

大学生“网络舆情参与”行为分析与辅导员引导机制

周颖

湖南交通职业技术学院,湖南长沙 410132

DOI:10.61369/HASS.2025080014

摘要：本文聚焦大学生“网络舆情参与”行为与辅导员引导机制，首先从行为特征、行为动机、影响因素三个维度剖析大学生网络舆情参与的内在逻辑；进而梳理辅导员引导工作的现状与问题；最终构建“预警—沟通—教育—协同”四维引导机制，提出立体化监测、双向互动沟通、分层分类教育、校内外协同的具体路径。

关键词：大学生；网络舆情；辅导员

Analysis of College Students' "Online Public Opinion Participation" Behavior and the Guidance Mechanism of Counselors

Zhou Ying

Hunan Communication Engineering Polytechnic, Changsha, Hunan 410132

Abstract : This article focuses on the behavior of college students' "participation in online public opinion" and the guidance mechanism of counselors. Firstly, it analyzes the internal logic of college students' participation in online public opinion from three dimensions: behavioral characteristics, behavioral motivations, and influencing factors. Then, it sorts out the current situation and problems of counselors' guidance work. Finally, it constructs a four-dimensional guidance mechanism of "early warning—communication—education—coordination", and proposes specific paths for three-dimensional monitoring, two-way interactive communication, hierarchical and classified education, and collaboration inside and outside the school.

Keywords : college students; online public opinion; counselors

引言

《关于加强和改进新形势下高校思想政治工作的意见》明确提出“要加强网络思想政治教育，引导学生树立正确的网络道德观，自觉抵制网络谣言和不良信息”，《高校思想政治工作质量提升工程实施纲要》也强调“需强化大学生网络素养培育，提升其理性参与网络舆情的能力”。当前，大学生作为互联网原生代群体，日均网络使用时长超4小时，网络舆情参与已成为其表达观点、参与公共事务的重要方式，从校园内的“食堂管理争议”“奖学金评定讨论”，到社会层面的“青年就业政策”“科技伦理话题”，均能看到大学生活跃的参与身影。

一、大学生“网络舆情参与”行为的多维度分析

（一）行为特征

大学生网络舆情参与行为在“参与方式、时效节奏、内容倾向、圈层属性”上呈现鲜明特点，具体表现为三方面：一是参与方式多元且轻量化，以碎片化互动为主，大学生更倾向于通过社交平台参与舆情，如在热点事件话题下点赞、评论、转发，或发布短文案、表情包表达观点，深度参与占比相对较低，且多借助校园社群、兴趣圈层扩散观点，形成“平台联动+圈层传播”的参与模式；二是时效响应快但持续性弱，呈现“脉冲式参与”特

征，大学生对校园相关、青年关切、社会热点类舆情反应迅速，往往在事件曝光后1-2小时内形成讨论高峰，但因学业压力、注意力易转移等因素，多数参与行为持续时间短，若事件无新进展，3-5天内参与热度便会显著下降；三是内容倾向情绪化与理想化交织，观点表达兼具批判性与建设性。学生因社会阅历有限对舆情事件的判断易受情感驱动，如面对“校园霸凌”“职场歧视”类舆情时，常以正义发声者的姿态表达愤慨，语言带有较强情绪色彩；但同时，受专业知识影响部分学生也能提出理性建议，如针对“校园快递乱象”舆情，会结合“校园管理规定”“物流行业规范”提出改进方案，体现“感性表达+理性思考”的双重倾向。

作者简介：周颖（1995.05—），女，汉族，湖南长沙人，初级，硕士研究生，研究方向：思想政治教育理论与实践。

（二）行为动机

大学生参与网络舆情的动机并非单一，而是“内在需求驱动+外在环境触发”的综合结果，可归纳为四类核心动机：一是自我表达与观点输出需求，大学生处于价值观成型期，对社会事务、校园生活有强烈的表达欲，网络舆情为其提供了低成本、广覆盖的发声渠道，如面对“高校课程设置合理性”舆情，学生通过评论“吐槽低效课程”“建议增加实践课”，本质是希望自身诉求被关注，实现“个人观点的公共化表达”；二是社交融入与群体认同需求，网络舆情参与是大学生融入社交圈层的“社交货币”，在校园社群中，若多数同学参与某一舆情讨论，如“校园歌手大赛公平性”，个体为避免脱节会主动跟进并表达与圈层一致的观点，通过共同参与来强化与同学、朋友的情感联结并获得群体归属感；三是信息获取与认知补充需求，大学生通过参与舆情讨论获取多元信息以完善对事件的认知，如面对“人工智能伦理”类舆情，学生不仅会浏览官方报道，还会在评论区查看不同专业同学的解读，通过“跨视角交流”弥补自身认知盲区；四是社会责任感与公共监督意识，受思政教育、校园文化影响，大学生普遍具有关注公共事务、推动问题解决的意识，参与舆情成为其践行社会责任的方式，如针对“校园周边食品安全隐患”舆情，学生通过转发曝光视频、@当地市场监管部门来推动问题整改，体现以行动影响现实的参与诉求^⑪。

（三）行为影响因素

大学生网络舆情参与行为受“主观认知、客观环境、技术平台”三重因素交织影响，各因素以不同路径作用于参与决策与行为表现。从主观认知因素看，核心影响变量是“媒介素养”与“价值判断能力”。媒介素养高的学生参与舆情时倾向先验证信息再理性表达，如面对“某明星学术不端”舆情会查阅权威信息；媒介素养薄弱的学生易被误导，陷入跟风参与。同时，价值判断能力差异会导致参与行为分化，注重规则意识的学生和看重人情关系的学生在“校园考试作弊处理”舆情中的立场不同。从客观环境因素看，“校园环境”与“社会氛围”是关键变量。校园层面，辅导员引导、班级舆论氛围、学校舆情应对态度会直接影响学生参与行为，如在“校园宿舍调整”舆情中，辅导员积极引导，学生倾向理性表达，学校回避问题，学生可能扩大网络讨论施压。社会层面，舆情事件的“利益关联性”“社会关注度”会影响参与意愿，与大学生利益直接相关的舆情参与度更高，且社会舆论导向会引导学生参与方向。从技术平台因素看，算法推荐与平台规则深刻影响参与行为的广度与深度。算法推荐会强化学生的“信息茧房”，使参与范围局限于负面话题；平台的互动便捷性降低参与门槛，推动学生随手参与；平台监管规则会约束参与行为，及时处理违规内容能引导讨论回归理性。

二、辅导员引导大学生“网络舆情参与”行为的现状与问题

（一）引导工作的现状

随着高校对网络舆情管理重视程度的提升，辅导员对大学生

网络舆情参与行为的引导已初步形成“基础覆盖+重点应对”的格局，具体表现为引导意识逐步增强，多数辅导员不再被动等待舆情爆发，而是主动关注学生高频活跃平台并对苗头性舆情及时介入，还将“网络舆情素养”融入日常思政教育；引导方式贴合学生特点，普遍摒弃“单向说教”，转而采用制作短视频、发起话题、匿名留言板交流等学生易接受的方式，部分辅导员还加入学生兴趣社群潜移默化引导；应急响应机制初步建立，多数辅导员还参与校园舆情应急小组，针对重大舆情建立“发现—上报—处置”流程，且会定期梳理学生关注的舆情热点清单提前准备引导素材，提升应对效率。

（二）引导工作存在的问题

尽管辅导员的引导工作取得一定成效，但仍存在明显短板，具体体现为引导意识存在偏差，部分辅导员将“引导”等同于“控制舆情扩散”，面对学生负面舆情参与优先采取管控手段而非倾听诉求，且对学生正向舆情参与关注不足；引导能力存在短板，部分辅导员对学生活跃的新兴平台不熟悉导致舆情发现滞后，面对复杂舆情缺乏专业知识无法提供有效指导，还存在用“通知式语言”沟通引发学生抵触的情况；引导机制不够完善，“单打独斗”现象普遍，辅导员与学校宣传部门、专业教师、心理咨询中心协同不足，且长效评估机制缺失，引导工作“重过程轻结果”，未跟踪评估学生参与行为变化也未优化引导策略，难以持续改进。

三、辅导员引导大学生“网络舆情参与”行为的机制构建

（一）预警机制

预警机制的核心目标是“及时发现、精准识别、分级响应”，避免舆情从小众讨论演变为大范围争议。首先需建立“多平台覆盖的监测体系”，辅导员需重点关注大学生高频活跃的渠道，包括主流社交平台、校园垂直社群及匿名互动平台，每日固定时段梳理关键词，如“学校名称+负面词汇”“大学生+热点事件”，对苗头性舆情进行标记；同时组建学生舆情信息员队伍，从不同年级、专业、社团选拔责任心强、观察敏锐的学生，负责反馈所在圈层的舆情动态，如宿舍群内的争议话题、兴趣社群的热点讨论，形成“辅导员监测+学生反馈”的双向感知渠道。其次需明确“分级预警与响应流程”，将舆情按影响范围、风险程度分为三级：一级舆情，如校园内小范围讨论，要求辅导员1小时内介入，通过社群发布说明；二级舆情，如校园内广泛关注或涉及学生群体利益，则2小时内上报学院，联合教务、后勤部门制定回应方案；三级舆情，即引发校外关注或涉及安全、法律问题，立即上报学校宣传部门，启动校级应急响应，确保舆情在扩散初期得到有效管控^⑫。

（二）沟通机制

沟通机制需打破“单向说教”模式，以“倾听诉求、化解分歧、达成共识”为核心，契合大学生对平等对话的需求。一方面要建立日常化沟通渠道，辅导员可在班级微信群、QQ群设置“每

周舆情话题栏”，围绕学生关注的校园管理、社会热点发起讨论，用案例引导替代直接评判。例如，讨论网络谣言时，分享“大学生因转发不实就业信息受骗”的真实案例，引导学生自主思考信息核实的重要性；同时开通线上小程序或线下信箱进行匿名发言，允许学生匿名反馈对舆情事件的看法或自身诉求，避免因怕被批评而隐藏真实想法。另一方面要开展针对性沟通活动，针对具体舆情事件组织“小型座谈会”“圆桌对话”，邀请不同立场的学生代表发言，辅导员以“倾听者+引导者”身份梳理分歧点，如面对“校园快递服务差”的舆情，邀请学生、快递点负责人、学校后勤人员共同参会，让学生直接表达不满，同时了解快递点的运营困难，最终达成“增加取件窗口、延长服务时间”的解决方案，让沟通成为“解决问题的载体”而非“说服教育的工具”。

（三）教育机制

教育机制需将“舆情素养”融入大学生日常培养，避免一次性讲座的形式化，实现“知识传授+能力培养+价值塑造”的统一。首先要实施“分层分类教育”；针对新生，通过入学教育开设“网络舆情入门课”，重点讲解“信息辨别方法”、“合法参与边界”；针对高年级学生，结合专业特点与发展需求开展专项教育，如法学专业聚焦“舆情中的法律风险”，如转发他人隐私可能侵权，新闻传播专业聚焦“信息核实与客观报道”，就业方向的学生聚焦“职场相关舆情应对”，如“应届生被欠薪”舆情中的维权方式。其次要创新教育形式，将“舆情教育”融入主题班会，开展“模拟舆情应对”实践活动让学生分组扮演“舆情参与者”“辅导员”“媒体”，模拟“校园社团争议”“社会热点讨论”等场景，在角色扮演中掌握“理性表达”“换位思考”的技巧；同时挖掘“正向案例”，宣传本校学生“理性参与舆情”的事迹，如学生通过整理“校园便利设施改进建议”并@学校官方，推动问题解决，用身边榜样引导学生理解有效参与的价值，避免陷入情绪化吐槽的误区。

（四）协同机制

协同机制需破解辅导员“单打独斗”的困境，整合学校、家庭、社会资源，构建“全方位、多维度”的引导网络。

在校内协同方面，建立“辅导员+职能部门+专业教师”

的联动模式；辅导员发现舆情后，及时对接学校宣传部门获取官方口径，避免随意回应引发误解；面对因舆情产生心理焦虑的学生，联动心理咨询中心开展一对一疏导，帮助学生缓解情绪压力；遇到涉及专业知识的舆情，如“学术不端争议”“科技热点解读”，邀请相关专业教师开展专题讲座或线上答疑用专业视角提升引导的权威性^[3]。

在校外协同方面，搭建“辅导员+校外机构”的合作渠道；联合属地公安部门，开展网络安全与法律风险教育，通过案例讲解“传播谣言的法律后果”“个人信息保护”等内容；对接主流媒体或正能量平台，组织学生参与正向舆情创作活动，如拍摄“大学生眼中的乡村振兴”短视频、撰写理性看待就业竞争文章，引导学生从“舆情参与者”转变为“正能量传播者”；同时与学生家长建立定期沟通机制，向家长反馈学生的舆情参与情况，提醒家长关注孩子的网络行为，形成“学校-家庭”的双重引导，避免学生因缺乏家庭关注而陷入不良舆情圈层。

四、总结

本文围绕大学生“网络舆情参与”行为与辅导员引导机制展开系统研究，通过多维度分析发现：大学生网络舆情参与呈现“多元轻量化、脉冲式时效、情绪化与理想化交织”的特征，其行为受自我表达、社交融入等动机驱动，且受主观认知、客观环境、技术平台三重因素影响，展现出鲜明的青年群体属性与校园场景特征。在辅导员引导层面，当前工作虽已形成“基础覆盖+重点应对”的格局，但仍存在“重管控轻疏导”的意识偏差、“媒介素养与专业能力不足”的能力短板，以及“协同性与长效性欠缺”的机制问题，难以完全适配大学生舆情参与的复杂需求。针对上述问题，本文构建的“预警-沟通-教育-协同”四维引导机制，通过立体化监测实现舆情“早发现”、双向互动沟通实现诉求“真倾听”、分层分类教育实现素养“深培育”、校内外协同实现力量“聚合力”，形成了覆盖“舆情全周期、引导全环节”的解决方案。

参考文献

- [1] 张玉梅,刘长龙.网络舆情对大学生思政教育的影响及应对 [J].华章,2025,(10):120-122.
- [2] 张宜军,刘颖.突发事件网络舆情应对协同机制优化对策 [J].全媒体探索,2025,(08):107-109.
- [3] 安佳.网络舆情传播与管理策略研究 [J].新闻传播,2025,(17):61-63.