

# 新媒体营销思维下的高校思想政治教育 网络传播策略研究

何明明

江苏商贸职业学院, 江苏 南通 226001

**摘 要 :** 新媒体时代背景下, 高校思想政治教育网络传播面临着巨大的挑战。主体意识不足、载体建设不够、内容质量不高、队伍建设不强等问题直接影响了高校思想政治教育网络传播成效。运用新媒体营销思维, 营造“大思政”协同育人氛围、打造“网红”型思政互动平台、研发精品型思政教育“产品”、塑造万能型思政教育团队为高校开展思想政治教育网络传播工作提供了新的思路。

**关 键 词 :** 网络思想政治教育; 新媒体营销思维; 网络传播

## Research on the Network Communication Strategy of Ideological and Political Education in Colleges and Universities under the Thinking of Media Marketing

He Mingyue

Jiangsu Vocational College of Business, Nantong, Jiangsu 226001

**Abstract :** In the context of the new media era, the online communication of ideological and political education in universities is facing enormous challenges. The lack of subject consciousness and carrier construction, content quality is not high, team construction is not strong and other problems directly affect the effectiveness of ideological and political education network communication in colleges and universities. Using new media marketing thinking, creating a collaborative educational atmosphere of "big ideological and political education", building a "internet celebrity" type ideological and political interaction platform, developing high-quality ideological and political education "products" and shaping a versatile ideological and political education team provide new ideas for colleges and universities to carry out network communication work in ideological and political education.

**Keywords :** online ideological and political education; new media marketing thinking; network communication

### 引言

高校学生是网络新媒体的重要受众, 截至2024年6月, 我国11亿(10.9967亿)网民中, 10至19岁的网民占比13.6%, 20至29岁的网民占比13.5%, 网民平均每周上网时长为29.0小时, 微信等即时通信应用的用户数量占网民总数的98.0%, 网络视频(包括短视频和微短剧)的用户规模占网民整体的97.1%<sup>[1]</sup>, 可见新媒体对其影响巨大。高校学生世界观、人生观、价值观尚未定型<sup>[2][3]</sup>, 往往缺乏对信息的筛选和判断能力, 其思想意识、道德观念、价值判断乃至思维模式更易受到外界舆论的影响<sup>[4]</sup>。因此, 高校思想政治教育网络传播正面临着新媒体技术所带来的巨大挑战。

### 一、高校思想政治教育网络传播面临的问题

中共中央、国务院《关于新时代加强和改进思想政治工作的意见》指出“加强网络思想政治工作, 深入实施网络内容建设工程, 加强网络传播能力建设, 依法加强网络社会管理, 推动思想政治工作传统优势与信息技术深度融合, 使互联网这个最大变量变成事业发展的最大增量”<sup>[5]</sup>以来, 各高校不断变革思想政治教育模式、大力推进网络思想政治教育平台建设。通过建立专题思想

政治教育网站, 引进在线学习软件开展思想政治课程教育以及运营微信公众号、微博、抖音等新媒体宣传平台, 提高学校网络思想政治教育效果, 但各高校仍存在网络思想政治教育传播成效不显著的问题。

#### (一) 高校思想政治教育网络传播主体意识不足, 缺乏有组织的教育传播

很多高校思想政治教育网络传播主体仅为高校各层级党团组织、思想政治课教师、辅导员<sup>[6]</sup>, 且主体意识尚不充分, 对网

基金项目: 江苏高校哲学社会科学研究专项项目“新媒体营销思维在高校思想政治教育中的应用研究”(2020SJB0839)。

作者简介: 何明明(1988-), 女, 硕士研究生, 助理研究员, 研究方向为高等教育管理。

络环境认识不足,仍缺乏有组织的思想政治教育网络传播,在一定程度上削弱了学校思想政治教育网络传播成效。一方面,学校对思想政治教育网络传播未明确职责和任务,部分教师对思想政治教育网络传播缺乏积极性,缺少参与创作、转发、与用户互动的意识。另一方面,面对网络环境的特殊、复杂、多变,部分教师缺乏敏感性,缺少积极利用网络平台主动发声、引导舆论的意识,这也使高校思想政治教育网络传播工作陷入被动。

### （二）高校思想政治教育网络传播载体建设不够,难以形成媒体传播合力

高校对思想政治教育网络传播的研究还处于初级阶段,特别是思想政治教育网络载体建设方面,缺少系统研究和专业标准。一方面,很多学校没有建立专门的思想政治教育网络平台,主要基于主流新媒体平台进行思想政治教育网络传播,对思想政治教育网络载体没有统筹进行规划设计,缺乏专项管理,未形成良好的矩阵效应;另一方面,学校思想政治教育网络平台功能单一,难以满足学生多元化需求,与当前丰富的媒体资源相比,存在用户体验不佳、互动性不强等问题,这也影响了客体参与度。

### （三）高校思想政治教育网络传播内容质量不高,影响传播以及教育成效

思想政治教育网络传播需要精心策划、科学布局,从而实现思想政治教育的有效传播与深入渗透。然而,部分高校在建设网络思想政治平台时,内容缺乏创新性和系统性。一方面,不少高校的网络思想政治教育平台内容陈旧、形式单一,无法激发学生的认同感<sup>[7]</sup>,难以吸引学生的关注与参与。另一方面,部分高校网络思想政治教育平台学习内容缺乏系统性和连贯性,碎片化式的学习虽然增加了学习的灵活性,但一定程度的削弱了思想政治教育效果。

### （四）高校思想政治教育网络传播队伍建设不强,教育传播存在专业壁垒

思想政治教育网络传播载体更为复杂,相应的网络传媒技术要求也更高,但目前部分高校从事思想政治教育网络传播的团队仍存在专业组成较为单一的问题。一方面,对思想政治教育专业知识的储备欠缺的老师,与对网络技术运用方面略有不足的老师,难以形成网络思政教育联动;另一方面,网络思政教育队伍建设是一个系统长期的过程,部分高校因缺乏系统管理机制,还存在人员流动性大、队伍不稳定等问题。

## 二、新媒体营销思维对高校思想政治教育网络传播的影响

为提高学校网络思想政治教育传播效能,可以运用新媒体营销思维打造学校思想政治教育网络传播新模式。营销是通过诱发消费者的消费欲望而实现交换的过程,以满足人们需要为最终目标的思想方法<sup>[8]</sup>,可以与其他学科进行交叉研究,比如政治营销,就是基于营销学和政治学理论基础发展而来的<sup>[9]</sup>。

随着互联网飞速发展,数字、网络、通信技术融入营销后衍生出来的一种营销模式,即新媒体营销<sup>[10]</sup>。通过利用微信、微

博、短视频平台、搜索引擎等新媒体平台的功能、特性,在新媒体上发布影响广泛的信息,对目标受众的精准定位,针对目标受众的需求,研发个性化的产品和服务<sup>[11]</sup>,使人们参与到具体营销活动的互动中,从而建立主客体联系,抓住潜在用户,扩大用户群体,增强用户黏性,最终实现流量对效益的转化。

常见的新媒体营销思维包括:用户思维,围绕用户的需求、痛点和期望提供更精准、个性化的产品或服务<sup>[12]</sup>;品牌思维,通过打造企业名片,形成品牌效应,增加用户黏度和忠诚度;平台思维,运用社会化媒体平台,重塑组织管理和商业运作模式,实现与用户互动交流,最终达到运营推广的目的<sup>[13]</sup>;数据思维,通过数据分析,精准确定目标受众,制定出符合用户需求的营销策略;此外还有内容思维<sup>[14]</sup>、流量思维、社交思维、跨界思维<sup>[15]</sup>、经济思维等。运用新媒体营销思维,对高校网络思想政治教育传播效果可以起到积极作用。

## 三、新媒体营销思维下的高校思想政治教育网络传播策略

### （一）提升主体认识,营造“大思政”协同育人氛围

思想政治教育网络传播不仅是思想政治课程网络化,只有运用“跨界思维”,即突破传统部门壁垒,通过整合全校各种渠道和资源,才能切实提升思想政治教育成效。一是强化主体责任意识,明确各级党团组织、思想政治课教师、专业课教师、辅导员及优秀学生榜样在思想政治教育网络传播工作中的角色定位和责任分工,形成真正全员、全程、全方位的“大思政”格局。二是建立健全管理机制,不断完善思想政治教育网络传播绩效考核管理评价体系,激发主体参与思想政治教育网络传播的积极性和主动性。三是构建教育合作体系,推进思想政治教育网络传播形成区域影响力,通过成立网络思想政治宣讲团、与政校行企合作共建网络思想政治教育联盟等,持续提升学校思想政治教育网络传播效能。

### （二）丰富载体建设,打造“网红”型思政互动平台

新媒体平台是开展思想政治教育网络传播的重要途径,只有运用“品牌思维”,全力打造引领力强、影响力大、传播力广的新媒体平台,才能更好助力高校思想政治教育网络传播。一是强化平台规划设计,加强学校统筹管理,丰富平台功能、提升用户体验,打造具有鲜明特色与吸引力的思想政治教育网络平台,目前比较具有代表性的有全国高校思想政治工作网、新华网、学习强国等。二是强化师生互动交流,建立思想政治教育网络载体互动机制与反馈机制,及时了解学生的需求与反馈意见,丰富直播、游戏等互动式网络思想政治教育形式。三是强化媒体矩阵效应,依托学校官网、微信公众号、微博、抖音等多媒体矩阵,统一输出思想政治教育内容,多元化内容产出,形成广泛影响和传播。

### （三）注重内容创新,研发精品型思政教育“产品”

“内容思维”是利用独特的思维方式和策略来吸引用户的关注和信任,从而增加用户的黏性和参与度。要想让思想政治教育

内容被学生普遍接受、广泛传播，在“信息爆炸”的时代背景下脱颖而出，就必须注重内容建设。一是坚持注重理论研究，要坚持马克思主义理论指导，注重思想政治理论本身，只有不断丰富思想政治理论网络学习内容，增强内容设计，建立系统的思想政治网络学习体系，才是真正提升思想政治教育网络传播成效。二是坚持以学生为主体，即“用户思维”，秉承“用户至上”理念，深入了解学生所需所想，引发学生产生共鸣，吸引学生主动参与学习和传播。三是坚持创新表达形式，充分运用当代大学生喜欢的表达方式，将思想政治教育网络传播内容创编作为思想政治教学研究重要组成部分。

#### （四）加强培训管理，塑造万能型思政教育团队

只有运用“跨界思维”，建设一支多专业、跨界合作的教育团队，既包含具备思想政治教育专业背景的骨干力量，也包含精通网络技术和传媒科学的专业人才，才能充分形成团队内部优势互补。一是强化队伍管理，明确队伍分工，建立教育意识强、专业研究深、影响范围广的思想政治教育网络传播队伍。二是加强内部培训，通过业务提升，引导团队系统地掌握网络传播的思维、理论、技术和方法，提升其开展思想政治教育和网络传播工作能力。三是借助引进外包，建立校内把关、校外运营机制，委托专业外包运营团队开展新媒体营销工作。

## 参考文献

- 
- [1] 中国互联网络信息中心. 第54次中国互联网络发展状况统计报告 [R]. 2024.
- [2] 游璇. 大学新生的心态及教育对策 [J]. 福州师专学报, 2000(4):27-29.
- [3] 张春贵. 让马克思主义有效触达“Z世代” [J]. 青年记者, 2019(7).
- [4] 王平一. 青少年网络道德问题的哲学思考 [J]. 湖北社会科学, 2002(11).
- [5] 中共中央国务院. 关于新时代加强和改进思想政治工作的意见 [N]. 人民日报, 2021-07-13 (01).
- [6] 孙琳. 高校辅导员与思想政治理论课教师的有机协同——以培育和践行社会主义核心价值观为视角 [J]. 湖北社会科学, 2017(2).
- [7] 胡鸣. “微时代”视域下高校思想政治教育工作的学生认同感路径研究 [J]. 成才, 2022(11).
- [8] 吴长顺著. 营销学原理 [M]. 北京大学出版社, 2011.
- [9] 苏颖. 西方营销式政治传播理论的发展动力解释与整合 [J]. 世界社会科学, 2024(04).
- [10] 肖凭, 文艳霞. 新媒体营销 [M]. 北京大学出版社, 2018.
- [11] 范小青, 吴涛. 网络营销 [M]. 高等教育出版社, 2013.
- [12] 张可著. 新媒体营销 [M]. 清华大学出版社, 2024.
- [13] 付红安. 大数据在社会化媒体营销中的应用研究 [D]. 重庆大学, 2024.
- [14] 阎珺瑶. 樊城区共青团传播工作的新媒体营销策略研究 [D]. 中南财经政法大学, 2022.
- [15] 陈欣. 互联网思维下新媒体营销发展探析 [J]. 现代企业, 2021(11).