

自媒体语境下高校意识形态话语传播的实践探索——基于全国重点马院微信公众号分析

武文韬

新疆师范大学马克思主义学院，新疆乌鲁木齐，830017；

摘要：自媒体时代的深度演进重塑了信息传播的生态格局，也对高校意识形态话语的传播实践提出了新课题。微信公众号作为新媒体平台的典型形态，以其传播的精准性、即时性与互动性，已然成为高校开展意识形态工作的重要阵地。此背景下，传统主流话语传播模式既迎来了表达与传播模式的创新机遇，也面临着主体权威稀释、内容消解等多重挑战。本文以全国重点马院公众号的实践探索，考察自媒体语境中高校意识形态话语传播现状，对巩固主流价值引领、增强思想政治工作实效具有深刻的理论价值与现实意义。

关键词：自媒体；高校意识形态话语；微信公众号；马克思主义学院

DOI：10.69979/3029-2735.26.05.020

习近平同志在全国高校思想政治工作会议上指出：“要运用新媒体新技术使工作活起来，推动思想政治工作传统优势同信息技术高度融合，增强时代感和吸引力。”在这一背景下，微信公众号作为新媒体时代的典型代表，以其传播对象的精准性、传播速度的即时性和传播内容的丰富性，为高校意识形态工作提供了全新载体，为主流价值的传播与引领开辟的新路径。

1 自媒体语境下高校意识形态话语传播语境特征

当下，自媒体深度嵌入社会生活各领域，推动高校意识形态话语传播语境发生深刻的结构性变迁。这一变迁不仅为传统传播范式注入了创新活力，更以其复杂性带来了严峻挑战。媒介技术的大众化从根本上重塑了话语权分配格局与信息流动秩序，为高校意识形态工作在方法论创新与效能提升层面开辟了新的可能。

1.1 传播话语政治性与人民性的并存

意识形态话语传播的根本原则是确保政治方向的正确性，这一原则并未因媒介形态的更迭发生动摇。然而，话语传播实现的具体方式在自媒体语境下日趋复杂。话语传播的政治性要求传播内容必须承载明确的价值立场和理论体系，传播话语的人民性则强调传播活动必须以接受者的认知特点与心理需求为出发点。在传统媒体时代，二者之间的关系呈现为单向的“传达—接受”模式，政治性居于主导地位。而在自媒体环境下，信息传播的权力结构发生了变化，受众不再是被动的接受者，而是具有选择权、参与权和再传播权的主体。

1.2 内容体系完整性与呈现碎片化的共生

意识形态是指由一定社会的阶级、阶层或社会集团基于自身根本利益对社会关系自觉反映而形成的思想体系^[1]。意识形态传播本质上是这种思想体系的建构教育，其目标在于教育人民形成正确的世界观、人生观和价值观，要求传播内容必须具备内在的逻辑连贯性和理论系统性。国家机构始终致力于构建系统化的理论传播体系，通过教材编写、课程设置等多种途径，确保主流意识形态的完整呈现。然而，高校学生实际所处的信息环境却呈现高度碎片化的特征。自媒体平台上的信息通常以“短、小、精”的形式呈现，如微博的短文本、短视频平台的几分钟内容等，这种呈现方式虽然便于受众群众快速获取信息，却与传播内容的系统性相悖。

1.3 传播主导性与多元主体发声的交互

传统意识形态传播建立在“中心化”的权威叙事基础之上，教育者凭借制度赋权和知识优势，在话语格局中居于主导地位。自媒体时代的到来打破了这一格局，“中心化”的权威叙事与“去中心化”的多元表达形成了持续博弈的局面。话语权的分配不再局限于教师等传统主体，而朝着更广泛的群体拓展，名人、网红乃至普通学生都可以成为话语的生产者和传播者。这种去中心化特性使得意识形态话语传播环境变得纷繁复杂。新环境主要呈现两方面特征，一方面，主流话语传播虽然仍占据重要地位，但已不再是前互联网时代的绝对主导地位；另一方面，多元主体的参与带来了更多观点和声音，使传播内容更加丰富的同时，也增加了话语竞争的烈度。

2 自媒体语境下高校意识形态话语传播风险表征

自媒体的深度发展重构了高校意识形态话语传播的语境,与此同时在实践层面衍生出一系列的风险。这些风险并非相互孤立存在而是相互影响,并嵌入于传播主体、内容、环境与载体的变迁之中。系统剖析这些风险的内在逻辑与具体表现,是有效应对挑战、探索适应性路径的前提。

2.1 话语主体维度:去中心化传播格局稀释主导权

在传统的高校意识形态传播体系中,党委宣传部、思政课教师队伍及校报官方媒体等权威主体掌握着单向、集中的话语主导权,居于话语传播的主要权利地位,在这一权利结构之下,高校意识形态内容的筛选、阐述与传播过程封闭可控,主导权边界清晰可见。然而,伴随着移动互联网技术的迭代与社交媒体的普及,自媒体所内蕴的“去中心化”特征正重塑这一权力。

传播主体多元化显著稀释官方话语权威。学生、自媒体创作者与商业平台大量参与内容生产传播,以贴近日常的微观视角、情感化表达与通俗语言吸引关注,挤压了官方话语传播空间。同时,算法主导的传播模式进一步消解高校权威传播效力。平台以流量为核心导向,优先推送高互动、高点击内容,忽视主流价值引领。高校官方理论内容常因抽象、缺乏互动而被限流,难以触达学生。因此形成传播壁垒,加剧高校意识形态话语主导权的弱化。

2.2 话语内容维度:碎片化与娱乐化冲击阐释深度

高校意识形态话语的核心优势在于凭借系统的理论框架、严谨的学术逻辑与深厚的价值底蕴,实现对高校群体的思想价值引领,然而,自媒体的传播传播运行逻辑对此造成了直接冲击。

一方面,碎片化传播导致理论阐释被割裂。自媒体内容多以短、平、快见长,追求“秒懂”与“金句”的情绪共鸣,难以承载完整的理论体系与价值内容。部分自媒体为适应碎片化阅读与传播快节奏,往往对意识形态理论进行切片处理、摘要式的呈现,导致学生理解片面化、浅表化,甚至曲解理论。另一方面,泛娱乐化倾向消解话语内容的严肃性。在流量竞争日趋白热化的背景下,部分自媒体为博取眼球、吸引点击,刻意将意识形态内容进行改造与娱乐化处理。如以调侃方式叙述历史事件、将严肃政治议题包装为娱乐话题等现象,这些内容短期内可以收获大量关注,但严重损害意识形态话语的思想深度与教育意义。

2.3 话语载体维度:交互性与渠道碎片化分散话语权威

“话语载体是指能够传递党的意识形态话语体系的一切传播形式与表达方式。”在多元交互自媒体环境下,当前许多高校存在话语模式僵硬、融合滞后、话语载体建设不足等问题,一定程度上阻碍着意识形态建设进程。

一方面,交互性冲击传统主流意识形态话语宣传范式。新时代大学生成长与互联网深度嵌入日常生活的过程中,主体意识普遍增强,习惯用自媒体去对话和思考,点赞、评论、转发等双向互动的话语交流模式及多样化的信息表达方式更易引起他们的兴趣。对比之下,高校思政理论课方法简单刻板,教学内容单一,话语宣传范式仍以单向灌输为主,说教色彩浓厚,易引起学生的抵触情绪和产生排斥心理。另一方面,话语载体融合建设滞后,资源整合乏力,难以适应碎片化渠道环境下的传播需求。从当前高校官方媒体建设现状来看,同质化现象严重,无论是话语理论探索语内容还是栏目设置,都存在较高的相似度和趋同性,高校官方公众号关注度和发文频率较低、推文主题与大学生多元信息需求契合度不强,无法引起受教育者关注和兴趣,主流意识形态话语影响力和辐射力大为降低。

3 自媒体语境下高校意识形态话语传播的实践探索

面对自媒体传播格局带来的多重风险与挑战,高校意识形态话语传播并未停滞于被动应对状态,而是在实践中不断探索适应新语境的创新路径。目前社会已然进行了多方面探索,既包括依托体制优势、强化官方主阵地的权威引领,也涵盖以大众话语实现价值唤醒、创新载体传播意识形态的情感联结。

3.1 官媒身份站台传播主流意识形态

全国重点马克思主义学院微信公众号作为高校意识形态话语传播的“官方主阵地”,依托其体制赋予的权威性与公信力,突破了传统宣传单向度、灌输式的刻板模式,塑造出“权威不失亲和、庄重兼具活力”的复合型传播形象。

面对自媒体时代学生信息接收日趋碎片化与理论教育内在要求的系统性之间的突出矛盾,重点马院公众号积极探索建构分层融合内容体系,以系统性理论供给回应碎片化传播生态。

在理论传播层面,着力推动话语体系创新与表达方式转化。武汉大学“马跃珞珈”定期推出专题理论学习

系列,如围绕“抗战精神”从“爱国情怀、民族气节、英雄气概、必胜信念”四个维度进行深度诠释,引导学生从“筑牢理想信念、勇于攻坚克难、强化服务意识”等方面进行实践。中国人民大学“人大马院”聚焦“中国式现代化”等重大时代命题,通过“理论前沿”“经典品读”等栏目刊发系列解读文章,并依托“纪念马克思诞辰206周年”等品牌学术活动进行精华直播,构建起严肃而深厚的理论对话场域。

在实践融合层面,紧密贴合学生成长需求,在服务中实现价值引领。各公众号嵌入学生学习生活板块,在解决实际问题的过程中自然渗透主流价值观。武汉大学马院公众号开设“学业帮扶”“就业指南”等常态化服务栏目,在务实指导中传递拼搏进取的价值观。清华大学“清马来了”打造“青年说”“榜样力量”等思政实践叙事栏目,推送《这节课,没有教室,却有山河万里》等来自学生实践一线的鲜活故事,以朋辈视角和亲身经历生动诠释奋斗精神与家国情怀,激发学生的情感认同与行动自觉。

3.2 大众言语召唤传播主流意识形态

随着自媒体充分发展与媒介化社会的深入,主流意识形态的传播正面临从“大众式宣讲”向“面谈式对话”的转型。这一转变的核心在于传播逻辑的变化:受众群体不再是被动的信息接收端,而是基于自身文化、情感与价值偏好主动进行筛选与情感再生的主体。因此,主流意识形态要在高度社群化、情感化的网络空间中实现有效传播,就必须完成从“话语灌输”到“话语召唤”的战略转向,通过贴近生活、契合情感的大众话语形式,实现对青年群体的价值唤醒。

一方面,以场景化叙事实现理论的落地转换。将抽象的价值理念转化为可感知、可体验、可参与的具体生活场景,是破解理论疏离感的关键。南开大学马克思主义学院通过“青春日志”栏目,以第一视角记录《“毅心移‘疫’:同心战‘疫’,疫勇当先》中的鲜活细节,使“奉献、友爱”的宏大精神在具身化的付出与温暖的回报中变得可知可感,在情感共鸣中筑牢价值认同。新疆师范大学马克思主义学院通过开展“青春为中国式现代化挺膺担当”社会实践,组织师生打卡红色地标,通过参观体会,以实践汲取历史中的奋进力量。

另一方面,以文化符号嫁接完成意义的“跨圈层”共鸣。有效传播必须深入青年文化的符号体系,通过创造性转码实现主流价值与流行文化之间的交融。中国人民大学“人大马院”发布《天“马”行空》这类话语指南,主动解剖热词背后的社会情绪,并顺势引导青年用

“YYDS”致敬时代楷模张桂梅。新疆师范大学马克思主义学院发布“破茧纪”系列栏目,对主流文学作品与网络热词加以联系,从揭示“爱你老己,明天见”的热度缘由到“爱你老妈,明天见”的情感呼唤,以主流意识形态浸润学生情感发芽,实现了主流价值对青年话语体系的有机“接种”与引领。

3.3 多元载体创新传播主流意识形态

部分全国重点马院针对自媒体语境下意识形态传播载体交互性不足、渠道整合乏力、话语范式僵化等挑战,探索“贴近青年、全媒体链路、创新表达”的实践路径,推动话语载体从“单一灌输”向“多元交互”、从“分散同质”向“融合特色”转型升级,实现主流意识形态精准触达与有效覆盖,提升传播力、引导力、影响力与公信力。

一方面,技术赋能重构沉浸式传播场景。各马院积极拥抱新技术,突破传统载体形态。清华大学“清马来了”公众号用VR技术推出“VR重走长征路”,以全景影像还原遵义会议、泸定桥战役等历史场景,让抽象叙事转化为具身体验。西安交通大学“西马之家”引入数字人主播“小西”,依托语音合成与知识图谱技术,24小时智能播报理论政策并互动答疑,构建“视、听、问”全天智能系统,提升传播效率与用户黏性。

另一方面,矩阵联动多维突破圈层壁垒。各高校着力构建层级联动、资源共享的传播矩阵,实现主流话语传播由“线”到“面”的转变。新疆师范大学“石榴籽”工作室发挥地域特色,构建“高校—地方—国家”三级传播网络:校内“晨光理论驿站”广播实现理论生活化;地方联动“学习强国”新疆平台推送双语解读,服务多民族地区;国家级参与“理响中国”节目,形成立体化传播格局,有效突破圈层壁垒,提升覆盖面。

参考文献

- [1]林建华,朱继东.习近平关于社会主义意识形态重要论述的新时代意蕴[J].中国浦东干部学院学报,2022,16(03):16-23.
- [2]刘孝菊.论微信传播主流意识形态的话语建构——以《人民日报》微信公众号为例[J].杭州电子科技大学学报(社会科学版),2016,12(03):40-44. DOI:10.13954/j.cnki.hduss.2016.03.007.

作者简介:武文韬(2002-),男,山西忻州人,新疆师范大学马克思主义学院在读研究生,研究方向:思想政治教育。