

新传播语境下的“90后”大学生思政教育

樊 曜

摘 要: 社会转型期传播多元化使“90后”成长处于一个复杂的背景之中,传播生态衍变伴生了“90后”性格形成,也造就了这个群体独特的社会行为模式。当主流信仰遭遇非主流时,大学思政教育面临前所未有的难题。要深入了解新传播语境下“90后”大学生成长环境,提高思政教育的针对性和有效性,了解、走入、平等、引导成为“90后”思政教育的密钥。

关键词: 新传播语境;“90后”;思政教育

作者简介: 樊 曜,男,记者,助理研究员,硕士。(金华职业技术学院,浙江 金华,321007)

中图分类号: G641 **文献标志码:** A **文章编号:** 1008-6552(2013)03-0122-04

“90后”群体是在被各种信息包围中成长的一代,这个群体重要的特征是思维活跃、思想自由。2008年后这个群体成为大学校园的主体,2012年夏天,“有一个群体开始从‘虚拟社会’步入现实了,职场将因为他们的到来而掀起一股全新的风潮,他们就是‘90后’”^[1]。由于“90后”成长处于中国改革开放成效期、矛盾凸显期,同时这一阶段又是信息技术的突飞猛进、传播手段颠覆性革命的时期,导致这个群体对各种信息更加敏感,又倍感焦虑。

一、新传播语境与“90后”成长

新传播语境相对于传统传播语境而言,是以新媒体为引领的传播手段变革所引起的传播理念、途径、影响力的变化,这种变化导致传播生态由单一向多元发展,传统媒体话语权逐渐消减,尤其以微博客为代表的自媒体的兴起和壮大,加剧了这种态势。新传播语境变化是一个连锁反应,由此而来的文化语境、社会语境、教育语境等的变化更加剧烈。当下以“碎片化”为特征的各种信息,时不时引起“主题性”的文化冲突、观念冲突、阶层冲突,各类公共事件层出不穷。

2003年,联合国社会发展委员会把各国优先应对问题的范围拓展到全球化、信息和通信技术、艾滋病、代际关系等5个方面。进入新世纪以来,传播领域因新媒体的快速发展,无论传播手段还是传播方式都发生了极大的变化,信息技术以日新月异的速度在影响着人们的生活,传播与受众的双向关系实现了多向互动。信息流包围着“90后”的成长,这一群体从进入大学的第一天起,手机、电脑等数码产品与衣食住行一样成为他们生活的一部分,形影不离,而这些数码依附体也成了这一群体与社会联系的主要介码。

2012年12月,来自中国信息产业部的数据表明,中国手机用户达到了11.04亿户,手机作为新媒体的形态之一,已成为“90后”群体最主要的信息获取和交流平台,由于3G、4G技术的应用,互联网特征手机化明显,且“90后”数码四大件逐渐走向一体化。有专家指出,互联网已经逐渐退出新媒体队伍,已走向传统媒体的阵营,新媒体队伍由于技术更新加快,也呈现交替之势。“90后”成为信息技术创新的最早实验者,而社会学和传播学对其研究速度明显滞后于信息技术的更新。

新媒体时代,受众很难鉴别自己专业领域以外的知识。随着社会分工的精细化,“90后”则普遍借助网络鉴别知识的正误,网络的一对多或多对多形态,对平台的可靠性和诚实度提出了更高的要求 and 质疑,人们的交流互动大多在道德约束的层面,由于交流对象的不确定性和模糊性,进一步加深了每

一个人对权威的怀疑度，专家即“砖家”，“90后”就在这个信息场中成长。

二、新传播语境特征与“90后”性格形成

新传播语境是以信息技术创新为依托的传播形式改变，是当前整个传播生态的总和，主要呈现以下特征：一是传播形式多元加剧话语权争夺，传统媒体依然是社会主流价值的倡导者，但是为了适应技术的变革，放大传播效果，在传播方式上紧随新媒体变化，甚至加入新媒体阵营。而新媒体以其信息的海量化、碎片化、互动化、共享化特质吸引受众很快融入其传播阵营，受众从被动到自发，影响力巨大；二是受众类型化特征明显，媒体的发展大致经历了精英媒体、大众媒体和个人媒体三个阶段，这三个阶段也是受众群体逐渐分化的过程。与此同时，媒体类型也在发生变化，大众媒体相对于自媒体而言也是大众化到小众化的过程，“草根”媒体的兴起加速了微众化、类型化的过程，“90后”也是类型化特征明显的群体之一；三是信息选择的经济模式发生变化，从传统传播模式的有距离传播发展到现在传播与受众瞬间之间转换的无缝隙，使得受众处于中心位置；四是传播的无界性导致社会管束和约定规范无序，法制和道德层面的约束跟不上技术更新，面对谣言、诽谤、甚至不安全的信息，极易引起社会的动荡。学者张再兴指出：“人往往在网络世界中迷失自己的主体性，往往丧失自己应有的价值目标和理想追求，从而被虚拟这种手段同化为网络世界的一部分”^[2]。

美国未来学家唐·太普斯科特将年轻的一代称为“比特里泡大的网络世代”（简称N世代），他认为：“N世代成年了，在数字化里的成长经历深深影响了这些年轻人的思维方式，甚至改变了他们的大脑的构造……他们重塑了职场、市场、政治、教育、家庭基本结构和其他各种现代生活中的制度习俗”^[3]。传播是人类自身本能的行为，受外界信息刺激后的一种自然反应，由于传播主体的变化，“70后”乃至“80后”仍然隶属说服性和被动传播语场，而“90后”传播语境发生极大变化，信息交互中，主流与非主流泾渭不明，彼此消长，可以肯定地说这是社会的进步。

任何形式的传播，都带有强烈的目的性，都是有计划的传播，“90后”在新传播语境下，成为传播者首选群体。人民网舆情监测室在《2012年中国互联网舆情分析报告》中认为：“网络民意表达进入移动互联网时代，‘90后’青年登上互联网和社会舞台，”^[4]。与此同时，中国网民数量增长速度惊人，2012年6月底达到5.38亿人，其中手机微博用户数量目前已经超过1.7亿人，而“90后”所占比例远远高于其他群体。任何一个社会的变革，年轻人永远站在时代的潮头，而“90后”几乎是和互联网同龄的一代人，所以，这个群体性格形成的时代性标签更加明显。

三、传播生态衍变与“90后”社会行为的模式

“传播生态首先是一种视角，一种从生命有机体的假设出发的对媒介、信息及传播活动过程与关系的关照”^[5]。传播生态的主要特征随着技术的发展也在不断变化，各特征也不断衍生出新的个性，在此环境中，“90后”成长过程出现了很多不确定因素，其社会行为模式也不同于其他代际，模式内涵更加复杂，综合起来分析，“90后”社会行为模式有以下主要特点：一是个性更加自由，利益诉求多样。由于传播域场的无界性，“90后”在这一丛林中生长出旺盛的自由个性，利益表达更加趋于平等化和自我化，公民意识增强，同时，由于中国计划生育政策的宏观影响，“90后”比“80后”更加缺乏同辈间的相互关爱，虚拟交往能力大大超过人际交往能力，内心脆弱、挫折感强烈；二是文化传承少，观念西化倾向明显。由于信息技术本身文化的快速复制和反叛性，明显削弱传统文化的传承功能，“我思故我在”成了“我用故我在”，思考和辨别能力降低，教育体制中单一学生评价方式伴随着整个教育过程，单选或多选成了这个群体的学习基本技能，方言等文化标签在这一群体中逐渐消失，功利化、标准化的教育手段和方法，很难深悟中国传统文化的心灵鸡汤。在新媒体信息场中，技术领先的西方占

据主导位置,尤其以美国等经济发达体为主体,在技术输出和应用中,文化渗透目的明显,“90后”文化内质复杂,传统与流行冲突不断;三是生活休闲化。在优质的物质条件下,中国市场经济体制的推行,人性和物质诉求更加明显,享受生活、休闲生活成为大众价值观的重要组成部分,物质和利益获取方式不再是艰苦奋斗的语境,“富二代”、“官二代”、“星二代”标签效应明显,不时刺激整个社会的神经,这对所有“90后”成长的影响深远;四是信仰功利化、多元化特征明显。“高等教育的普及必然造成其在劳动力市场上的贬值,这是整个世界都要面对的‘灾难’”^[6]。由于生活节奏不断加快、生活成本上升、就业困境等多重压力,“90后”政治诉求中信仰功利化现象明显,政治利益诉求表达途径多样,同时这个群体的宗教信仰人数有上升趋势。美国著名学者麦金泰尔指出:“从传统意义上,德行已经发生了质的变化,并从以往的社会生活中所占的中心位置退居到生活边缘。因此,在当代道德变化中,便没有绝对的合理权威,从而导致道德危机”^[7]。

四、新传播语境下的大学生思政教育路径。

大学教育是个体全部教育的其中一段,从生理属性和社会属性看,每个个体在这个阶段人生观和价值观基本形成,只有从新传播语境分析、研判其群体属性,才能达到教育的事半功倍。传播学者麦克卢汉说:“新技术对于人的注意力来说犹如催眠曲,新技术的形态关闭了判断和感知的大门”^[8]。新传播语境下人的再思考能力面临退化,海量、碎片化信息抑制了教育的深入和思考的深化,因此,对“90后”大学生进行思政教育的难度巨大,现提出以下对策就教于同行专家。

(一) 文化层面:多元传播场域中要更加突出主流价值观、增强针对性

思政教育是高校学生工作的重要内容,“90后”思政教育既要创新教育方法^[1],又要有针对性。教育工作者要认真分析“90后”成长背景和性格形成规律,设计好载体,把“90后”吸引到教育氛围中来。要加强社会主流价值和传统文化教育,使其在新语境中学会基本判断,对各种纷杂信息学会有效筛选;要大力增强中国传统文化传承教育,通过诵读经典等学生喜闻乐见的方式,植入传统文化、主流价值观,并制造和传播学生喜爱的文化产品,增强大学生的文化自觉、文化自信。在校园文化建设中应注重与传统对话,同时适应新传播语境,能与现代接轨,教育内容具备精品化、个性化、网络化特征,如此方能吸引“90后”挑剔的目光。

(二) 教育层面:大力提升教育者媒介素养

高校学生工作需要一支专业化、专职化、专家化队伍,这支队伍直接影响大学生思政教育的水平和质量。在新传播语境下,教育者的媒介素养对教育效果起着至关重要的作用。当前高校辅导员队伍普遍年轻化,这为思政教育走进“90后”提供了有利条件,同时又对这支队伍的素质提升提出了更高的要求。教育工作者要实现信息技术与“90后”的同步发展,占领这一最有效的平台,及时补充更新知识,掌握新传播语境的特点,确保交流平台的有序、畅通。

(三) 课程层面:思政课堂是核心价值体系普及的主阵地

在当前社会转型、传播生态衍变剧烈的大背景下,核心价值体系的主要传播阵地在思政课堂。“90后”文化背景的多元化,尤其当前十分复杂的舆情生态,使社会核心价值体系的普及面临难题,思政教育效果大打折扣。要进一步加快思政教育理论课的改革步伐,与时俱进,构建符合“90后”思政教育规律、特点的课程体系,更加注重平等和尊重语境,树立学生主体地位,维护其合法权益,得到学生认同,充分适应新媒体时代语境变化形势,注重教育过程的效果评估,精心设计教学单元,避免单一说教,用生动、鲜活的案例和灵活的方法建设适应新形势的思政课堂。

(四) 应用层面:善用新媒体,掌握话语权

“传播力决定影响力,话语权决定主动权,透明度决定公信力”^[9]。在意识形态领域,话语权的争

夺，其实质就是对青年一代的争夺，新媒体只是传播手段的变化，这就要求高校大学生思政教育要主动出击，充分利用“90后”熟悉的新媒体的特点，认真做好舆情研判，积极做好分析、化解、引导工作。一方面，要强化主流媒体进校园、进课堂、进公寓机制建设，占领宣传舆论高地；另一方面要通过新媒体平台，针对大学生“群特征（QQ群、微信群等）”，强化树立全员育人观念，让每一个教育工作者利用新媒体积极走到大学生中间，实现师生的良好互动，实现育人无痕、教育有效。

参考文献：

- [1]舒晶晶. 首批90后走入社会“啃老”“创业”就业观不同[EBOL]. 中国广播网,2012-06-25.
- [2]张再兴等. 网络思想政治研究[M]. 北京:经济科学出版社,2009:94.
- [3][美]唐·太普斯科特. 数字化成长[M]. (3版). 云帆译. 北京:中国人民大学出版社,2009:12.
- [4]祝华新,单学刚,胡江春. 2012年中国互联网舆情分析报告[EBOL]. <http://wenku.baidu.com/view/803a2dffba0d4a7302763ad8.html>.
- [5]阿什德. 传播生态学——控制的文化范式[M]. 北京:华夏出版社,2004.
- [6]嘉波. 大学,还要不要念?[N]. 光明日报,2012-05-05(05).
- [7][美]麦金泰尔·德性之后[M]. 龚群,戴扬毅等译. 北京:中国社会科学出版社,1995.
- [8][加]马歇尔·麦克卢汉. 理解媒介——论人的延伸[M]. 河道宽,译. 北京:商务印书馆,2000:99.
- [9]“接地气才能有底气”——记中共中央政治局常委刘云山[EBOL]. 中国记协网. 2012-12-26.