

新媒体视阈下高职院校网络舆情应对的现实困境与治理路径

——以郑州财税金融职业学院为例

赵书晨

(郑州财税金融职业学院, 河南 郑州 450000)

【摘要】在国内新媒体技术的高速发展之下,网络舆情传播也呈现出新的特征。增加高职院校网络舆情风险抵御能力,不仅是学校宣传工作所需,也是学校全面、长远发展的根本。高职院校应当在新媒体视阈下,通过培养专兼结合、师生参与的骨干型宣传队伍,完善高职院校网络舆情传递与反馈机制,加强学生网络媒介素养教育,净化高校网络舆情管理等方式,营造风清气正的校园网络环境,提高高职院校的影响力。

【关键词】新媒体;高职院校;网络舆情;治理路径

随着我国经济社会发展进入新时代,人们之间的交流变得更加方便,信息的传播也变得更加迅速。对高职院校的教师和学生来说,可以通过微信、QQ、抖音等新媒体平台,在任何时间、任何地点,接受各种各样的信息并表达自己的意见。然而,由于互联网的开放性,新媒体平台上充斥着形形色色的信息,有些不良信息不可避免地会给大学生们的成长带来不利的后果,因此,必须要加强对网络舆情的管理,从意识形态上进行正确的引导。本课题基于新媒体视阈下,对高职院校网络舆情应对的现实困境进行了剖析和研究,并提出了相应的对策建议。

一、高职院校网络舆情的传播特征

(一)传播主体呈现多元性

对于高职院校,网络舆情的主要传播对象通常是指参与舆情传播的在校年轻大学生。他们是一群以00后为主体的“互联网原住民”,他们有着鲜明的个性,他们习惯于通过微博、微信、短视频等方式来表达自己的心声和思想,寻找一种自我表现的满足感。但同时,我们也应该清楚地认识到高职院校的生源的特殊性。职业学校的学生类型复杂,结构多样,他们处在一个价值观和人生观逐步形成的重要阶段,因为受到年龄和社会阅历的限制,再加上学习主动性不强,学习能力较弱,他们的自我认同、理性认知和判断能力都不强,在生活中经常会将遇到的挫折和困惑转变成一些消极的情感和信息,并通过微信、百度等网络渠道发泄出来,很容易被别有用心的人所操纵和利用,这就导致高职院校的网络舆情呈现出了较普通本科高校更加复杂的

特点。

(二)传播载体呈现复杂性

根据第53次《中国互联网络发展状况统计报告》的相关数据显示,截至2023年12月,我国网民规模达10.2亿人,其中手机网民规模达10.91亿人,网民中使用手机上网的比例为99.9%。入网门槛进一步降低,网民人数进一步增加,网络成为公众情绪表达的首选和主要渠道,人们通过手机就可以在网络上匿名发表言论和传播观点。高校的舆情一经网络传播,就会以极快的速度被各种新媒体平台转发、传播。同时,高校网络舆情内容涵盖范围非常广泛,以笔者所在的郑州某高职院校为例,通过百度贴吧、微博超话、微信公众号私信、院长信箱等方式征求到的学生意见表明,真正涉及学生的生活和利益的议题,如住宿条件、宿舍的空调、供水、电和网络成本、学校超市商品价格、食堂费用上涨以及奖助学金的评定流程等方面,更容易使学生产生共鸣并通过网络进行传播。由于高职院校在网络舆情管理方面通常缺乏对突发事件的危机意识和“前瞻性”,无法进行及时而准确的引导和有效管理,这无疑增加了学校网络舆情面临的风险,使得情况变得更加紧迫和复杂。

(三)传播速度呈现裂变级增长

随着抖音、微博、快手等平台的快速发展,每个学生都可以是一个可以传播信息的自媒体。高职院校的网络舆情的扩散速度之所以如此迅速,原因之一是因为学生在学校中的交际范围较为固定,日常生活与学习轨迹相对较为重复,所关注的日常话题也基本相同,这些与个人利益紧密相关的热议议

题更易触发学生群体之间的讨论和关注,使得有关的问题传播的速度因此更迅速;其次,由于网络平台和电子终端设备具有高度的便捷性和移动性,这为网络舆情的有效传播创造了有利条件。在新媒体平台上,高职院校的师生可以随时随地分享他们对网络热点话题事件的观点和意见。这些由师生发布和转发的内容已经成为网络舆情的一个重要组成部分,进一步加快了网络舆情的发展速度。网络舆情从初始阶段到真正的爆发通常只需几天或几小时的时间。任何涉及高校的网络舆情爆发,都可能通过网络传播到教育相关领域和关心教育的人群中,从而引发高校的公关危机事件。

二、新媒体视阈下高职院校网络舆情存在的问题

(一) 缺乏危机意识,专业力量不到位

相对于普通本科高校,高职院校在处理网络舆情的方式上,普遍面临着组织结构不合理、人力资源不均以及技术支持不够或完全缺失的难题。当前,大部分高职院校的舆情管理部门都由党委宣传部的工作人员兼任。由于这些工作人员在专业知识和技能上存在不足,因此他们很难应对复杂多变的网络舆情挑战。在面对突如其来的紧急网络舆情事件时,舆情管理部门的工作人员往往无法做到准确和及时的处理,从而错过了最合适的处理时机。这些工作人员往往对处于“萌芽”阶段的舆情抱有侥幸心理,缺乏主动探究舆情产生原因、演变过程的工作心理,忽视或轻视网络舆情初期的管控及应对处置,可能导致网络舆情研判出现不良或负面的情况,如发现延迟、判断不准确、方向不明确、处理困难等,从而错失了最佳的处理时机,从而将普通的网络舆情升级为重大的网络舆情事件。

(二) 缺乏有效的协同机制

在高职院校中,网络舆情的管理和引导并不是一项“单打独斗”的工作。由于网络舆情的复杂性和隐匿性,不仅需要舆情管理部门的积极参与,还需要其他相关业务部门的共同努力。但在突发舆情面前,其他业务部门作为网络舆情主要应对主体,不能通过科学有效的处置方式化解舆情危机,而是更多依赖于舆情管理部门,期望通过传统的封锁信息、暂不回应等消极的处理策略来控制舆论的扩散。这种解决问题的方法不但未能达到预期效果,甚至会导致情况恶化。高职院校的舆情管理与业务相关部门之间的合作效果相对较弱,这已经成为校园网络舆情管理的主要障碍。

(三) 舆情应对机制不完善

新媒体的广泛传播为高职院校的舆情管理机制带来了巨大的考验,当前,大多数高等职业学院在网络舆情的监管方面都面临着一些问题。一是大多数学校的舆情监测技术主要被运用在校园论坛、微信、微博的客户端中,而百度贴吧、抖音的监测技术则存在较大困难。往往是当学生“@”提示学校官方账号后,相关热点话题才被校方发现,这使得学校官方不能在第一时间引导网络舆情的发展,无法及时回应社会公众所关心的问题。再者,当舆情被识别出来后,逐步上报的流程并没有跟上其在网络上的传播速度,导致错过舆情处置的合适时机。

三、新媒体视阈下高职院校网络舆情的治理路径

(一) 培养专兼结合、师生参与的骨干型宣传队伍

面对网络环境的复杂情况,打造一支专兼结合、师生参与的宣传队伍成为高职院校应对网络舆情的必要举措。首先,高职院校应通过学生处、组织人事处等相关部门,培育一批政治立场坚定、问题分析深刻、对网络媒体应用技术有深入了解的教师和学生骨干,成为学校宣传队伍的中坚力量。同时,可新增招聘新闻专业、新媒体专业等毕业生从事校园新闻宣传工作,努力将校园媒体的质量向更高水平发展;二是健全教职工宣传队伍。目前众多高职院校中,专业的宣传人员承担着多重职责,他们不只是负责报纸、微信、微博等平台的内容编辑,还需要处理学校内外的宣传工作和一些行政任务。因此,学校很多宣传任务经常需要依赖于兼职的教职工宣传员(通讯员)队伍来完成。由于他们“兼职”的身份,这支队伍的宣传能力很难得到充分的发挥。因此,必须健全完善宣传员(通讯员)团队,加大奖励政策的落实力度,将宣传工作的量化积分纳入年终部门考评以及职称评审标准之中,提高学校教职工对宣传工作的重视程度,为宣传工作助力;同时,增加对宣传队伍的专业培训机会,积极对接先进理念和技术,使学院宣传队伍日趋专业化,保证宣传目的和宣传效果。

在学生宣传队伍建设方面,学校宣传主管部门要通过严把用人关、加大奖励机制、增加专业课程等方式,激发学生对宣传工作的热情与活力,以专业、正规的宣传团队为目标,不断提高自身能力与水平。首先要将文字功底扎实、熟练掌握电脑操作作为人员招聘的基本条件,同时可将掌握摄影

摄像、新媒体编辑能力等作为加分选项，严格落实招聘条件。可以把学生宣传团队纳入校级学生会、社团等学生组织管理范畴，通过积分制将工作量化，根据个人工作量与积分情况，授予“校媒之星”“校园十佳记者”等荣誉称号，并将此荣誉纳入奖学金评选标准中，激发学生工作热情。

（二）完善高职院校网络舆情传递与反馈机制

在高职院校中，网络舆情的管理是一个有着完整流程和多个部门的紧密合作的工作。首先，要构建学校网络舆情的监测、预警和判断机制，并结合大数据的监测与人工监控相结合的方法，全面了解舆情发展过程。舆情主管部门通过技术手段进行实时的监测与评估，对有发酵风险的舆情进行筛选并对涉及部门提前预警；学生工作部门和二级院（系）应积极发挥网络评论员的作用，持续深入到学生使用频次较高的新媒体平台上，特别关注与师生利益密切、敏感的关键议题，发现问题及时上报。

二要做好舆情处置后的反馈工作和学校名誉的维护工作。通过问卷调查，有12.86%的学生认为网络舆情对认识校园或社会的帮助非常大，有68.57%的学生认为受到的影响一般，由此可以看出舆情处置后的善后工作同样重要。高职院校在处置突发网络舆情事件之后，要及时总结经验，减少次生舆情出现的可能性。学校可以通过官方平台及时回应社会公众所关心的问题，解答疑问，化解矛盾，将网络舆情对学校的影响降到最低，维护和建立学校良好的公众形象，巧妙地把网络舆情的危机转变为品牌建设的机会。

（三）加强学生网络媒介素养教育

通过笔者进行的问卷调查，可以发现20%的学生认为参与各种各样网络舆情的讨论能帮助自身塑造价值观，有12.86%的学生认为自己容易受网络舆情影响，由此可知目前学生网络素养水平并不高，对网络信息的甄别能力有所欠缺，很容易相信网络中的不实言论，甚至参与其中。因此，对于提升学生的网络素养、培育他们辩证看待网络信息的能力显得尤为重要。

对于高职院校来说，学校在加强网络舆情管理机制建设时，也同时需加强对师生的媒介素养教育的重视和关注，提升其媒介应用能力，使大学生在了解网络法律法规的同时加强自我约束。一方面，可以通过主题宣传活动普及网络法律知识，例如网络安全周、电信诈骗宣传日等，加大引导教师和学生树立正确的网络观念，理性上网，合理发言；从

另一个方面来看，学校也可以通过提供与网络媒介素养有关的选修课程或在线课程，以多种方式全方位地提高学生网络媒介素养。学生工作部门可以深入学生之中，积极回应学生所关注的问题，解答学生疑问，可以有效降低网络舆情的发生。

（四）净化高校网络舆情管理，营造风清气正的校园网络环境

在新媒体的时代下，网络并不是一个法外之地，高校网络舆情的管理依赖于一个绿色、健康的校园网络环境。首先，青年师生要增强法律意识，提高对网络舆情的分析研判能力，增加对不良信息的鉴别能力。再者，要建立重点关注人群名单，一旦发出预警，必须给予高度的关注，尽早介入，将网络舆情消灭在萌芽阶段。最后，高职院校需要与公安、网络通信等相关部门合作，对于频繁发布虚假校园言论、故意编造或传播谣言，从而损害学校社会声誉的自媒体账号，必须按照法律法规进行严肃处理。

四、结语

综上所述，在新媒体时代下，网络舆情管理作为高职院校日常管理中的重要组成部分，对高职院校的宣传工作开展产生了深远影响。因此，高职院校要借助培养专兼结合、师生参与的骨干型宣传队伍、完善高职院校网络舆情传递与反馈机制、加强学生网络媒介素养教育、净化高校网络舆情管理环境等策略的实施，提高网络舆情管理水平，帮助校园打造健康绿色的网络文化环境，为大学生发展创造良好环境氛围。

参考文献：

- [1]郑茜，吴花珍，赵茜，等.全媒体时代高职院校网络舆情管理与引导的长效机制分析[J].科教文汇，2023，（06）：19-23.
- [2]秦蓁.新媒体时代下高校大学生网络舆情特征及管理机制研究[J].数据，2023，（01）：209-210.
- [3]汤双平.新媒体视域下高校宣传队伍的建设路径思考[J].新闻研究导刊，2021，12（08）：87-88.

基金项目：郑州财税金融职业学院2024年度校级课题 ZCY202402。

作者简介：

赵书晨（1994—），女，回族，河南郑州人，硕士，研究方向：广播电视编导。