 37-42.

[5]岳凤彬.自媒体时代体育非物质文化遗产传播的逻辑、窘境与优化路径——基于 SMCR 模型视角[J].湖北体育科技, 2022,41(04):313-319.

[6]黄荣,吕尚彬.智能时代媒体泛化机制研究[J].当代传播,2020(01):38-42.

[7]喻发胜,鲁文禅.媒介技术变迁视角的新闻概念史考察[J].传媒,2022(09):88-90.

[8]伍挺.以高质量终身教育服务中国式现代化建设[N].光明日报,2023-06-20(015).

[9]中国广视索福瑞媒介研究(CSM).收视中国[EB/OL].(2024-03)[2024-06-20].<https://www.pic.csm.com.cn/Files/2024/5/17/161521772a1590d54-9.pdf>

[10]中国互联网网络信息中心.第53次中国互联网络发展状况统计报告[R/OL].(2024-03-22)[2024-06-20].<https://www.cnnic.net.cn/NMediaFile/2024/0325/MAIN1711355296414FI09XKZV63.pdf>

[11]吴坤,吴伟.新闻传播在思想政治教育中的作用[J].新闻传播,2017,(20):83-84.

[12]粘志萍.借助新媒体提高老年传统媒体宣传效果的方法研究[J].传媒论坛,2020,3(07):27-28.

[13]叶忠海.老年教育若干基本理论问题[J].现代远程教育研究,2013,(06):11-16+23.

作者简介:

吴凯(1998.1)男;汉族;四川眉山;硕士研究生;西南财经大学天府学院艺术与传媒学院网络与新媒体专业教师;助教;研究方向:新闻与传播

基金项目:

四川天府老龄产业发展研究中心2023年课题“论老年大学的新闻宣传与教育工作——以成都市老年大学为例”(编号:TFLLCY2319)