

5W 视角下中外合作办学高校红色基因传承实践

——以中国人民大学苏州校区为例

杨雪萍 刘琳

(中国人民大学苏州校区, 江苏 苏州 215123;

重庆大学外国语学院, 重庆 401331)

摘要: 高校承担着文化传承的使命, 应履行好传承和发扬红色基因的社会责任, 积极开展红色基因的传播。将高校红色基因传承实践作为完整的传播过程, 在拉斯韦尔“5W”模式下对中国人民大学苏州校区在红色基因传承实践过程中的要素进行分析, 总结经验, 为高校红色资源建设、推广利用和拓宽传播渠道提供思路, 进一步落实高校立德树人根本任务。

关键词: 5W 模式, 红色基因传播; 高校

红色基因是中国共产党建党以来, 在革命斗争中沉淀的共产党人的精神信仰与崇高的革命精神。作为中国共产党人的独特精神标识, 为实现中国梦注入了强大的精神动力。传播红色基因, 厚植爱国底色, 能够形成进合力, 形成凝心聚力建设伟大事业的强大内驱力。

坚持党的领导, 传承红色基因, 扎根中国大地, 走出一条建设中国特色、世界一流大学新路是时代赋予高校的使命和担当, 把红色基因融入加快推进高校建设全过程, 是闯出一条建设中国特色世界一流的新路的必要条件。而红色基因的传承和文化记忆的塑造是群体成员之间的社会互动过程, 需要借助文字、图像、语音、身体、仪式等媒介不断地确立、传介和习得。因此, 新时期高校红色基因传承既要着眼于深入教学实践, 也要掌握传播规律, 利用多种手段综合应用丰富传播方式, 探索传承红色基因的有效路径。本文将高校红色基因传承实践作为完整的传播过程, 在 5W 模式下对中国人民大学苏州校区在红色基因传承实践过程中的要素进行分析, 总结经验, 为高校红色资源建设、推广利用和拓宽传播渠道提供思路, 进一步落实高校立德树人根本任务。

5W 模式是传播学四大奠基人之一的哈罗德·拉斯韦尔在《社会传播的结构和功能》著作中提出的传播模式。拉斯韦尔明确提出了传播过程及其五个基本构成要素: 谁(Who)、说了什么(Says What)、通过什么渠道(In Which Channel)、向谁说(To Whom)、有什么效果(With What Effects)。“谁”指的是传播主体, 承担信息收集、加工和传递的任务, 传播者既可以是单个的人, 也可以是集体或机构。“说了什么”指的是传播内容。“渠道”是信息传递所必须经过的中介或借助的物质载体。“对象”指传播的受众。“效果”是受众在接收信息后在其认知、情感、行为各层面所引起的反应, 是检验传播活动是否成功的重要尺度。红色基因的传承实践可以归结为一种传播活动, 符合传播学基本原理, 适用于拉斯韦尔 5W 模式。

一、传播主体: 传承性、国际性、协同性

中国人民大学苏州校区作为传播主体, 传承中国人民大学的红色基因, 同时又兼具中外合作办学和校地合作异地办学的双重属性, 具有国际性和协同性。

中国人民大学是党创办的第一所新型正规大学, 诞生于抗日烽火中, 传承光荣的红色血脉和鲜明的红色基因。中国人民大学在苏州办学, 不仅仅是办学空间的延伸, 更是办学思想的延展, 始终传承着中国人民大学的红色基因和办学理念。

中国人民大学苏州校区是首家以人文社会科学为主要内容的

中外合作办学机构。早在 2010 年, 中国人民大学在筹议开办一家中外合作办学机构之时就在思考人大的教育传统和红色基因如何彰显与传承。校区着力推进“留学育人”品牌行动, 突出课程建设, 把“留学育人”从第二课堂引入第一课堂, 引导学生既要“行万里路”, 更要“读万卷书”。打造赴法学生社团, 开创赴法学生微信公众号, 主动设计主题活动, 引导学生传承红色基因, 在法国讲好中国故事, 坚定留学报国信念。

中国人民大学苏州校区还是名校名城协同发展的典范。校区传承红色基因的传播实践, 整合了校本部、苏州市及长三角地区红色教育资源, 充分结合苏州及长三角地域特点, 密切联系苏州地方政府及红色基地, 开展红色资源建设和红色基因传播探索, 多方协同形成“红色基因”传播合力。通过共建、共享、共用的区域性、行业性合作, 共同构建红色基因传播平台。如与苏州革命博物馆联合举办《伟大开端——中国共产党创建历史图片展》巡展活动; 与苏州地方共享资源, 成立联合党建基地; 将中国人民大学校史苏州校区陈列室作为党建基地对区内开放等。

二、传播内容: 多角度、全方位、场景化

在传播内容上, 除了注重内容本身的多角度外, 还注重利用多种媒介形式全方位呈现内容, 同时构建传播内容场景, 提升传播效果。

多角度加强资源整合, 丰富红色文化的传播内容。一方面要充分挖掘利用好学校的红色文化育人资源。另一方面, 把传承红色基因纳入到思想政治教育的整体工作规划中, 激发广大师生爱党爱国爱社会主义的热情。同时坚持紧密结合时政热点, 广泛开展各项主题教育活动。一类是主题调研活动。在纪念留法勤工俭学运动一百周年之际赴四川开展主题调研, 缅怀发起和参与留法勤工俭学运动的邓小平、吴玉章等老一辈革命家的丰功伟绩。一类是竞赛类参与类活动。比如举办“百年恰是风华正茂: 百名师生共书百幅作品”硬笔书法作品展; 开展红色经典读书分享会和党史知识竞赛; 面向师生开展“我学党史”“恰百年风华正茂”系列征文; 开展“旗帜鲜明讲政治”青年思政教师微党课比赛等。

利用各种媒介手段, 打造全方位的传播内容。运用数字技术、大数据技术、云储存、互联网等丰富红色基因的表现形式, 以文字、图片、声音、视频等多媒体方式呈现红色基因文化, 利用网站、微博、微信、抖音、B 站等平台宣传红色基因文化内涵。一次传播内容与二次传播内容充分结合。一次传播以红色主题展览和主题活动为主要传播形式, 围绕时事热点接续展开教育活动。二次传播以活动内容的后续话题宣传为主, 包括活动报道、学习体会等形式。

着力于构建传播内容的场景化。有学者指出,在媒介与技术延伸人的身体或心灵的语境中,红色基因传播的场景建构成为我们文化自觉和文化自信的必然,也是文化软实力提升的时代呼唤。当下传播技术日新月异,重塑了我们接收信息的方式,红色基因场景的建构,就是要充分利用现代科技,打造红色基因传承和传播基地,使之成为建构红色价值信仰的常态化生活场景,发挥润物细无声的作用,使学生充分感知红色基因的独特内涵。苏州校区红色基因的传播实践从“阅、听、观、写、唱、演”多个环节全面展开,将参访、研学、社会实践和学习生活深度融合,营造全方位浸润式的红色基因传播场景。比如结合苏州校区中法学院特色,将留法勤工俭学运动融入党史学习教育,举办“1919—1925”留法勤工俭学运动图片展,邀请法语教师党员为学生党支部讲解从留法百年到建党百年的故事;充分利用苏州当地及周边的红色教育资源,组织校区党员分别赴上海中共一大会址、沙家浜红色基地、苏州五卅路纪念碑、中共苏州独立支部旧址等地开展现场教学等。

三、传播渠道:移动化、立体化、多元化

拥抱传播渠道的移动化趋势,打造立体化传播矩阵,整合多方资源形成多元化传播体系。

高度重视红色基因传播的移动化转向。随着互联网技术的成熟,移动端已经成为人们获取信息的重要途径之一。高校学生多为90后、00后群体,更愿意使用移动网络渠道获取信息,红色基因的传播也在转向对移动端的争夺。

打造“红色基因”立体化传播矩阵。融入更多现代元素,构建二维结合三维、线下结合线上的立体模式,静态与动态齐头并进。大力推动“互联网+红色基因传播”模式,既要通过传统的网站开展传播工作,也要在微信平台、抖音平台开展红色基因传播工作,积极探索红色基因传播与传承的有效路径。充分利用不同媒体渠道的优势与特点,既可以在公众号中找到当期推送,也能在抖音观看短视频,丰富渠道选项,拓展传播范围。

传播平台与路径选择的多元化。推进宣传平台整合,首先用好自身宣传平台,统筹苏州校区官方媒体和学生组织媒体力量,如苏州校区网站、官微、“人大江南”微信公众号、《中国人民大学苏州校区报》等校区媒体。同时整合校内外资源,依托苏州市、江苏省地方媒体、校本部媒体,形成苏州校区媒体宣传矩阵,依托多方平台进行报道。

四、传播受众:模糊化、个性化、范围广

受众体现出传受界限模糊,个性化强和范围广的特点。

传者与受者界限的模糊化。1954年,施拉姆在《传播是怎样运行的》中提出了循环模式,强调传受双方的相互转换。传播双方都是主体,通过信息的传受处于你来我往的相互作用之中。当下,更高传播效率条件下的传受关系重新趋于平等和高交互性。在红色基因的传播过程中,师生是受众,是实践者,也是红色基因的传播者和传承者。校区中法学院在法国学习的学生集体撰写学习体会《到法国讲中国故事,让世界更好读懂中国》,在校区官方微信、学校官方微信公众号发布,引起广泛关注。在这里,学生既是受者也是内容的生产者。另一方面,学生通过信息分享进行二次传播的过程也实现了从受者向传播者身份的转变。

受众的个性化需求突出。传统的传播模式中,传播者作为信息发布者占据主导地位,往往不会深入了解学生的真实想法和价值偏好,习惯于通过简单的“大水漫灌”完成传播,难以引起学

生们心灵世界的情感共鸣。苏州校区红色基因的传播实践中,对于学生需求进行精准定位,针对不同学科、不同专业、不同背景知识的学生设计了不同的传播内容和传播方式。

受众范围广泛。除校区师生外,苏州校区积极引领区域红色基因传承实践,发挥人大的学科和人才优势,增强高水平学术平台的理论辐射作用,以校区党校为基础,将校区党员理论学习培训以“人大独墅湖党建学习大讲堂”的形式对联盟成员单位开放,着力构建思想政治教育阵地,邀请王向明、李海洋等著名思政课教师为独墅湖科教创新区“千人党课”作专题报告。此外,师生群体转发引起的二次传播进一步扩大了受众范围。

五、传播效果:重反馈、传播力、影响力

传播效果是红色基因传播5W模式的最后一个环节,既是前4个要素传播情况的体现,也是评价红色基因传播传承成效的指标。科学合理、行之有效的多维评价机制,有助衡量传播活动的得失,进一步改善传播策略,实现效果的最大化。

注重效果的反馈。受众的真实反馈有助于提高传播活动效果。校区不定期开展师生座谈、问卷调查等活动,最大限度地畅通学生、学生代表、学生组织和传播者之间的交流路径,不断锤炼传播内容,以更喜闻乐见的方式开展红色基因传播实践。

将传播力作为反应媒介效果的衡量标准。传播力可以通过数据直观的反应。二次传播过程中,重视线上数据收集工作,对红色基因传播活动的文字或视频的点击量、点赞数、转发及评论等数据进行系统收集,建立数据库。通过量化管理、细化目标,对点击量、点赞数、评论等数据进行系统分析比对,可以确定是否需要进一步推送相关或类似的信息,进行延伸性拓展。

将影响力作为反应社会效果的衡量标准。社会效果的产生是一个长期的过程,需要在长期实践过程中逐步显现,例如校区创办的“五四”青春歌会,原创爱国主义话剧《我的兄弟在1919》《师者》等已成为苏州地方的品牌活动,连续10年荣获苏州独墅湖科教创新区文化工作最高奖项,持续发挥红色基因传播主阵地的文化示范作用。

红色基因是人类文明中的优秀文化基因与中华优秀传统文化基因相结合而形成的具有中国特色的文化传承。高校应该成为红色基因传播最坚定的践行者,担负起在红色基因和师生之间建立桥梁和纽带的职责,充分发挥红色基因传播主阵地的作用。传播技术的蓬勃发展为高校传播红色基因提供了全新的机遇和视角,红色基因的传承实践是一项长期且系统的工作,需要综合考量“5W”要素,构建红色基因传播实践体系,引导青年从红色基因中汲取追求真理、改造世界的力量。

参考文献:

- [1] 徐卓群, 王晓江, 杨子辉. 大学红色基因文化场景传播中的“初心·使命”表述创新研究[J]. 新闻前哨, 2021(12): 115-116.
- [2] [美] 哈罗德·拉斯韦尔(Harold Lasswell). 社会传播的结构与功能[M]. 北京: 中国传媒大学出版社, 2013: 35-36.
- [3] 周子渊. 感官延伸与再现真实: 智能时代红色基因传播的场景建构[J]. 中国编辑, 2021(05): 28-33.
- [4] 郭庆光. 传播学教程[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2011: 52.
- [5] 唐乐. 从“传者—受者”到“对话者”——Web2.0时代组织外部传播的传受关系分析[J]. 新闻大学, 2011(02): 51-56.