

主流媒体“微思政”的微博传播及其优化路径

祁叶达, 刘晓玲¹

(南阳科技职业学院 团委, 河南 邓州 474150)

[摘要] 基于“长尾理论”的“微思政”是在“互联网+”创新驱动下的思想政治教育传播新样态, 众多微传播的叠加可以取得主渠道般的“巨效果”。利用主流媒体的微博开展“微思政”传播, 是将思想政治教育落细落小落实的现实路径。在微博传播中, 主流媒体的“微思政”信息逐级呈现出个体传播、群体传播到大众传播的样态。要营造可管可控的晴朗微博空间, 需重视主流媒体“微思政”的建设, 促进“微思政”信息传播样态的扩大和深化。主流媒体“微思政”的深度传播还关涉诸多因素, 应着力于意见领袖、媒体融合、媒介素养、传播话语等多方面的优化管理和建设。

[关键词] 微思政; 主流媒体; 思想政治教育; 微博传播

[中图分类号] D647 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-0755(2023)05-0032-05

DOI:10.13967/j.cnki.nhxb.2023.0066

随着互联网、移动通讯和智能终端的高度融合发展, 以微博为代表的新媒体应运而生, 让获取信息变得更即时、更直观、更便捷和更广泛, 极大地迎合了快节奏生活下人们的信息需求。在信息消费“快餐化”、碎片化的背景下, 主流媒体如何充分运用新媒体做好新时代的思想教育工作, 成为重要的现实课题。作为一项特殊的信息传播活动, 思想政治教育与新媒体技术具有一定的契合性。习近平指出:“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。”^[1]他要求做到因事而化、因时而进、因势而新。该讲话深刻地揭示了新媒体时代思想政治教育工作的特点和规律, 成为做好新媒体思想政治教育工作的重要遵循。

一 主流媒体“微思政”的理论分析

(一) 主流媒体“微思政”的提出

本文所阐释的主流媒体“微思政”是在借鉴克里斯·安德森(Chris Anderson)的“长尾理论”基础上所构想的概念。网络的兴起颠覆了传统的“二八法则”“长尾理论”认为互联网改变了传统的商业营销模式, 一般出于效率和成本的考虑往往只能关注高价值的集群目标而忽视处于价值末端的多数零散

目标, 若用数量、种类二维坐标的正态分布曲线来表示其需求变化, 那么就会呈现出重“主体”而轻“长尾”的现象。然而, 在移动互联网时代, 网络平台超越了传统商业的时空限制, 大大降低了营销成本, 赋予了人们无限的选择空间, 使得面向尾部小群体的服务同样可以获得主流热点般的吸引力。“长尾”的奥秘就在于“如果把足够多的非热门产品组合到一起, 实际上就是可以形成一个可与热门市场相匹敌的大市场”^[2]。只要“长尾”足够长, 尾部的叠加就会产生长尾效应从而获得“巨效果”。

在新媒体平台上将“长尾理论”应用于主流媒体的思想政治教育工作中, 创新“微思政”的工作形式, 可能达到超出主流媒体在主渠道上的传播效果。我们可以把强势的、试图通过强大的权威控制、宣传和灌输的传统传播主渠道看作是长尾理论中的“主体”, 将面向松散个性化的网民受众提供信息活动的微渠道看成“长尾”。不同于现实的社会生活, 网民在虚拟生活中对主流媒体的关注大大不及对交互平台上草根化、个性化信息的兴趣。在新媒体时代, 受众的个性需求得以充分释放, 个性化、差异化、多样化交织在一起, 形成较为复杂的传播场域, 人们对于微观内容的关注在总量上大大超出宏观内容, 长尾理论逐渐显现其独特的价值。

[收稿日期] 2023-04-21

[基金项目] 四川网络文化研究中心项目“新媒体时代高校‘微思政’育人机制研究”资助(编号:WLWH18-3); 四川大学生思想政治教育研究中心课题“高校‘微思政’的育人功能及其提升路径研究”资助(编号:CSZ18070)

[作者简介] 祁叶达(1998—), 男, 河南邓州人, 南阳科技职业学院团委宣传部干事。

¹ 西南交通大学马克思主义学院副教授。

(二) 主流媒体“微思政”的内涵

目前学界对“微思政”的探讨还在持续深化过程中,关于何为“微思政”,学者们形成了不同的观点。不过,多数学者都将“微思政”作为隐性思想政治教育的一种形态展开论证。有学者认为“微思政”是在宏观主导下的一种“隐性教育”模式,具有微观渗透性^[3]。有学者着眼于高校官方社交平台的舆情应对,认为“微思政”,即在高校网络舆情高发态势下,及时回应大学生诉求和关切,维护学校发展稳定的官方社交平台以及符合这一特殊环境要求的思想政治教育新方法、新手段等^[4]。总体来看,学界对“微思政”内涵的理解达成一定共识,认为“微思政”主要是指通过运用移动终端在网络社交媒体上进行有计划、有组织、有目的的即时渗透式隐性思想政治教育。

在现代汉语中,“微”具有细小、精妙、隐匿等含义。将这一解释置于新媒体环境中,“微”主要指向形式上短小精悍,内容上“微言大义”,效果上“无微不至”,载体上“微小平台”。基于对已有研究成果的科学总结和新媒体时代的新变化和新要求,本文认为“微思政”是思想政治教育主体运用新媒体技术,通过多形式、多模态的高质量信息传播,简洁隐性地展开“全天候即时互动”的沟通活动。正如有的学者所说,“‘微思政’讲究的是不经意间渗透一种心灵的沟通、人文的关怀,一个积极的提醒,一种行为的示范”^[5]。思想政治教育内容于无形之中能够被受众自然而然地接受,在点滴之中使其认知和行为受到影响。

基于上述理解,主流媒体“微思政”就是主流媒体利用新媒体技术将思想政治教育信息的微传播化,是主流媒体在新媒体平台上传播思想政治教育信息的创新方式和途径。将“微思政”的特点与主流媒体的思想政治教育方式结合起来,主流媒体“微思政”应当坚持以受众为中心,透析社会热点、挖掘国事要闻、围绕人民生活,将思想政治教育意图巧妙融于客观叙事之中、融于喜闻乐见的传播形式之中,运用新媒体技术即时生产、回应和传递贴近受众的各种短信息,并在即时互动中自然而然地影响其思想认识的走向,从而高质有效地实现思想政治教育信息传播。在受众越发占据主体地位的新媒体语境下,“就传播的影响力而言,以往依靠某一个(类)媒介的强势覆盖而‘号令天下’的时代已经一去不复返了”^[6]。主流媒体“微思政”正是契合了新媒体时代传播方式的转型,将宣教内容隐藏在细小的话语、细微的信息之中,进行“无微不至”的引导。

二 主流媒体“微思政”的微博传播样态

随着信息传播的快速发展,微博作为重要的新媒介为主流媒体传播思想政治教育信息提供了融于细微、化于无形的传播载体,使其可以审时度势地实时发布“微思政”信息。“‘微思政’的全覆盖、即时性,在网络舆情爆发时,也将成为最及时有效的危机化解渠道。‘微思政’对时空界限的超越,在增强思政教育的时度效方面有着无可比拟的巨大优势。”^[7]为引领微博信息的健康走向,充分发挥“微思政”优势需要扩大其信息的传播力。主流媒体“微思政”可以充分利用微博传播特性,推动微博用户的转发层级,潜移默化地提升“微思政”信息在微博空间的传播样态。

首先,在个体传播层面,“微思政”信息呈现出自我单向检索型的传播样态。微博作为一种网络认识工具可以视为人体“器官”的社会性延伸。人内传播就是人体“器官”之间“生理——心理”的感知和认识过程。在微博信息系统中,以受众自身的思想发展需求为驱动力,微博用户、微博平台及其信息的相互作用,可以实现思想政治教育信息的人内传播。网民可以自主地选择媒体提供的“微思政”信息,以满足自我对信息的个性化需要。基于自身的思想发展需要,网民通过微博搜索引擎,可以发掘和筛选众多媒体提供的信息以供自我消化,进而完成从微博信息源向自身心理传播的过程。传统的信息获取方式已不能满足大数据时代发展的需求,微博的搜索引擎技术和海量信息源大大拓展了受众对思想政治教育信息获取的广度与深度。尤其是在主流媒体“微思政”引导舆情的网络实践中,网民可以针对性地检索到相关的纵向信息和横向信息,在实际生活中感受到思想政治教育的价值,获得生动的网络思想政治教育体验。

其次,在群体传播层面,“微思政”信息呈现出虚拟人际交互型的传播样态。微博是思想政治教育信息的新型传播渠道和载体。传统思想政治教育信息的人际传播是以传播者为主体的系统性、封闭性的教育活动,这种单向下行的“点对点”传播具有中心化和权威性的特点。利用微博平台的主流媒体“微思政”则与之有显著的区别,它是基于微博载体对广大网民公开地进行有意识、有计划、有组织的道德观念、思想意识和政治观点的立体化传递。具体地说,“微思政”是通过“人—机—人”的模式,以微博平台为载体,将思想政治教育目的以隐性方式寓于微博信息之中,进行人际虚拟互动型传播,突破了传统思想政治教育信息的人际传播模式,具有润物

细无声的教育引导作用。在微博舆情发生时,媒体即时性地发布“微思政”信息,网民可以即时获得信息并实时跟进互动,展开形式多样、超时空、去主体性和开放性的思想政治教育信息交流活动。如此,在经过一对多直到无限的裂变式传播后,在现实关系的虚拟群落和网络实践的自然聚落中发酵,就会形成强大的微博舆论氛围,使得网民极易产生群体极化现象,从而主动内化“微思政”的教育信息,进而发展到群体性的教育传播态势。

最后,在大众传播层面,“微思政”信息呈现出大众媒体复合型的传播样态。它以微博为思想政治教育信息的传播场域,通过多样的传播形态和媒介途径对网民进行教育信息的传递,呈现复合型的传播样态。一方面,新旧媒体的融合发展发挥了大众传播的综合优势。“微时代”背景下主流媒体正寻求“微”转型,积极融合到“微”渠道建设之中。利用媒体官方微博发布“微思政”信息,综合发挥主流媒体的权威性与新媒体的即时性优势,更加快捷有效地提高了应对舆情的治理能力。各大主流媒体身处舆情前沿而其作为微博用户又是在引导舆情发展过程中作用权重高、真实性强的关键微博。它们之间的彼此“关注”和相互作用,会产生“互动关注矩阵”的叠加效应,大大提高主流媒体“微思政”教育网民的实效性。另一方面,主流媒体“微思政”信息的与民互动性传播发挥着春风化雨般的功能。主流媒体突破原有的“自说自话”宣传方式,以网民喜闻乐见的形式引领舆情的方向性变化,成为一种即时在线与民互动、与民同乐的媒体复合型传播。

三 主流媒体“微思政”的微博传播必要性

新媒体的迅猛发展带动人们的生产生活、精神享受、社会交往等多方面的变化,已嵌入人们的生活世界,成为人们获取资讯、抒发情感、记录生活、信息交流的重要渠道。微博作为数亿网民聚集的新媒体平台,不仅成为民意汇聚的重要阵地,还是社会价值导向的宣传利器。要适应人们生活方式的变化和融入微博发展的大势,建好网上舆论阵地、提高网上舆论引导能力、推进思想宣传工作的与时俱进,必须重视主流媒体“微思政”的创新发展。

(一)主流媒体“微思政”是网络隐性思想政治教育的重要方式

微博作为新媒体的典型代表,提供了全新的传播模式和互动机制,微博信息的多样性和用户行为的高自由度,使得“人人都有麦克风”,人人都可以在线直接参与话题讨论。它打破了主流媒体的信息

垄断地位,变革了传统的信息传播模式,对党管媒体带来了风险和挑战。多用户参与、易形成舆情、传播速度快的微博传播特性,使其日益成为思想宣传工作的前沿阵地和重要“战场”。大数据时代,媒体格局、舆论生态、受众对象、传播技术都在发生深刻变化,要研究把握大数据时代思想政治教育的特点和规律,提高隐性思想政治教育的信息化、科学化水平。面对信息技术带来的机遇和挑战,思想政治工作者需要遵循网络传播规律,把握好网络舆论引导的时、效、度,善于利用“微思政”传播思想政治教育信息,弘扬主旋律、激发正能量,发挥思想政治教育的铸魂育人功能。

(二)主流媒体“微思政”是营造微博清朗空间的必要举措

微博作为互联网新兴媒体,已成为当下思想文化信息的集散地和社会舆论的放大器。其间充斥着各种各样的用户群体,微博使用主体有媒体官博、政务微博、企业微博、公益微博等集体用户,也有网络大V、文体明星、普通博主等个人用户。各方在“注意力经济”效应的驱动下,基于不同的利益立场致力于争夺微博话语权和网民注意力,助推了微博信息即时性、动态性和海量性的特征。加之微博传播方式自带的聚合裂变、可控性差等特性,导致“守门人机制”保障缺失、微博话题相互“响应”而形成波诡云谲的舆论场域,给网络思想政治教育带来巨大变量。面对新形势、新情况、新任务,我们需要充分发挥微博在舆情引导方面的优势,通过发布“微思政”信息来影响微博舆情。“微思政”的直接作用在于通过批判负面信息和弘扬正能量来调节网民情绪,引导网络空间健康清朗地发展。从“微思政”角度调控微博的信息运动,是促进微博系统平衡、治理网络舆情的必要举措。

(三)主流媒体“微思政”是思想政治工作信息化的必然结果

“微思政”的兴起及应用有助于打破传统教育方式,受众的主体地位和隐性教育方式得到空前重视,双向互动、开放多元的教育观念盛行,引发了思想政治教育的全方位变革。民众不是被动的接受者,而是平等的参与者,更容易接受引导。信息化是现代化的基础,只有抓住信息时代发展带来的机遇,以互联网思维克服传统思想政治教育的不足,创新“互联网+思想政治教育”的新形态,运用新媒体的传播功能和技术手段,才能实现思想政治教育工作的现代化。“微时代”的思想政治工作,要创新

思想政治教育舆论传播策略,以“微思政”的话语形式走近受众,在潜移默化中以正确的舆论影响建构人心。习近平强调:“关键是要提高质量和水平,把握好时、度、效,增强吸引力和感染力,让群众爱听爱看、产生共鸣,充分发挥正面宣传鼓舞人、激励人的作用。”^[8]主流媒体将主观意图巧妙融于客观叙事之中,把观点隐藏在形象生动的声音和画面当中,针对受众需求发布“微思政”信息,是进行隐性思想政治教育和“看不见的宣传”的必然结果。

四 优化主流媒体“微思政”的微博传播路径

微博是网络思想政治教育工作的重要平台,占领微博舆论高地需要主流媒体的即时发声。但主流媒体的现实影响力并不必然“辐射”到网络空间,需娴熟的运营微博来集聚网络影响力,通过“微思政”信息柔性地影响舆情,并助其传播样态的升级以实现教育信息的深入传播,达到“润物细无声”的宣传效果。目前,主流媒体开展“微思政”还面临诸多现实困境,需要加强“微思政”及相关因素的管理和建设。

(一)规范网络意见领袖的微博言论,促进微博舆情健康发展

微博在赋予民众平等话语表达权的同时也加剧了话语权的集中。微博在技术上的“加V”认证确认了微博用户中的“精英”身份,使其能够凭借现实社会影响力和社会资本迅速吸引大量粉丝关注和转发,而平民的粉丝大多受限于自身窄化的社会关系和微弱的社会影响力,不易获得陌生粉丝的主动关注。在“马太效应”的作用下微博话语权容易出现集约化、等级化,从而产生出网络意见领袖。微博的“橙V”“蓝V”认证就是意见领袖直观的特殊身份标识。意见领袖是热门微博最主要的发布主体,对网络舆情的走向具有强大的控制力。从信息传播的关键节点出发,规范意见领袖的微博言论,使其成为一股建设性力量,利用其网络影响力引导网民观点取向,可以促进微博舆情的健康发展。首先,要正确认识、培养和引导意见领袖,发挥其引导网络舆论的积极作用。应积极倡导思政工作者、专家学者、资深媒体人和道德模范等群体在微博积极发声、主动亮剑,以深厚的理论素养和个人魅力发扬社会主义先进文化,引领网络环境的健康向上发展。其次,通过完善预警和监测机制,合理规范意见领袖的言论。通常负面信息在微博环境中更易获得关注,处于意见领袖高位的人需有态度地参与微博发声,不应为

追求传播效果而盲目表达。最后,要平衡言论自由与网络秩序之间的矛盾,建立健全互联网空间的法律法规,不让网络空间成为“法外之地”,在构建良好秩序的基础上滋养网络空间、修复网络生态。

(二)推动线上线下媒体融合发展,提高“微思政”信息的有效传播

“传播媒介作为维护意识形态的工具,总是通过提供丰富的信息,以及对这些信息发布的先后顺序的操控,从而使大众社会意识达到或符合政党组织所预设的目标和要求。”^[9]因而,主流媒体作为特殊的微博用户,肩负着一定的政治责任和社会责任。《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》将媒体融合发展上升为传播社会主义核心价值观、扩大宣传文化阵地的国家战略部署。“微思政”正是在媒体融合发展过程中,开辟出的思想政治教育的新渠道、新形式。面对微博舆情,主流媒体具有信息传播的权威性和公信力优势,应遵循和运用微博的传播规律,以权威的“微思政”信息因势利导地控制舆情,积极为网民提供滋养人心的信息。当然,“微思政”信息的有效传播不是简单地将线下信息搬上网络,融合发展必须坚持内容为王,以内容优势赢得发展优势。“方式途径创新是新时期思想政治工作创新的重要组成部分,是加强和改进思想政治工作的有效保证”^[10]。各主流媒体应以“互联网+”思维谋划“微思政”内容的深度传播,实现网上与网下、虚拟与现实的优势互补。

(三)开展微活动营造微文化,提升公众新媒体素养

在移动互联的自媒体时代,传播媒介已经深度介入社会生活,人人都可以成为新闻记者,人人都可能成为信息源。个体不只是“我传你受”的单纯受众,还扮演着信息的生产者、发布者、消费者等多重角色。这“从根本上改变了人们的生活方式、思维方式,人们很难做到真正自发的、不受媒体文化影响和媒介描述方式干预来观察和认识世界”^[11]。在信息爆炸式增长的大数据时代,各种思潮充斥在媒介之中,人们信息传播的专业素养和责任意识却有待提高。要增强主流媒体“微思政”的传播效果,就必须提升人们的媒介素养,增强对多元信息收集、辨识和传播的能力,勇担批判一切错误思潮和消弥有害信息的信息责任,从而共同站稳、守牢网络阵地。主流媒体要真正把思想教育引导与媒介先进技术运用完美地结合起来,提供媒介素养方面的知识,逐步提高人们对信息的辨别能力。

(四)创新“微传播”话语表达方式,转变主流媒体的微博传播话语

微博的信息表达有“软”“硬”之分,“软”风格的微博带有趣味性和多细节的情感表达,而“硬”风格的微博题材严肃,侧重思想和知识的传导。微博的信息传播偏向选择由多种符号形式自由拼接的个性化叙事,表现为碎片化的意见表达和转发评论。这种“软、新、活”的“微传播”风格,打破了主流媒体完整的宏大叙事方式和预先设定、单向传播的传播方式。传统“硬”风格的新闻性传播不适合于微博的内容传播,需要转变方式,以更加“柔性”“细腻”的方式融入微博语境之中。因而,在微博平台上主流媒体应转变传统新闻传播的叙事方式,采取更贴近生活、贴近受众、贴近现实的表达以适应“微传播”的话语风格,促进主流媒体“微思政”话语的转变。可以少用“独白体式”的权威话语,多使用“对话体式”的生活话语,以带有评论性质的舆论引导和意见的表达为主,强化在对话中夺得舆论引导权。尽管主流媒体在微博平台发布的“微思政”信息可能引发网民的集体围观、集体抒发、集体协商等网络行为,但是,在此基础上产生的情感共鸣、激发的集体认同对于提高宣传思想工作的实效性大有裨益。

[参考文献]

- [1] 习近平.把思想政治工作贯穿教育教学全过程 开创我国高等教育事业发展新局面[N].人民日报,2016-12-09(1).
- [2] 克里斯·安德森.长尾理论[M].乔江涛,石晓燕,译.北京:中信出版社,2009:10.
- [3] 季海菊.新媒体时代高校思想政治教育的解构与重塑[M].南京:东南大学出版社,2014:277.
- [4] 孙伟.浅析高校网络舆情视域下网络思想政治教育创新[J].思想理论教育导刊,2015(1):107-109.
- [5] 张文礼,樊致珺.“微思政”:新媒体时代高校思政教育的新形式[N].中国社会科学报,2018-03-12(8).
- [6] 喻国明.中国传媒产业面临的三种转型[J].山西大学学报(哲学社会科学版),2007(3):118-124.
- [7] 郑运旺.“互联网+”背景下的高校“微思政”模式[J].红旗文稿,2017(3):33-34.
- [8] 习近平.习近平著作选读:第1卷[M].北京:人民出版社,2023:149.
- [9] 张北坪,崔靖坤.传播媒介对思想政治教育的价值分析[J].教学与研究,2015(12):13-17.
- [10] 冯刚.改革开放以来高校思想政治教育发展史[M].北京:人民出版社,2018:18.
- [11] 蒋原伦.媒介文化与消费时代[M].北京:中央编译出版社,2004:98.

On the Spread and Optimization of “Micro Ideology and Politics Education” of the Mainstream Media on Microblog

QI Yeda, LIU Xiaoling

(Nanyang Vocational College of Science and Technology, Dengzhou 474150, China)

Abstract: The “Micro Ideology and Politics Education” based on the “Long Tail Effect” is a new mode to explore the Ideology and Politics Education under the context of innovation-driven development of “Internet Plus”, and the superposition of numerous microblogging approaches can achieve a “great effect” like the mainstream media. “Micro Ideology and Politics Education” using the mainstream media is a realistic way to implement the Ideology and Politics Education concretely. Through microblogging, the information of “Micro Ideology and Politics Education” gradually enters the flow of intrapersonal communication, group communication and mass communication. For this end, it is imperative to create a controllable and clear Microblog space, attach importance to the necessity of “Micro Ideology and Politics Education”, actively promote the microblogging of “Ideology and Politics Education” information, and promote the expansion and upgrading of the information spreading mode for “Micro Ideology and Politics Education”. The in-depth spread of “Micro Ideology and Politics Education” also involves multiple factors, but more attention should be attached to the optimal management and construction of opinion leadership, media convergence, media literacy, and communication discourse.

Key words: micro ideology and politics education; mainstream media; ideology and politics education; microblog spread

(本文编辑:刘衍永)