

后疫情时代高校新媒体育人提升路径研究

丁六申

浙大宁波理工学院, 中国·浙江 宁波 316000

【摘要】新媒体作为大学生获取信息的主渠道,在疫情中的影响力进一步凸显。后疫情时代,基于高校新媒体信息传递、舆论引导、教育内化、娱乐调节等作用,结合疫情下高校新媒体育人工作的实证研究,明晰新媒体育人具有信息平台、文化载体、社会窗口的功能定位,从构筑校园新媒体矩阵、提升大学生媒介素养、丰富文化内涵价值和形成“大思政”格局四方面探索新媒体育人工作提升路径。

【关键词】后疫情时代;高校新媒体;育人路径

引言

疫情爆发以来,校园新媒体作为媒介生存时代培育全面发展大学生的催化剂,演化出新特征:育人形态大幅度调整,育人资源整合化,育人话语亲近性等,其育人工作也呈现特殊性、差异化^[1]。后疫情时代,研究高校新媒体育人功能和提升路径具有重要意义。

1 疫情下高校新媒体育人工作实证研究——以浙大宁波理工学院“传媒青年”大学生宣传团队为例

1.1 概述

浙大宁波理工学院“传媒青年”大学生宣传团队凝聚青年力量,整合战“疫”素材,打出抗“疫”宣传组合拳,彰显青春底色。疫情以来,团队运用专业技能与个人特长以艺战“疫”,制作千余件战“疫”主题新媒体作品,发布在人民网、学习强国、中国青年网和教育部长大学生在线等平台;发起线上为战“疫”加油系列倡议活动,积极主动发声,发挥重要的思想引领作用。团队用文字记录与分享疫情体悟,线上线下寻访和宣讲青年战“疫”故事,聚焦城市夜经济,汇编了14万字的《青年战“疫”录》。被评为2020年浙江省暑期社会实践风采大赛百强团队、学校新冠肺炎疫情防控工作先进集体、浙江省新闻扶持计划运营创新奖等。疫情防控常态化背景下,团队继续以微信公众平台、抖音等为载体,发挥新媒体传递信息、引导话题、安抚人心等作用,强化育人功能。

1.2 育人工作成效

1.2.1 围绕疫情防控中心,高站位有效引导舆论。

依托微信订阅号和抖音号,“传媒青年”团队引导同学们通过新媒体平台辨析舆论、主动发声,做到了普“疫”姿态有亮度、“疫”论引导有态度。譬如:基于疫情初期公众对防疫认知不足,团队用漫画生动地诠释了“48字防疫守则”;针对高校学生返校舆情,团队从一名普通学生的视角出发制作了“不要提前返校”系列涂鸦,在校内外取得了良好的反响。

1.2.2 千余件新媒体作品,不断锤炼专业技能。

87期战“疫”主题原创内容推文,累计近38000次图文浏览量,845张手绘及电子海报,62段音频,35个短视频等。“传媒青年”团队自疫情以来已制作千余件新媒体作品,在进一步传递正能量的同时也提升了学生的专业技能。2020年3月7日,团队以“一个女生的日记”为切入点,采用手账的形式展现了自己在疫情下的思考以及这个特殊的寒假生活,阅读量达19.1万次。7月中旬,团队成员创作的疫情系列核心价值观海报应用于校园橱窗、

社区宣传栏等地,也被发布于中国青年网等线上平台。团队多次制作“积极响应接种新冠病毒疫苗”主题新媒体作品,带动了学校上千名学生主动发声、自觉接种。

1.2.3 不断强化校地合作,充分发挥育人合力。

疫情期间,团队与宁波市公安局交通警察局、宁波团市委、宁波晚报小记者等多次合作开展线上活动,为战“疫”凝聚青年力量。与宁波交警联合发起“公安交警防控疫情”和“为意大利战‘疫’加油”主题新媒体作品征集活动,校内外上百名学生参与其中。响应宁波团市委号召,策划“致敬防疫志愿者”系列倡议活动,引领青年敢于担当、甘于奉献。开学前夕,团队成员与宁波晚报小记者们一起设计出关于复学后儿童防疫知识宣传的创意作品并通过新媒体平台进行传播。

1.2.4 十四万字事迹体悟,战“疫”精神深入人心。

依托“传媒青年”大学生宣传团队,6月底,组建读懂中国之战“疫”青年说暑期社会实践团队,用文字记录疫情体悟,线上线下开展战“疫”故事寻访与宣讲,让生动鲜活的事迹进基层、入人心,汇编了14万字的《青年战“疫”录》。湖北荆州医院医生、瑞安人民医院护士、洞头新闻记者、东阳交警大队警官,还有夜市地摊摊主、武汉淘宝店主等,他们的战“疫”事迹与体悟已成为新媒体宣传生动的素材。

1.3 育人路径分析

1.3.1 发挥学生党员先锋引领作用。

“传媒青年”团队始终围绕疫情防控中心,把握政治方向,树牢担当意识。团队由64名同学组成,入党积极分子占比62.5%,核心成员中学生党员有6人,占比达75%,切实体现了党员的先锋引领作用。团队强化组织管理,筑牢宣传阵地,通过定期组织读书会、时政沙龙、技能培训等活动,增强同学们的向心力,强化政治意识。

1.3.2 实现思政与专业的充分融合。

思政教师作为团队指导老师负责整体协调与思想引导工作,设计学与新闻传播相关教师担任技术指导等,这是思政老师、专业老师与学生实践的密切联系,也是思政与第二课堂有机结合。“传媒青年”团队的同学们大多来自于网络与新媒体、新闻学、广告学等专业,他们发挥个人所长与专业技能,以艺战“疫”,同时在采访与宣讲的过程中进一步提升自我,将理论付诸实践之中。

1.3.3 与社会资源形成有效联动。

强化与社会资源的有效联动,让学生们拥有更广阔的平台,使之开阔视野,得到更多的锤炼。“传媒青年”团队积极寻找

对外交流的好机会,坚持“走出去”与“引进来”相结合。团队与宁波交警、宁波团市委、亮剑影视公司等合作开展战“疫”系列活动。团队作为宁波市唯一受邀高校代表走进团中央进行经验交流;参加全国学校共青团新媒体工作年会;与河海大学常州校区团委进行深度交流;牵头开设宁波本地高校大学生新媒体技能培训班等。

1.3.4 及时总结并持续推进品牌创建。

团队完整记录下从创立伊始至现在每一次图文推送的素材与数据,并按照类别进行存储,总结归纳成《传媒青年运营宝典》,培养学生们学思践悟的能力。团队一直致力于挖掘自身特色,打造一系列精品专栏,涵盖大学生所涉及的道德文化、节日文化、志愿者文化等,在校内外都已形成一定的影响力等。疫情以来,团队推出青春战“疫”人物专栏、以艺战“疫”专栏与疫情下的生活缩影专栏等,多次召开专题会议,总结阶段性成果,分析存在的不足,畅谈接下来的工作计划。

2 后疫情时代高校新媒体育人功能定位

所谓后疫情时代,即“疫情过后”的阶段,特指新冠肺炎疫情得到有效控制,疫情防控从突击式向常态化转变,整个社会的经济发展以及人们的日常生活逐渐回归正常状态的阶段^[2]。后疫情时代,不稳定性、不确定性更加突出,高校新媒体功能定位应涵盖在以下三方面。

2.1 信息平台:上通下达,强化规则意识

高校新媒体具有精准推送、开放包容和实时互动等优势,学生可以借此了解到各类信息,管理人员也可以利用新媒体平台把握学生思想动态、进行舆情监控。后疫情时代,社会防疫管控相对放松,加之一定程度上摆脱了心理压力和紧张的精神状态,大学生易走向狂欢,高校新媒体在保证信息的真实性的前提下,或倡议号召、或温馨提示、或及时警醒等,能够对大学生的行为起到约束性作用。

2.2 文化载体:情感共鸣,践行核心价值观

当下,高校新媒体极大的影响着学生世界观、人生观和价值观^[3]。后疫情时代,情感认同成为联系彼此的纽带。高校新媒体作为思想政治教育的重要载体,应积极宣传疫情中的大国担当以及涌现的好人好事等,弘扬以爱国主义为核心的民族精神,彰显家国情怀,引发学生情感共鸣。

2.3 社会窗口:主动发声,引导正确方向

高校新媒体是学生认识社会、了解社会的一个重要窗口,也有着舆论监督职责。后疫情时代,学生可以通过UGC、PGC加入高校新媒体信息生产过程,传递疫情之中的所思所想、表达正确观点、输出原创作品等,在锤炼媒介技能的同时,实现从被动接受到主动参与的转变,自觉承担起社会责任,在实操中锤炼品格,塑造自我人格。

3 后疫情时代高校新媒体育人提升路径

3.1 因势利导,构筑校园新媒体矩阵

高校新媒体是疫情期间学生获取校内信息的主渠道,各个平台用户数呈增长趋势。在新兴媒体不断发展与更新的背景下,

因势利导,结合用户习惯大数据分析,构筑由点到面、点面结合的高校新媒体矩阵,进一步增强与大学生之间的黏性,实现及时、精准推送,充分发挥其作为网络阵地的示范性、引领性和辐射度。与此同时,要推动建立高校新媒体矩阵的“自净”机制,提升公信力,牢牢掌握网络文化建设的话语权,营造天朗气清的网络舆论环境^[4]。

3.2 遵循规律,提升大学生媒介素养

大学生获取信息的方式更加便捷,受教育渠道多元化,原有的说教式、灌输式思政教育模式已经不能适应实际需求。后疫情时代,信息层出不穷,内容包罗万象,运用新媒体有针对性、差异化地做好育人工作更强调对大学生思想动态规律的把握。新媒体育人要从整体、动态、全局的角度去考虑,充分调研并结合工作实际形成自身特色,避免生搬硬套。高校新媒体育人不仅要关注与把握大部分学生动态,也要追踪个体学生的动态轨迹,致力于提升大学生的信息鉴别能力和媒介素养^[5]。

3.3 内容为王,丰富文化内涵价值

新媒体信息呈几何级数增长也较大幅度地降低了信息传达的质量和有效性^[6]。后疫情时代,高校新媒体要坚持以内容为核心,贯彻“以学生为中心”的育人理念,把好质量关,以主流文化为主旋律,强调价值认同、价值强化、情感消费,挖掘内涵,创新形式,调动学生参与信息生产、传递等过程的积极性,建构集体意识。

3.4 凝心聚力,助力形成“大思政”格局

疫情防控阻击战中的每一帧每一幕都彰显着战“疫”精神,本就是高校思想政治教育最生动的素材。后疫情时代,高校新媒体仍要坚持用好这些素材,并以“传承与弘扬战‘疫’精神”为契机,总结梳理,线上线下不断探索与尝试育人新模式,助力高校统筹多方面力量形成“大思政”格局,更好地发挥教育育人、管理育人和服务育人联动作用。

参考文献:

- [1]王兆泰.新媒体环境下大学生主流意识形态教育研究[D].河南师范大学.
- [2]李辽宁,倪圣茗.后疫情时代思想政治教育的新境遇与新作为[J].学校党建与思想教育,2020,(4)(15):4-8.
- [3]闫欣洁.新媒体语境下大学生媒介素养教育研究[J].新闻爱好者,2018,(4)(11):79-81.
- [4]谭俊洪.略论媒体融合视域下的高校新媒体矩阵建设[J].新闻研究导刊,2019,010(007):26,49.
- [5]李保存,康妮芝,刘椰子.新媒体时代高校学生媒介素养调研报告——以武汉体育学院为例[J].传媒,2018,000(004):78-81.
- [6]王天娇.“新媒体使用”概念的有效性——从媒介使用和媒介效果看网络信息渠道的异质性[J].国际新闻界,2020,v.42;No.303(01):120-136.

作者简介:丁六申(1995.7-),男,汉,浙江嵊州人,硕士研究生,助教,从事高教管理、学生思想政治教育研究。