

新媒体赋能高校雷锋精神传播的优势、问题和路径研究

孙圣文

云南开放大学（云南国防工业职业技术学院），云南 昆明 650000

DOI: 10.61369/ETR.2025350011

摘 要： 面对新媒体从“单向传播”到“双向互动”，从“滞后局域”到“即时全域”，从“单一样态”到“多元呈现”的信息传播新格局，高校应积极借助新媒体提升雷锋精神的传播效能。当前，在传播主体新媒体能力不足、传播内容质量有待提高、反馈机制效果不彰的情况下，高校须树立新媒体传播思维，发挥新媒体传播优势，推动新媒体技术赋能，通过加强“雷锋精神”新媒体传播队伍建设，优化“雷锋精神”新媒体传播内容，健全“雷锋精神”新媒体反馈机制等举措来解决问题，不断提高雷锋精神的传播影响力。

关 键 词： 新媒体；高校；雷锋精神

Research on the Advantages, Problems and Paths of New Media Empowering the Spread of Lei Feng Spirit in Colleges and Universities

Sun Shengwen

Yunnan Open University (Yunnan National Defense Industry Vocational and Technical College), Kunming, Yunnan 650000

Abstract： Facing the new pattern of information communication brought by new media—shifting from "one-way communication" to "two-way interaction", from "delayed and regional" to "real-time and global", and from "single form" to "diversified presentation"—colleges and universities should actively use new media to improve the communication effectiveness of Lei Feng Spirit. At present, under the circumstances of insufficient new media capabilities of communication subjects, the need to improve the quality of communication content, and ineffective feedback mechanisms, colleges and universities must establish new media communication thinking, give full play to the advantages of new media communication, and promote the empowerment of new media technology. Specific measures to solve these problems include strengthening the construction of new media communication teams for "Lei Feng Spirit", optimizing the new media communication content of "Lei Feng Spirit", and improving the new media feedback mechanism for "Lei Feng Spirit", so as to continuously enhance the communication influence of Lei Feng Spirit.

Keywords： new media; colleges and universities; Leifeng spirit

雷锋精神是以雷锋同志命名的一种精神象征，包含着爱党、爱国、爱社会主义的崇高理想和坚定信念，服务人民、助人为乐的奉献精神，干一行爱一行、专一行精一行的敬业精神，锐意进取、自强不息的创新精神，艰苦奋斗、勤俭节约的创业精神。^[1]实践证明，无论时代如何变迁，雷锋精神永不过时。^[2]在高校传播和弘扬雷锋精神，能够引导大学生树立崇高理想追求，践行社会主义核心价值观，激发爱党爱国爱社会主义巨大热情，自觉把个人追求融入为党和人民事业奋斗中，为中国式现代化建设添砖加瓦。新媒体时代，信息传播呈现出双向互动、速度及时、全域覆盖、内容多元等特征，既为高校雷锋精神的传播带来了新的机遇，也提出了诸多挑战。作为培育时代新人的主阵地，高校应积极树立新媒体传播思维，充分发挥新媒体传播优势，推动新媒体技术赋能，有效应对传播过程中出现的问题，不断提高雷锋精神的传播效能，将雷锋精神融入立德树人这一根本任务，引导大学生树立远大理想、锤炼品德修为，自觉肩负起时代赋予的历史使命。

一、新媒体赋能高校雷锋精神传播的优势

（一）从“单向传播”到“双向互动”

信息传播的核心目的是通过信息传递实现更深层次的价值转

化，而非停留在“传达到”的表层阶段，表现为对受众“认知—态度—行为”的影响。在传统的“单向传播”模式下，教师自上而下讲述雷锋故事，根据个体认知传递雷锋精神的意义和时代内涵，学生处于被动接受的地位，难以产生深度参与和情感共鸣，

传播效果不理想。而在新媒体传播模式下，传统的信息传受关系被边缘化，受众不再是被动接受信息，而是可以主动参与进信息的传播或创作中来。^[3]新媒体平台如微信、微博、抖音、B站等，能够通过评论、点赞、转发、弹幕、互动话题等功能，构建起“双向互动”传播生态，大大增强了信息传播的互动性和参与感，学生在信息传播和创作双重体验中，将雷锋精神的抽象内核转化为具象内容，加强了自身对雷锋精神的理解和践行。

（二）从“滞后局域”到“即时全域”

新媒体不仅改变了人们对传播内容、传播方式的传统认知，还影响着人们对传播时空的体验。^[4]这种新的体验表现为对“时间线性”和“空间固定”传统认知的重构，新媒体的信息发布几乎无延迟，并且可随时调取“过去内容”与“当下需求”进行连接，同时传播也打破了地域和空间约束，受众能够随时随地获取信息。传统的传播方式受时空限制较大，例如校园宣传栏只能覆盖特定区域，主题班会仅能影响班级内的学生，且信息发布和更新速度较慢。而新媒体技术的赋能够实现信息的“及时发布、全域传播”，提升雷锋精神在高校传播的时效性与覆盖面，高校可通过新媒体平台第一时间传播内容，全校学生无论身处校园内外，只要通过手机、电脑等终端设备，就能随时获取雷锋精神的信息。

（三）从“单一样态”到“多元呈现”

现阶段新媒体内容创作和传播呈现出多模态创新、多渠道分发的特征，^[5]打破了传统文本、图像、音频、视频等单一模态的局限，通过将多种模态有机融合，能够给受众带来更加丰富、立体和沉浸式的体验，同时内容生产后，可基于不同平台属性进行针对性优化与分发，最大化覆盖目标受众，提高资源利用效率。传统媒体环境下，传播内容形式单一，传播渠道固定、传播效果一般。而新媒体技术可丰富雷锋精神传播的形式和载体，通过将文字、图像、视频、音频、动画等内容形态进行设计组合，让雷锋精神从“平面化”走向“立体化”。例如将文字和图片通过AIGC（人工智能生成）生成雷锋故事动画，配合录音和字幕，形成多模态资源，再根据学校新媒体不同平台属性对资源进行适配性调整并多渠道发布，实现雷锋精神在高校传播的多元融合和立体传播。

二、新媒体赋能高校雷锋精神的现存问题分析

（一）传播主体新媒体能力不足

新媒体时代，高校“雷锋精神”的内容亟需借助新媒体平台进行传播，而高校新媒体平台的建设和运营则需要专业人才队伍的支撑，^[6]为此大部分高校都成立了由教师和学生组成的新媒体团队。但是就目前来看，多数高校新媒体团队仅仅是解决了从“无”到“有”的问题，队伍建设还较为薄弱。一方面表现为新媒体团队教师往往还会兼任其他行政和教学工作，放在新媒体工作上的时间和精力不足，且部分教师并没有从事新闻传播的经验，导致运用新媒体技术的能力欠缺。另一方面表现为新媒体团队学生政治把控能力较弱，难以开展高质量的主流思想宣传工作，并

且由于缺乏完善的考核激励机制，学生人员流动性大，队伍不稳定，也给新媒体团队的工作带来了一定的影响。这些新媒体团队的问题对“雷锋精神”的新媒体传播质量产生了很大影响。

（二）传播内容质量有待提高

“雷锋精神”在高校新媒体传播内容质量一般主要表现为两种情况：一是传播内容陈旧，缺乏创新性和时效性。新媒体虽然让“雷锋精神”在高校传播有了新的方式，但是受制于传统观念的影响，很多时候往往是“新瓶装旧酒”，新的媒介承载的却是旧的内容。很多教师并没有用新媒体思维对传播内容进行更新，没有做到与时俱进，那么难以吸引在互联网环境下成长起来的大学生也就不足为奇。二是对“雷锋精神”的表达过于抽象化和严肃化。部分高校在“雷锋精神”传播过程中，仅仅在平台上将“雷锋精神”理论概念进行简单罗列，并没有对复杂内容做进一步具体化、简单化、趣味化地解读，这些内容无法形成足够的感染力，难以激发学生的情感共鸣，长此以往，甚至会诱发学生对此类思政教育的抵制和排斥。

（三）传播反馈效能不足

信息反馈是对过程和效果的检验，客观的反馈信息有助于传播者发现问题、调整方案，积累经验。^[7]因此，高校雷锋精神的新媒体传播过程中，必须重视学生的反馈信息，把握其对传播内容的接受程度、理解深度以及对行为习惯的影响，了解他们对传播平台、模式和互动机制的态度等信息。但是目前多数高校尚未建立科学高效的反馈机制，对学生反馈信息的挖掘、分析和转化处于较为初级的阶段，表现为数据采集维度单一，多依赖用户自发评论、点赞、转发等表层行为数据，缺乏对更深层次的认知和态度变化的有效监测。这种局限于表层互动的反馈方式，无法精确判断雷锋精神的传播内容是否具有足够的吸引力，是否成功引导学生理解并认同雷锋精神的内涵价值，更无法评估其是否对学生的价值观和行为习惯产生积极影响。此外，由于未能构建起反馈信息与内容优化之间的有效闭环，高校往往难以及时根据学生反馈调整传播策略与表达方式，导致传播内容与学生现实需求之间存在一定脱节。

三、新媒体赋能高校雷锋精神传播的问题优化路径

（一）加强“雷锋精神”新媒体传播队伍建设

习近平总书记说过：“媒体竞争关键是人才竞争，媒体优势核心是人才优势。”^[8]加强宣传雷锋精神的高校新媒体队伍建设，首先要提高整个队伍的政治理论素养，新媒体团队教师和学生要深入学习和理解习近平总书记关于雷锋精神的重要论述，把握好雷锋精神的意义、时代内涵和实践路径，为宣传工作打下牢固基础。其次是加强队伍的新媒体意识和新媒体应用能力建设，定期组织新媒体技能培训，邀请校内外优秀新媒体工作者分享经验，同时积极运用新媒体技术，创新雷锋精神的呈现和传播方式，增强其时代感和吸引力。最后要完善新媒体队伍的人才培养和保障机制，对教师而言，要坚持校内培养和校外引进相结合的原则，并将雷锋精神的新媒体传播工作量化，与绩效、职称认定、评优

评先等奖励相挂钩，对学生而言也要适当增加对其精神和物质奖励，例如通过给予资金和设备支持、推荐学生评奖评优、提供就业实习岗位等激励手段，让学生获得归属感和认同感，打造长期稳定高效的新媒体团队。

（二）优化“雷锋精神”新媒体传播内容。

无论媒体如何变迁，“内容为王”始终是传播的核心竞争力。^[9]针对传播内容“陈旧化、抽象化、严肃化”的问题，需要以“时代化解读、具象化表达、趣味化呈现”为核心，打造符合时代需求，便于学生理解，能引发其情感共鸣和价值认同的新媒体精品教学资源。一方面要深挖雷锋精神的时代内涵和价值意蕴，整理其发展脉络，优选符合新媒体传播特性的学习资源，结合新时代议题和高校学生需求，创新课程设计，实现传播内容的“与时俱进”。另一方面要创新雷锋精神的表达形式，推动内容“具象化”和“趣味化”，摆脱“说教式”文本，利用新媒体和人工智能技术，产出高校学生喜闻乐见的数字化多模态教学资源。例如，制作“雷锋精神知识闯关”小程序，将理论知识转化为选择题、判断题和场景模拟实践题，在趣味化的游戏闯关过程中强化对雷锋精神的理论认知；运用 AIGC（人工智能生成）技术，以文本、图片和音频生成雷锋动画音视频资源，让雷锋形象更加鲜活立体；运用 VR（虚拟现实）技术打造雷锋事迹三维空间，学生能够“身临其境”走进雷锋生活和工作的场景，沉浸式的体验以增强学生的情感共鸣。

（三）健全“雷锋精神”新媒体反馈机制。

通过大数据和人工智能技术，对海量数据进行采集、分析与应用，能够精准洞察学生思想动态，优化教学设计与方法，从而显著提升教育的针对性与实效性。^[10]针对当前雷锋精神新媒体传播存在的反馈机制不完善，效能不足的问题，可依托大数据和人工智能技术，构建“采集—分析—优化—反馈”的四位一体新媒体传播机制。具体而言：首先，拓宽数据采集维度。利用大数据技术，实时采集各平台的学生行为数据，包括但不限于资源点击量、资源完播率、资源形式选择偏好、互动转发路径等，同时知识在线检测，综合评估传播效果。其次，深化数据智能分析。借助人工智能技术，多维度分析数据，了解学生对内容的偏好、对传播渠道的接受程度、倾向的传播互动方式以及整体的新媒体传播效果，形成客观、全面的评估结果。最后，推动数据驱动优化。将分析结果及时对接新媒体团队，实现传播策略的动态调整。例如图文资源点击率较低，可适当增加音视频资源占比；严肃纪实风格资源完播率较低，可在后续内容创作中增强艺术化的表达方式；互动转发多集中在抖音、B站等平台，则加强资源在这些学生活跃平台的投放力度，从而全面提升雷锋精神新媒体传播的效果。

参考文献

[1] 中共中央办公厅印发《关于深入开展学雷锋活动的意见》[J]. 思想政治工作研究, 2012, (03): 7-8.

[2] 陶克, 翟元斌. 雷锋精神永不过时 [J]. 红旗文稿, 2023, (05): 19-20+1.

[3] 张淑芳. 融媒时代信息传播策略与效果研究 [J]. 采写编, 2025, (08): 38-40.

[4] 刘宏, 周婷. 场景化时空: 一种理解当今社会的结构性视角 [J]. 现代传播 (中国传媒大学学报), 2020, 42(08): 27-32.

[5] 黄楚新, 陈玥彤. 中国新媒体发展现状与趋势 [J]. 青年记者, 2025, (02): 28-34.

[6] 崔人元. 新媒体环境下高校思想政治教学创新路径 [J]. 山西财经大学学报, 2021, 43(S2): 123-126.

[7] 习近平. 媒体竞争关键是人才竞争 [J]. 中国人才, 2016, (05): 2+1.

[8] 周寅. 重谈“内容为王”: 坚守主流媒体业务创新核心理念 [J]. 中国广播电视学刊, 2025, (05): 60-63.

[9] 纪加骅. 大数据技术赋能高校思政教育的实践路径 [J]. 中国高校科技, 2025, (03): 103.