

数字经济时代民办高校大学生党员身份认同建构的策略研究

张晓露

西安培华学院, 中国·陕西 西安 710125

【摘要】“十四五”发展中数字化将是核心战略,数字经济体系日渐形成。人才培养将因数字生态发生变革,大学生党员的培育也将走入数字化新形态。本文主要研究数字经济时代民办高校大学生党员身份认同建构的策略。

【关键词】数字经济;民办高校;大学生党员;身份认同

Study on the Strategy of Party Member Identification in Digital Economy

Zhang Xiaolu

Xi'an Peihua University, Xi'an, Shaanxi 710125

[Abstract] Digitalization will be the core strategy in the 14th Five-Year Plan period, and the digital economy system is gradually forming. Talent cultivation will change due to digital ecology, and the cultivation of college student party members will also enter a new form of digital. This paper mainly studies the strategy of party member identity construction of private college students in the era of digital economy.

[Keywords] digital economy; private universities; college students; party members; identification

【基金项目】2021年西安培华学院庆祝建党100周年专项课题,数字经济时代民办高校大学生党员身份认同建构研究,项目编号: PHDJY2109。

大学生群体被时代赋予了无限的希望,其中大学生党员作为政党成员,更被寄托无限的期许。随着互联网时代的到来,大学生党员在社交平台上更容易“看见与被看见”。大学生党员对“自我”的身份认同将遭遇认知挑战,对形象建构将开创新传播途径,当然对大学生党员素养评估标准将进入新维度。

1 数字经济时代大学生党员身份认知现状

新媒体环境下大学生党员的身份认同发展需要再认知、重构造。数字经济时代在调研民办高校大学生党员身份认同中发现,大学生党员身份认同呈现如下症状:

1.1 大学生党员身份认同的意识不足

论及大学生党员身份认同之前,大学生群体对“身份认同”的意识认知并不充足,从哲学终极三问“我是谁?我来自哪里?我将要去哪里?”的接触性调查中,多数大学生尚且无法回答清楚“我是谁?”,这就是典型的意识层面对“身份认同”的迷惑。大学生能够根据其所在的校园环境、教学场景、班级(宿舍、社团等)族群界定其身份,认识到自身的群体属性、生存现状。大学生党员对自身的身份认同目前多存在模糊性,日常生活中大学生党员身份不是日日呈现,在特定场合和传播场景中大学生才能够发挥自身的党员价值属性,从而获得自我效能感,这导致大学生群体在数字媒介中进行自我日常呈现时,传达了个人生命活力、价值追求的同时,忽略了另一个身份党员身份属性的归属。

1.2 大学生党员身份建构中素养不健全

围绕着身份建构,问题的核心是“我/我们是谁?”这不仅是认知心理学的研究范畴,更是人类发展的恒常问题。从民办大学生党员培养的路径看,“两会一课”的贯彻实施,党性文化教育,仍然集中于传统的党课、团课、座谈会等传统教育信息输出渠道。虽然在课题调研的民办高校已经将党建人才的培养发

展到网络端口,以“青年大学习”的打卡为范例(调研样本1008人,963人表示参与过),在这个过程中学生学习与接纳了多少信息,以“形式主义”的打卡完成了多少,在项目调研看,82.05%学生的认同党团学习流于形式,这就导致我们党建人才的培养不能从素养根基上扎稳脚跟。而“青年大学习”的打卡学习缺少竞争机制、信息考核机制与成果验收等,不能直观反馈传播效果,对党员素养的培育具有不可测性。民办高校党员推选机制多侧重于学业成绩,导致党员选拔的综合素质考察不健全。

2 困扰民办高校大学生党员身份认同的影响因子

数字经济时代,困扰民办高校大学生党员身份认同的影响因子多元而复杂。

2.1 “前台”与“后台”的身份认同不统一

以戈夫曼身份认同的符号互动理论看,电子媒介为大学生党员建构身份提供了“前台”和“后台”,由此带来了“自我认知”的迷失,党员素养“知行合一”的障碍。正如戈夫曼拟剧理论阐释的重点,日常生活中人们会通过符号预先建构呈现在人前的符号形象,然后开始特定场景中的“表演”^[1]。这正反映了高校大学生在“积极分子”-“预备党员”-“党员”晋升过程中的自我呈现,而这种“前台”的角色扮演。多数大学生党员能够在需要的特定场景中完美展现“前台”的党员素养和形象,但是回归后台,这个后台可能就是党员自我生活的本真,其就会放下“党员”身份,懈怠到失去“党员群体规范”。数字技术以网络空间为主阵地,更是将大学生党员的“前台”与“后台”边界化,网络空间中“自我呈现”的场景如:微信朋友圈、微博、抖音短视频、B站和小红书等,这些多半是大学生党员的“前台”。在数字技术后期制作中,青年党员是朝气蓬勃、颜值在线、责任担当直观呈现的。离开数字技术加持,真正的大学生党员表征较为弱化,这也是围绕民办高校大学生党员身份建构调查得出的结论。

当今民办高校大学生党员在身份建构过程中,依然倚重通过自身的网络信息与生活场景的表现,给社会大众一种“合格”或“优秀”大学生党员的印象认知,这比较符合戈夫曼印象管理的策略的“理想化表演”。

2.2 消费社会下大学生党员价值观的迷失

消费社会的“差异化”特征越来越明显,社会地位与名望以符号体系折射出来,这看似与“身份建构”关联不大,但是回归符号本身,身份的凸显也是通过符号载体来呈现的。在党员身份建构中,党徽就是符号体系的显性体现,但是党徽在大学生传播场景中出现的频次太少,于是乎能够凸显大学生党员身份的符号体系就比较弱化。从消费社会的环境调查发现,干扰民办大学生党员身份认知的因素中,不良的消费习惯诱发大学生党员价值输出的观念体系出现偏倚,以攀比、过度凸显着装的符号差异化为表征(抽样的1008人中64.38%认同这一观点)。当前大学生将“自我个性化”展现的载体过度依托在“物品”之上,以衣服、包包、球鞋等物化符号的差异表达自我的个性,这本就是消费社会激增的“充裕主义”的陷阱。在精神层面,造成大学生党员对“自我”认知出现迷失,对价值观的认知陷入误区,更引发奢靡、攀比、高欲望等与党员勤俭、无私背道而驰的品行扩大化。民办高校生源的家庭经济条件多数略带优越性,这就更容易激增大学生在物质符号上迷失“身份认知”。

2.3 网络社群圈层文化的信息干扰

当下大学接触与补给信息的主阵地是网络空间,在网络媒介场景中,民间舆论场的声音压过官方舆论场的声音,大学生党员活跃在网络多元文化集合的社区中,以圈层文化进行“身份”区隔,容易造成身份认同的模糊。带着自身“趣缘”趋同形成的网络圈层身份,忘记自身的“大学生党员”的身份属性,这是民办高校大学生党员身份认同调查中的共性反馈。另外,复杂的网络文化也会干扰大学生党员淡化对党性文化的学习,过度沉溺于“娱乐至死”的网络娱乐信息中,失去党员素养中的“自控力”与各种优良品质。

3 大学生党员身份认同重塑的传播策略分析

面对数字经济时代网络生存空间的复杂多变性,大学生党员身份认同的培养应适应新媒介环境,发挥民间舆论场与官方舆论场同频共振的功效,以“使用与满足”的传播效果,对症下药大学生党员培育中“心智、意识、体验”三个维度的侧重,进行有效传播与党员身份塑造的策略调整^[2]。

3.1 数字音视频信息重塑大学生党员形象

从党性文化传播的载体看,文字、图片信息对大学生吸引力不强。随着“读屏时代”到来,大学生的信息接收转换成音视频信息为偏好。数字经济时代,抖音短视频的“井喷”让我们看到,视频信息的生产与制作将成为大学生党员塑造身份认同的有利符号。以视听语言,进行信息传递,能够满足当下受众接受信息的惯性。与此同时,制作短视频、出境“前台”也满足一些大学生党员的“自我效能感”的获得。多数大学生认同以拍摄大学生党员宣传片的形式,帮助部分大学生党员找到“身份认同”的认知,这也表明从“心智”层面而言,大学生党员的身份认同是需要不间断地舆论引导与宣传效用导向的。

3.2 官方舆论场与民间舆论场的网络话语融合

在观察官方与民间舆论场对民办高校大学生党员的身份建构影响力中发现,青年大学生喜欢“流行性”“个性化”的“网言网语”,这也是从叙事结构出发,诠释了反诈骗“老陈”为什么能够出圈。网络文化的丰富性不应成为党性文化传播障碍。数

字媒介为大学生党员身份认同建构提供的资源,创造的场域,传达的话语策略,将是党性文化生产研究关注的重点。党性文化输出应该发挥官方舆论场与民间舆论场的网络话语融合,党性文化传播应该借鉴以B站为主阵地的青年“网络亚文化”舆论话语框架,输出大学生喜欢的党性文化。同时,网络话语融合中,不忘扶正大学生党员意识形态,不可走向“娱乐至死”认知误区。

3.3 大数据信息完善党员评价机制

大学生党员的素养构成应该是多元的,新时代的大学党员不仅要学业成绩优异,还应是个人品性、心理素质、行为呈现等多项指标合格的综合有机体。发挥数字技术在党员评价机制的应用价值,以大数据信息记录审核大学生党员素养,在多元“把关”的体系中,推动大学生党员的培养、选拔与审定将更加“全面”、“直观”、“真实”。大数据以“数字留痕”记录高校大学生的传播行径,每一个个体形成的“数字遗产”数量可观,以终身可现的数字信息验证大学生党员的身份认同,这将是媒介场域中鉴定大学生党员的身份认同较为权威的证据。数字信息形成中涵盖大学生党员诚信、有爱、奉献、求学上进等社会责任担当,同时形成大学生党员“数字档案”。

3.4 党性文化生产重视大学生群体的用户生产

党性文化生产者、传播者依然以各级党组织为主,大学生党员在党性文化生产者是被动的信息接收者,这就会弱化该群体对党性文化的兴趣、参与度。数字经济时代,信息传播对象从“受众”走向“用户”,表达的就是内容生产者身份的变化。大学生党员培养要适应新媒体的内容产出,发生传播者与受传者的“角色转换”,激发大学生党员在个人认知提升中的参与性、体验感。从主动性能出发,改变过往被动的“教化式”培养。以B站的党性信息生产研究发现,大学生党性文化的叙事策略正在发生变化。受各种圈层文化的感染,大学生党性文化生产趋向趣味性、多元性、互动性等,重视可视化的阅读体验。以中青在线的《青年大学习》专题系列成品做内容分析,重视视听信息呈现,以H5形式的信息输出满足大学生的接受方式。更重要的是《青年大学习》的内容生产体现了大学生党员的主动参与。青年党员培养的内容生产应该制定满足其需求的党性文化精准传播策略,以“使用与满足”认知需求出发,生产大学生党员乐于接纳的党性媒介信息。党性文化的发展走向要根植网络文化,在内容融合的基础上,打造大学生党员“网言网语”叙事体的信息,满足青年大学生的认知心理,用数字信息撬动大学生党员的思想意识,这才是党性文化在网络空间打动青年、化育大学生党员预备队的关键。

4 结论

总之,大学生党员身份认同的意识较为淡化,除却培养机制的问题,更重要的是倚重网络空间数字信息的惯性。数字经济时代,培养大学生树立较强的党员身份认同,要打破过往党性文化输出过于单一模式,丰富大学生党员的身份认知维度,激活大学生党员的主动学习意识。同时,又要防范网络视听文化的娱乐信息泛化。

参考文献:

- [1] 戈夫曼. 日常生活中的自我呈现[M]. 冯钢译. 北京大学出版社, 2016.
- [2] 王卓. 新时代高校“互联网+党建”工作路径研究[J]. 黑龙江教育. 2021 (07).

作者简介:

张晓露(1988-),女,汉族,河南省偃师市人,硕士研究生,西安培华学院,讲师。