

互联网传播新趋势与高校共青团网络新媒体引领力建设研究

李光鹏

新疆大学 新闻与传播学院，新疆乌鲁木齐，830046；

摘要：当前随着信息技术的迅猛发展，互联网传播正朝着个性化、互动性、技术驱动和全球化方向发展，短视频、直播、AI、社交电商等成为主流趋势。网络思政引领是高校共青团开展思想政治教育工作的重要平台，是共青团凝聚青年、引领青年的重要途径。本文从当前互联网发展的新趋势出发，客观分析高校共青团新媒体发展引领力建设现状，并提出相应的策略和优化路径，从而为提升高校共青团网络新媒体引领力提供支持，切实赋能青年成长，增强育人实效。

关键词：互联网传播新趋势；共青团网络新媒体；引领力

DOI：10.69979/3029-2700.25.04.066

党的二十大报告明确将“社会主义意识形态”和“意识形态工作领导权”作为重要工作目标，这既意味着意识形态已成为我国新时代综合治理现代化的工作重点，也表明新媒体发展在价值引领方面的显著作用。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）2024 年 8 月 29 日发布了第 54 次《中国互联网络发展状况统计报告》（以下简称《报告》）。《报告》显示，截至 2024 年 6 月，我国网民规模近 11 亿人（10.9967 亿人），较 2023 年 12 月增长 742 万人，互联网普及率达 78.0%，其中我国新增网民 742 万人，青少年占新增网民的 49.0%，由此可见互联网已成为青少年获取信息、交流沟通的重要渠道，高校共青团必须利用好互联网对思政育人的赋能作用，积极探索对大学生这一庞大网民群体开展具有针对性、实效度、时代感的思想引领，才能牢牢守住意识形态阵地，不断巩固主流思想价值对青年大学生的引领力。

1 互联网传播新趋势

1.1 互联网治理更加系统，传播舆论场有效净化

近年来，围绕依法治网有关部门不断加强网络立法顶层设计，不断加强网络治理系统执法，使互联网治理系统化、制度化、常态化。互联网依法治理系统延伸到网络平台的运营、建设、内容、发布渠道、影响力等板块，网络舆论场得到有效净化。

1.2 媒体融合不断推进，主流媒体报道力提升

为应对互联网传播的深刻变化，传统媒体不断推进媒体融合发展。积极引入传播技术，打造具有广泛知名

度和影响力的新媒体品牌，如《人民日报》、新华社、央视影音等中央主流媒体客户端下载量超过 11 亿次。始终内容为根本，形成一大批主流价值观的爆款作品。同时积极构建主流媒体报道矩阵，不断满足人民群众需求，传播力不断得到提升。

1.3 视觉短视频传播成为舆论传播重要一环

随着移动传输技术的不断进步，视觉短视频传播迅猛发展，短视频平台抖音拥有的国内日活跃用户数突破 1.5 亿，月活跃用户数超过 3 亿。政府机构、事业单位、主流媒体纷纷入驻短视频平台。网民通过短平快传递、碎片化接收的短视频，实现自我表达、自我展示的社交诉求。短视频成为传播的舆论传播的重要一环。

1.4 推荐算法的效应下，实现信息找人

推荐算法是根据网络用户网络行为痕迹，通过大数据采集，根据算法推荐信息给用户，使得内容分发推荐更加精准，能够满足用户个性化的需求，各网络平台通过研究算法，以实现海量内容与个性化需求相匹配，提高用户点击率。

1.5 AI 推动媒体创新，内容生产趋向智能化

在新媒体发展领域，AI 技术正在全方位引领媒体变革，deep seek、豆包等 AI 技术正以创新和高效，全方位融入互联网传播的各大要素。AI 技术推动新媒体在内容生产上，实现数量和数量的智能化飞跃发展，传播渠道上实现个性化传播。

1.6 以人为本，共情传播趋势明显

以人为本、共情是传播中不可或缺的因素，通过身边事、高效大规模的内容来随机性地击中用户情绪，打造爆款，触发用户情感、塑造情怀，更有效地凝聚受众，从情绪、情感与情怀不同层面吸引用户关注。

1.7 公众对内容品质与美感的追求日益提升

传播门槛的降低带来审美需求的觉醒与提升。“人人皆媒”的传播环境导致传播门槛的降低，促进了信息的爆炸式增长，人们不再满足于简单的信息获取，而是更加注重内容的品质和美感。CTR 数据显示，近八成用户喜欢或愿意向他人推荐拥有精美画面与配音的影视作品，65.8%的用户愿意花更多钱购买相比同类产品长得好看，或气味好闻，或声音好听，或触感比较好的商品。六成以上用户愿意因为精美广告而为商品支付更多。美的生产注重高质量、文化内涵和情感共鸣，美的传递注重美的再现和创作升级，美的消费注重感官触动、个性化和创意。传播通过种种手段构建具有美感的传播内容，以激发用户对美的追求与向往。

2 共青团网络新媒体引领力影响因素分析

习近平总书记在全国高校思想政治工作会议上强调，“做好高校思想政治工作，要因事而化、因时而进、因势而新。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”。在新媒体蓬勃发展的背景下，以新媒体技术推动高校思政育人的创新实践，是全方位、多层次育人的有效途径。而高校共青团作为育人育才的重要角色，必须利用好互联网对思政育人的赋能作用，系统性地思考探索有效路径，对大学生这一庞大网民群体开展具有针对性、实效性、时代感的思想引领，才能牢牢守住意识形态阵地，不断巩固主流思想价值对青年大学生的影响力。

2.1 网络新媒体平台用户粘性不够

当前，各高校共青团各新媒体平台均拥有较大的粉丝量，

但都存在浏览量、点赞量不高的问题，据不完全统计粉丝量 10 万+，但浏览点赞 1000-2000，不难看出高校共青团在新媒体平台上虽然能够吸引到足够的关注度，但都存在同样的问题用户粘性不够，主要原因是内容参差，聚焦引导不足，原创文章和内容都较少，内容相似度高，难以引起用户黏性。

2.2 新媒体平台服务反馈不足

目前高校共青团新媒体均存在服务反馈不足问题，私信回复和互动不够，难以实现共情融通，单一输出明显。高校新媒体平台粉丝均超过 1 万+，面对大量评论私信无法做到一一回应；通过也存在对评论私信不够重视情况，造成新媒体互动性不够，粉丝参与度不足，需进一步探索，加强新媒体平台服务反思。

2.3 新媒体平台建设融合不够

各高校共青团为推进网络思政工作，通过微信、微博、抖音、B 站等新媒体平台进行思政信息传播，但各高校新媒体平台建设参差不齐，侧重点各有不同，校院两级平台建设不均衡，学校整合力度不够，缺乏系统管理运营机制，导致团属新媒体平台联动力、系统性发力不够，育人合力发挥不够。

2.4 新媒体内容共情共鸣吸引力不够

在新媒体发展新趋势的影响下，共青团新媒体的内容要与青年大学生关注的海量信息激烈竞争，才能起到引领作用。当前共青团新媒体主要内容为党团时政、重大节庆纪念日、校园文化生活的网络文化产品，导致其传播的内容无法满足当前大学生多样化、个性化的需求；同时在传播方面还是以“说教式”为主，学生互动性、体验性不够，普通高校内容题材同质化，难以引起学生注意力，引发学生共情共鸣。

2.5 新媒体队伍专业化素养有待提升

高校共青团网络新媒体思政育人工作对团干部提出更高要求，既要掌握党的创新理论和思政教育工作素养，又能够轻松驾驭新媒体技术，新媒体队伍的专业化深刻影响着新媒体引领作用发挥，关系到育人实效。当前高校共青团负责思政育人的团干部多数具备思政教育业务能力，但对新媒体新技术、新趋势认识和掌握不足，需加强新媒体育人队伍专业化建设。

3 互联网传播新趋势下共青团网络新媒体发挥引领力的有效途径

3.1 优化平台定位，增强用户黏性

精准平台定位，是提升共青团新媒体引领力发挥的关键，当前部分高校共青团新媒体缺乏特征、同质化内容严重，导致青年学生不愿看、不爱看、不常看。共青团网络新媒体应结合校情、学生特点，通过调研画像，

深入分享受众群体的特点,为传播策略的制定提供依据。同时避免“说教式”传播,主动将平台定位为青年的“良师益友”,打破距离感,开展深层次互动,不断增强用户黏性。

3.2 构建全媒体传播体系,拓展传播渠道

在互联网传播新趋势背景下,传播形态和用户使用已发展巨变,传统的单一的新媒体传播已无法满足青年大学生的多样化网络需求,高校团属新媒体要紧跟主流媒体风向步伐,通过短视频、AI、直播等短平快的新型传播方式,积极整合各传播路径,实现全媒体传播,从而不断提升引领力。

3.3 加强内容建设,突出共情传播

高校团属新媒体内容建设,要紧紧围绕青年大学生特点和发展需求为青年提供技能学习、心理咨询、就业服务、法律援助、青春交友等喜闻乐见的品牌项目,主题紧扣青年大学生成长成才,更好地发挥新媒体的服务功能。同时更加注重内容品质与美感,增强吸引力,以迎合新媒体传播新趋势下青年大学生对于美的追求。

3.4 线上线下联动,提升服务反馈传播能力

近年来,公众对网上热点、场景、活动等不断延伸至线下, City walk、打卡等线下活动兴起,共青团新媒体应积极抓住此趋势,构建新媒体体验活动、实景体验、座谈研讨会议等线下活动,不断吸引青年大学生。同时积极加强新媒体平台互动,常态化听取青年群体的意见建议,建立健全服务反馈能力,实现良好互动。

3.5 提升队伍专业化建设,主动拥抱新媒体技术

要不断加强队伍专业化建设,加强对团干部新媒体运营能力培训,使其熟练掌握新媒体运营技能,主动思考和探索将思政工作融入新媒体,主动学习新媒体发展技术,从而最大限度实现思政内容的传播和引领。

3.6 建立风险应对机制,积极做好引导

在互联网传播环境下,共青团网络新媒体面临着风险和挑战。由于网络信息空间的虚拟性、流动性和参与性,利益表达者可以摆脱在“原子空间”中阻碍信息横向传播的各种现实情境的干扰,可以更大胆、更自由地传递信息、发表意见。因此,网络新媒体为信息传播提供了便利的同时也存在信息泛滥、谣言传播、不良

内容等问题。为了维护共青团网络新媒体的良好声誉,提高公信力,共青团网络新媒体需要建立完善的风险应对机制,采取积极有效的措施。首先,共青团网络新媒体应建立敏感信息监测系统,实时关注网络舆情和用户评论,及时发现不良信息和谣言传播。一旦发现负面信息,应迅速做出回应,澄清事实,提供真实的情况说明,避免负面信息扩散和误导受众。其次,共青团网络新媒体需要加强用户互动和沟通,积极回应用户质疑和批评。用户是新媒体的重要参与者,他们的意见和反馈对于共青团网络新媒体的改进和提升至关重要。对于用户的质疑和批评,共青团网络新媒体应及时回应、耐心解答,树立良好的形象。最后,共青团网络新媒体要充分利用正面宣传来增强公信力。通过发布真实、有价值的内容,展示共青团组织的工作成果和社会影响力,树立共青团在青年群体中的良好形象。

本研究的主要贡献在于:一是对互联网传播新趋势进行了深入探讨和分析,有助于更好地指导共青团网络新媒体的建设和发展;二是在调查和研究的过程中,总结出了许多共青团网络新媒体的建设经验和成功路径,这些宝贵的实践经验为共青团网络新媒体建设提供了参考和借鉴;三是提出了共青团网络新媒体建设的具体建议和未来发展的方向,如加强对青年用户实际需求的研究、拓展传播平台的形式和功能等。

参考文献

- [1]第54次《中国互联网络发展状况统计报告》发布[J]. 传媒论坛,2024.7(17):121.
 - [2]董旭冉.5G时代高校共青团网络舆论引导力提升研究[J]. 新闻研究导刊,2021,12(17):115-117.
 - [3]中青报特约评论员,深化共青团改革和建设凝聚团结奋斗青春力量[N]. 中国青年报,2022-11-11(01).
- 作者简介:李光鹏(1993年1月),男,汉族,甘肃武威,硕士研究生,新疆大学新闻与传播学院分团委书记、讲师,研究方向:思想政治教育
- 本文系:新疆大学2023年团建课题“互联网传播新趋势与共青团网络新媒体引领力研究”和新疆大学2022年校内培育项目“新疆红色抗战文化融入新疆高校思想政治教育机制研究”研究成果,课题编号22CPY101。