

【思政课形象评价研究专题】

主持人:冯刚,北京师范大学思政工作研究院院长,马克思主义学院教授,博士生导师。

主持词:党的十八大以来,以习近平同志为核心的党中央高度重视思政课建设,围绕加强思政课建设作出全面部署和系统安排。党的二十届三中全会通过的《中共中央关于进一步全面深化改革 推进中国式现代化的决定》再次强调,“完善立德树人机制,推进大中小学思政课一体化改革创新,健全德智体美劳全面培养体系,提升教师教书育人能力,健全师德师风建设长效机制,深化教育评价改革”。可以认为,思想政治理论课是落实立德树人根本任务的关键课程,塑造和传播正向的思想政治理论课的形象是学科发展和教育教学的内在要求,有利于提升育人效果、增强社会影响力。为进一步推动高校思想政治理论课建设守正创新,增进对思想政治教育形象塑造的深入认识,特邀请和组织学者围绕高校思政课形象建构与传播、高校思政课教师形象建构等主题进行专题性研究,期待与读者形成共鸣。

Doi:10.11835/j.issn.1008-5831.pj.2024.08.003

欢迎按以下格式引用:冯刚,杨小青.新时代高校思政课形象传播的理论审思[J].重庆大学学报(社会科学版),2024(5):

126-138. Doi:10.11835/j.issn.1008-5831.pj.2024.08.003.

Citation Format: FENG Gang, YANG Xiaoqing. Theoretical reflection on image communication of ideological and political courses in higher education institutions in the new era[J]. Journal of Chongqing University (Social Science Edition), 2024(5): 126-138. Doi: 10.11835/j.issn.1008-5831.pj.2024.08.003.



新时代高校思政课形象 传播的理论审思

冯 刚,杨小青

(北京师范大学 马克思主义学院,北京 100875)

摘要:高校思政课形象,是指社会公众对高校思政课的存在样态、运行状况及功能价值的总体判断与评价。作为“自我”与“他者”的认同性建构,高校思政课形象的塑造既有思想政治教育工作者有意识地构建并优化形象的“自塑”过程,也有社会公众的主观印象对高校思政课形象产生影响的“他塑”过程;高校思政课形象传播,既有思想政治教育工作者将打造精良的形象主动传播给受众的“自传”过程,也有形象在社会公众中被传递和解读的“他传”过程。高校思政课形象塑造与高校思政课形象传播之

基金项目:教育部2022年度高校思想政治理论课教师研究专项重大课题攻关项目“高校思政课的公众形象塑造研究”(22JDSZK07)

作者简介:冯刚,北京师范大学思政工作研究院院长,教授,博士研究生导师,Email: Fenggang9102@163.com;杨小青,北京师范大学马克思主义学院博士研究生。

间,是相互依存、相互作用的关系,前者是后者的原初起点,后者是前者的必要环节。高校思政课形象的传播主体包括“自传”人员和“他传”人员,传播内容包括理念信息、行为信息、视觉信息,常见传播路径有大众传播、人际传播、组织传播。为适应传播主体多元化、传播渠道多样化、传播效果多维化的社会趋势,应从视阈、内容、方法三个角度切入,丰富高校思政课形象传播的研究范式、做好高校思政课形象传播的危机修复、运用媒介整合传播策略创新传播思路。理清高校思政课形象塑造及其传播的关系,明晰高校思政课形象传播的基本要素,探索高校思政课形象传播的优化策略,是顺应发展趋势、回应现实问题、遵循时代期待的统一,有利于高校思政课提质增效,在助力国家形象美名远扬的过程中,培养堪当强国建设、民族复兴大任的栋梁之材。

关键词:新时代;高校思政课形象;形象传播;形象塑造

中图分类号:G641 **文献标志码:**A **文章编号:**1008-5831(2024)05-0126-13

传播是人与人、人与社会之间,通过有意义的符号进行信息传递、信息接收或信息反馈活动的总称,是一切社会交往的实质^[1]。习近平总书记曾指出:“展形象,就是要推进国际传播能力建设,讲好中国故事、传播好中国声音,向世界展现真实、立体、全面的中国,提高国家文化软实力和中华文化影响力。”^[2]高校思政课形象体现着我国的社会主义性质,承载着高校立德树人的根本任务,与国家形象息息相关。正如党的二十届三中全会所要求的那样,我们要“构建更有效力的国际传播体系”^[3]。高校思政课应从传播自身形象入手,助力国家形象的传播与提升。

一、问题提出

习近平总书记在学校思想政治理论课教师座谈会上指出:在革命、建设、改革各个历史时期,我们党对思政课建设都作出过重要部署^[4]。可见,高校思政课自中国共产党成立以来便受到高度重视和重点强调,其发展历程同党领导我国革命、建设与改革的时代节奏相契合,在党的正确领导下走过了从无到有、从弱到强、从粗到精的发展历程^[5]。党的十八大以来,特别是召开学校思想政治理论课教师座谈会以来,党和国家从战略全局的高度扎实推进高校思政课建设,相继出台了一系列重要文件,科学回答了思政课建设是什么、为什么、怎么做等一系列重大理论和现实问题,为新时代高校思政课建设指明了发展方向。作为落实立德树人根本任务的关键课程,高校思政课承载着服务新时代党和国家事业发展全局以及培育具有中国特色、世界眼光和国际素养的高素质人才的双重使命,关乎根本、牵动全局、影响深远。习近平总书记强调,“思想政治理论课能否在立德树人中发挥应有作用,关键看重视不重视、适应不适应、做得好不好”^[6],并强调“新时代新征程上,思政课建设面临新形势新任务,必须有新气象新作为”^[7],为新时代新征程深入推进高校思政课改革创新提供了重要遵循。随着高校思政课形象研究的日臻丰富,形象传播研究逐渐成为了高校思政课理论拓展的着力点和实践探索的增长点。对高校思政课传播展开理论审思,须深化对高校思政课形象的定义特点、功能作用、优化路径等的认识,是顺应高校思政课发展趋势、回应高校思政课现有问题、考虑公众对高校思政课时代期待的有机统一,有助于进一步提升高校思政课的亲和力与影响力、科学性与专业性,因而成为了推动高校思政课深化发展的重要话题。

学术界对高校思政课形象传播的研究,多出现于对高校思政课形象塑造的探讨中,呈现出视角多维、观点新颖、内容丰富的研究趋势。(1)关于地位功能。有学者提出形象传播是形象塑造的重

要方面,社会对高校思政课公众形象的感知离不开其传播^[8];有学者认为形象传播是高校思政课公众形象塑造活动的内容构成和实现手段,影响着高校思政课形象塑造活动的实际效果^[9]。(2)关于基本内容。有学者认为高校思政课是一个与传播主体、话语内容、传播方式密切相关的形象塑造过程^[10];有学者强调要通过积极创新传播的理念、内容、题材、形式、方法、手段、机制来进行高校思政课公众形象的塑造^[11]。(3)关于方式方法。有学者从评价视角切入,提出了高校思政课形象传播评价机制建设的具体思路^[12];有学者从内容和形式两个维度出发,认为既要生动展示思政“金课”以优化传播内容,也要打造全媒体传播矩阵以丰富传播形式^[13]。此外,还有学者对思想政治教育话语形象传播^[14]、思政课教师形象传播^[15]等展开了探讨。

综上,已有研究提供了认识高校思政课形象传播的多维思路,有力促进了相关研究的日渐完善与创新发展,为本文提供了重要思路借鉴。但统观高校思政课形象传播的研究成果和发展现状可以发现,理论上的高校思政课形象传播研究,尚未完全廓清高校思政课形象塑造及其与传播的关系,且少有专门论述高校思政课形象传播的研究;实践中的高校思政课形象传播,大多集中于专业化推广,其大众化呈现相对不足。据此,系统审思高校思政课形象塑造及其与传播的关系,明晰高校思政课形象传播的基本要素,从视阈、内容、方法三个角度切入探索高校思政课形象传播的优化策略,有助于实现高校思政课形象传播质的飞跃,不断释放其形象的正面效应。

二、新时代高校思政课形象塑造与形象传播的关系

高校思政课形象即社会公众对高校思政课的存在样态、运行状况及其功能价值的总体判断与评价^[8]。众所周知,任何判断与评价的产生,都离不开人对于信息的感知与掌握。高校思政课相关信息被人获取时,必然经历了一个“信息产生(信源)—信息传输(信道)—信息接收(信宿)”^[16]的传播过程。因此,高校思政课形象传播乃是高校思政课形象塑造的一部分,二者相互依存、相互作用,具有同等的重要性。

(一)在塑造中传播:高校思政课形象塑造是其形象传播的原初起点

高校思政课形象塑造,一方面指思想政治教育工作者通过各种方式,有意识地构建并优化高校思政课形象的过程,我们称其为“自塑”过程;另一方面是指公众对高校思政课的主观印象对其形象的影响,这可以理解为“他塑”过程。在此意义上,高校思政课形象传播是形象塑造的自然延伸,一方面指思想政治教育工作者通过各种渠道,主动将打造的精良的高校思政课形象传播给受众,即“自传”过程;另一方面则指高校思政课形象在公众舆论、社交媒体和社会交往中被传递和解读的过程,属于“他传”过程。综上,高校思政课形象是“自我”与“他者”的认同性建构。高校思政课形象传播,是指高校思政课相关信息经由一定媒介渠道的能动传递和自发扩散。为此,只有充分认识高校思政课形象“自我”与“他者”之间的同一性与对抗性,充分运用“自塑”与“他塑”、“自传”与“他传”之间的矛盾运动,才能激发高校思政课形象塑造与传播的内生动力,使高校思政课产生积极、正面的形象效能。

1. 高校思政课形象塑造的内容构成其形象传播的遵循

符号互动理论指出,事物的意义源于人与人之间的社会互动^[17]。高校思政课形象基于社会互动产生,体现为人们在实践中对高校思政课综合认识后形成的印象的总和。换言之,高校思政课形象是高校思政课的授课教师、课程内容、话语表达、实践活动等具体且客观的东西作用于公众的思

想情感而产生的一种主观的综合认识。据此,只有对高校思政课进行精心塑造,使其具备突出的核心价值、精神追求、时代使命、视觉元素和故事情节等,才能呈现立体丰满、意义深厚的高校思政课形象,使高校思政课形象的传播有根有据、合情合理。

政治引导形象、理论阐释形象、铸魂育人形象、系统科学形象、开放包容形象既是高校思政课形象塑造的理想框架^[18],也是高校思政课形象传播的核心要件,为高校思政课形象传播提供着基本遵循。(1)坚持传播的政治性。政治引导是思政课的基本功能^[19],政治引导形象是高校思政课的基本形象。这要求思想政治教育工作者在传播高校思政课形象时,高扬马克思主义伟大旗帜,培育和践行社会主义核心价值观,确保所传达的政治理念、历史事实、社会观念的正确性,以增强受众的家国意识、民族情怀与使命担当。(2)坚持传播的科学性。思政课的本质是讲道理^[20],理论阐释形象是高校思政课的本质形象。基于此,传播高校思政课形象,便离不开清晰阐述高校思政课的理论体系、基本原理和核心观点,以确保传播内容的科学性与准确性。(3)坚持传播的育人性。思政课具有启智润心、培根铸魂的重要作用^[21],铸魂育人形象是高校思政课的主要形象。因此,传播高校思政课形象,须有效传达高校思政课在育人方面的现实依据、价值旨归、实践方略等,以凸显高校思政课在培育人的思想观念、人文精神、道德情操等方面的重要价值。(4)坚持传播的系统性。思政课基于一定的科学规律建设而成^[22],系统科学形象是高校思政课的重要形象。为此,传播高校思政课形象时,就要呈现出高校思政课所处大系统及其内部小系统的要素关系与配合路径,体现出思政课在整个高校课程体系中发挥的政治引领和价值引领功能。(5)坚持传播的开放性。以开放的心态进行改革创新、拓展升级是高校思政课持续进步的关键,开放包容形象是高校思政课的关键形象。故而,传播高校思政课形象时,要及时传达党的创新理论成果、交叉学科的前沿知识、思政课实践育人的新发展等内容,以体现高校思政课的交叉学科属性和与时俱进特质,保持其时代感和前瞻性。

2. 高校思政课形象塑造的水准决定其形象传播的效果

形象传播的效果,受到传播主体、媒介渠道、受众特性等多种因素的影响^[23]。高校思政课形象塑造的水准高,意味着内部形象要素齐全、成熟且有序排列,互补效应大于离散效应,形象系统整体效能大于形象要素效能之和;反之,则互补效应小于离散效应,形象系统整体效能小于形象要素效能之和,甚至可能产生负面效能^[24]。可见,高校思政课形象塑造的水准,决定着高校思政课形象的效能,是影响其形象传播效果的决定性因素。

一方面,高校思政课形象塑造的水准决定其形象传播的广度。只有拥有广泛的受众群体,高校思政课形象才有被广泛认知和接受的可能。对此,可以从多个理论视角出发进行论证:(1)从使用与满足理论^[25]视角切入可知,人会根据自己的需求和兴趣来选择信息。当打造的高校思政课形象质量佳时,便更有可能提供学生、家长、教育工作者等各个群体所需要和感兴趣的信息,从而扩大掌握高校思政课形象信息的人员数量。(2)框架理论^[26]强调,媒介的选择和媒介内容的呈现方式会影响内容对受众的影响力。职是之故,若高校思政课形象塑造的水平高,那么不同媒介渠道所呈现的高校思政课形象对公众的吸引力也会相应提高,公众会更愿意了解、相信高校思政课的相关内容,进而增强高校思政课形象传播的效果。(3)意见领袖理论^[27]指出,某个领域的专家或权威人士的意见和看法会影响到周围人的态度和行为。基于此可知,若高校思政课形象塑造的水准高,它所传递出的信息就会具有更高的清晰度、深刻度、鲜明度,更易得到权威人士的认可,从而带动更多的人了解、支持高校思政课,进一步扩大高校思政课形象传播的覆盖面。

另一方面,高校思政课形象塑造的水准决定其形象传播的深度。形象塑造不仅关乎外在视觉符号的建构,更离不开内在价值和意义的构筑。高校思政课形象的用心塑造,不仅能使课程在公众心中留下印象,还能产生启智润心、立德树人的深远影响,体现在认知、情感、行动三个层面。(1)认知层面。高水平的形象塑造,离不开全面、深入阐释高校思政课的教育理念、原理方法、实践原则等。这可以帮助受众更好地理解马克思主义基本原理、社会主义核心价值观、习近平新时代中国特色社会主义思想等我国主流意识形态的基本内容,提升公众对高校思政课的理解程度。正所谓“要人家服,只能说服,不能压服。压服的结果总是压而不服”^[28],若高校思政课用政策压服而不是用道理说服人,公众对高校思政课的认知便会停留在浅层,甚至产生思政课就是“假大空”“形式主义”“洗脑”等偏见,阻滞其形象传播的向上向好。(2)情感层面。高水准的形象塑造会运用到高感染力、人性化强的言语和故事素材,能够激发公众对高校思政课的正面情感,如尊重、信任、喜爱等。换言之,随着高校思政课与公众心理距离的缩小,公众对高校思政课的认可度自然也会“水涨船高”,实现高校思政课的“以情动人”和“以理服人”。反之,若高校思政课形象塑造得过于刻板、抽象,就可能诱发公众的冷漠、反感、厌恶等负面情感,阻断高校思政课与公众之间的情感链接。(3)行为层面。积极的高校思政课形象塑造,能够回应人们思想观念上的困惑点、生活实践中的争论点,进而激发公众的实践动力。行为层面的正向影响,是高校思政课形象塑造影响其传播深度的显著体现和最终目标。与此相对,消极的高校思政课形象塑造,不仅与思政课的育人目标相悖,更难以观照公众的生活实践,可能阻碍公众将科学理论转化为现实行动的积极性。

(二)在传播中塑造:高校思政课形象传播是其形象塑造的必要环节

高校思政课形象既需要向内建构,也需要向外推介。就当前情况而言,高校思政课形象在传播上面临一定挑战,阻碍了高校思政课形象的整体建构。这也恰恰说明,高校思政课形象传播乃是高校思政课形象塑造的必要环节,为高校思政课形象塑造持续提供动力,影响着高校思政课形象塑造的目标达成。

1. 高校思政课形象传播的过程是其形象塑造的动力

哈贝马斯的交往行动理论认为,交往行动(语言和行动)本质上是实现主体相互理解的理性^[29]。高校思政课形象传播的过程涉及人与人之间的沟通与交流,旨在达成对高校思政课形象的真实理解,可被视为一种交往行动。通过这一行动,传播者与接收者不仅分享信息,还参与到了一个意义构建的互动中,共同建构着高校思政课的形象。因此,高校思政课形象传播的过程是其形象塑造的动力,它通过信息的沟通与反馈促进高校思政课的形象建设。

主要表现在三个方面:(1)高校思政课形象传播涉及公众的社交互动和信息反馈过程。通过公众的讨论和反馈的信息,思想政治教育工作者可以进一步了解公众对高校思政课的感知和评价,使高校思政课形象塑造更加有序、有力、有效。(2)高校思政课形象传播是各方协同的过程,涉及师生、师生、生生等的配合,涉及学校各部门之间的合作、学校与外部机构或组织的合作等,离不开各方人员的主体协同、多个领域的资源协同、不同场所的场域协同。这有助于汇聚高校思政课形象传播的力量,促成兼具和谐性、科学性、全员性的高校思政课形象塑造氛围。(3)高校思政课形象传播是与社会环境变化紧密结合的过程。马克思指出,“人的本质不是单个人所固有的抽象物,在其现实性上,它是一切社会关系的总和”^[30]。高校思政课形象传播的终极目标,是通过塑造高校思政课良好形象,发挥高校思政课价值功能,帮助受教育者实现德、智、体、美、劳全面发展。为此,就必须

要考虑人的社会关系以及人所处的社会环境。也就是说,高校思政课形象传播的目标、内容、策略等,都需要随着社会的发展变化而不断调整、更新。这必然会驱动思想政治教育工作者在高校思政课形象传播过程中关注社会热点、回答时代之问、回应大众关切,为高校思政课的形象塑造增添新动能。

2. 高校思政课形象传播的显效是其形象塑造的目标

此处的高校思政课形象塑造目标,主要指“自塑”目标,即通过正向的形象塑造,提升高校思政课的知名度和美誉度。简单来说,高校思政课形象传播的效果,有显效、有效、无效之分。其中,显效是指高校思政课形象传播达到了良好效果。概言之,若高校思政课顺利地传递了形象信息并引起了受众的积极反应,就可以认为其形象传播效果显著,形象塑造目标达成。

衡量高校思政课形象塑造的目标是否达成,需要评估高校思政课形象传播的效果。选择所需的科学的评估方法,可以帮助思想政治教育工作者准确了解公众对高校思政课形象的认知、态度、情感和行为上的反应。如果选择不切实际的评估方法,不仅会阻碍分析进度,甚至可能消损高校思政课形象的积极面。

实践中,可以通过合理运用多种评估方法衡量高校思政课形象的传播效果。(1)调查分析法。这是一种通过访谈、问卷等方法来搜集、获取事物的资料和数据,并加以分析的方法。于思想政治教育工作者而言,借助调查分析法,可以直观地了解到公众对高校思政课形象的知觉、印象和判断。(2)内容分析法。它是一种基于定性研究的量化分析方法,以定性的问题假设作为出发点,利用定量的统计分析方法和工具对研究对象进行处理,其最终结果是从统计数据中得出定性结论^[31]。运用统计分析工具抓取有关高校思政课的报道、评论、帖子,并提炼这些内容的主题、关键词、词频等,以了解公众对高校思政课形象的关注程度、情感倾向以及变化趋势,正是内容分析法在高校思政课领域的运用。(3)实验法。这是一种量化研究方法^[32],即通过控制一个或多个变量来研究自变量和因变量之间的因果关系的方法。例如,可以设置一个实验情境,在实验中运用不同的传播方式对被试传递同样的高校思政课形象信息,测量被试对形象信息的接受程度,以获取不同形象传播方式效果强弱的结论。

总之,评估高校思政课形象传播效果的方法多种多样,需要根据具体场域、传播内容和受众特点,选择最适宜的评估方法以得出客观结论,科学判断高校思政课形象塑造的目标是否达成。

三、新时代高校思政课形象传播的基本要素

高校思政课形象传播涉及的要素众多,为进一步辨清高校思政课形象传播的脉络机理,本文提取了高校思政课形象传播的三个基本要素——“传播主体”“传播内容”“传播路径”作详细论述。一般而言,高校思政课形象的传播主体包括“自传”人员和“他传”人员,传播内容由理念信息、行为信息、视觉信息构成,大众传播、人际传播、组织传播是其较为常见的传播路径。

(一) 传播主体:高校思政课形象信息的传递者

传播主体是指传播活动中信息传递的发起者,是具有主动性的个体或组织。高校思政课形象的传播主体,能够传递高校思政课所蕴含的理念观点,进而影响信息接受者的态度、情感和行为。当然,传播者不仅是信息的传递者,还是信息的筛选者、解释者和评价者。因此,不同的传播主体所传递的高校思政课形象信息,会受到其先在的人格气质、观念结构和行为模式的影响。按照传播主

体的不同身份属性,我们将高校思政课形象传播主体分为“自传”人员和“他传”人员。

1. “自传”人员

高校思政课形象“自传”队伍是高校思政课形象传播的核心力量,主要包括党和政府、学校领导、思政课相关部门、思政课教师等。他们承担着积极传播高校思政课正面形象的职责使命,旨在通过有意识、有计划的传播活动,使公众对高校思政课的印象达致理想状态^[13]。(1)党和政府是高校思政课的主要推动者和实施者,是传播高校思政课形象的引领力量。在我国,思想政治教育被视作治党治国的重要方式,党和政府会通过出台相关政策、加强组织管理、提供资源支持等方式,推动高校思政课形象的正向传播。(2)学校领导对于高校思政课的支持和重视程度,是促进高校思政课形象传播的核心力量。他们需要确保高校思政课的开展符合党的教育方针和政策,会通过优化教育环境、对外交流合作、培养师资力量等方式,为高校思政课形象的传播助力。(3)学校相关部门的协调和服务,是高校思政课形象传播的保障力量。其中,学校宣传部门主要负责高校意识形态工作的统筹、规划与管理,是高校思政课形象传播的“方向盘”;教务处主要负责教学计划的制定和教学质量的监控等工作,是高校思政课形象传播的“监控器”;学生处主要负责学生的日常管理,时刻关注学生的思想动态,协助教师解决在教与学中遇到的各种问题,是高校思政课形象传播的“雨刷器”;等等。总之,各个职能部门会从自身职责出发,落实思想政治教育工作的要求。不同部门的各司其职、科学运作,是促进高校思政课形象正面塑造和有效传播的关键。(4)高校思政课教师是高校思政课形象传播的中坚力量,其德行风范、专业素养、教学风格、仪容仪表等,都关系着高校思政课能否真正落实立德树人根本任务,直接影响着高校思政课铸牢精神之基、培育时代新人的实现程度。

2. “他传”人员

高校思政课形象“他传”,指的是运用非直接由思想政治教育工作者管理的渠道和方式传播高校思政课形象的过程。相较“自传”而言,这种传播过程更多地依赖于社会环境,具有自发、多变的特质。经由这种过程来传播高校思政课形象的人,便是高校思政课形象“他传”人员。一般来说,“他传”人员在传播高校思政课形象时,大多会根据自己先验的价值判断、预设的前提条件、特定的历史理解对高校思政课形象进行解读和再创造。“他传”人员的代表群体有大学生、学生家长、社会公众。(1)大学生既是高校思政课的主要受众,也是重要的“他传”者,一般会通过课堂讨论、日常交流等方式,将接收到的课程内容、上课体验、对课程看法等传递给他人。与此同时,他们还会在社会实践中运用在高校思政课中学到的理论知识,以自身的行动和成就展示高校思政课的价值。因此,学生的正面评价和身体力行对于提升高校思政课形象至关重要。(2)作为教育的重要参与者,学生家长往往通过参加学校活动或讲座、与孩子交流等方式了解高校思政课,进而形成对课程的评价。他们的评价和反馈,可以作为评估高校思政课质量的重要参考。(3)除了学生和家长,社会各界人士都有可能通过媒体报道、特色活动等途径了解高校思政课。他们的认知和行动影响着高校思政课建设的社会氛围,是传播高校思政课形象不可忽视的力量。

(二) 传播内容:表达意义的高校思政课形象讯息

“讯息”是由相互关联且承载意义的符号(语言符号、非语言符号)组成的信息。具体到高校思政课形象的传播中,讯息是指能够影响公众对高校思政课印象好坏、评价高低等为其定性的信息。观其类,主要包括高校思政课形象的理念信息、行为信息以及视觉信息。

1. 理念信息

课程是系统的教育知识的集合,具有明确的理念取向。高校思政课形象蕴含的理念信息,主要指高校思政课的根本属性、立场观点、基本内容等,是高校思政课形象的灵魂与核心。从根本属性来说,思政课是落实立德树人根本任务的关键课程,离不开价值引领;从立场观点来说,高校思政课必须体现马克思主义的基本立场、观点和方法,培养中国特色社会主义事业的建设者和接班人,离不开政治引领;从基本内容来说,高校思政课要讲清楚毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观和习近平新时代中国特色社会主义思想等内容,必然离不开思想引领。总之,高校思政课的理念信息,决定了其形象不同于其他类型课程形象的特质,从而使高校思政课具备独特的辨识度和影响力。

2. 行为信息

高校思政课形象的行为信息即通过特定行为、动作所传达的资讯,体现着高校思政课不同于其他课程的实践性特征。一般来说,高校思政课会通过创新实践教学形式、丰富实践教学载体、整合实践教学平台、深化实践教学内容等方式将理论知识学习与实践锻炼融为一体,把思政小课堂同社会大课堂结合起来,引导大学生走进基层、走向社会,在实践中检验真理,在实践中发展理论,进而促进大学生理论水平、思想素质和思维能力的全面提升^[33],具有突出的实践性。简言之,高校思政课形象的行为信息,全面体现在高校思政课所开展的经典阅读、研讨写作、主题演讲、社会调查、志愿活动、专业实习等实践活动之中。基于实践在高校思政课教学活动中的重要地位,行为信息便成为了高校思政课形象的重要信息,是公众感知高校思政课形象的重要依据。

3. 视觉信息

高校思政课形象的视觉信息,是指通过视觉元素设计所传达出的关于高校思政课形象的信息,以色彩、文字、图形等为基本元素,以课程名称、教学内容、基础设施、出版物、影视剧等为主要载体。一般而言,高校思政课形象的视觉信息具有辨识度高、主题凸显、吸引力强的特点,有利于全面调动受众的感官系统、认知系统、情感系统、价值系统,实现对高校思政课的“瞬间识别”,是宣传推介高校思政课形象的重要信息。因此,基于不同媒体平台的特点,传播不同类型和风格的高校思政课视觉信息,有助于构筑立体丰满的高校思政课形象,进一步扩大高校思政课的知名度和美誉度。

(三) 传播路径:高校思政课形象信息传播的渠道

传播路径指的是信息从传播者传递至受众所运用到的渠道、途径或方式,决定了信息将如何流动、被谁接收以及接收的效果。掌握不同传播路径的特点和优势,灵活选择传播路径,是实现高校思政课形象有效传播的关键。

1. 大众传播

大众传播是指通过报纸、广播、电视、网络等媒介,将信息快速、广泛地传递给广大受众的过程^[34],具有传播速度快、覆盖面广、影响力大等特点。同时,大众传播兼具对外宣传、对内沟通两种功能。基于此,高校思政课形象的大众传播,既可以将高校思政课的基本情况告知公众,增进公众对高校思政课的了解;大众也可以通过这一媒介,发表对高校思政课的观点和看法,推动高校思政课形象的调整和完善。当然,大众传播媒介的多样性,也会给高校思政课形象的传播带来一定挑战。例如,随着智媒体和自媒体的崛起,传统媒介的影响力逐渐减弱,群体极化^[35]、信息茧房^[36]等问题出现的概率增加。对此,思想政治工作者需要掌握不同传播媒介的优势和受众群

体的偏好,有针对性地制定传播策略,使高校思政课在适应新的传播环境的同时,不断扩大影响力。

2. 人际传播

人际传播是指两个或两个以上的人之间借助语言和非语言符号互通信息、交流思想感情的活动^[37]。它通常发生在面对面的情境中,也可以通过电话、社交媒体等间接方式进行。由此来看,高校师生在线上、线下思政课课堂上的交流,是高校思政课形象人际传播最主要的方式。为此,需要特别注重高校思政课教师形象的塑造与传播。一般而言,在公众的心目中,高校思政课的教师形象是高校思政课形象的缩影。在此意义上,教师的言行不仅代表他们个人,而且代表着高校思政课,直接关系到高校思政课能否达成认同、凝聚共识、形成共振。因此,高校思政课教师应当不断提升自身的德行风范、精神觉悟、知识水平、行为举止等,以饱满的工作热情和育人使命感投入到教学实践中,真正做到言传身教、以身示范,打造学生真心喜爱、终身受益、毕生难忘的优秀课程,赢得公众对高校思政课的好感。

3. 组织传播

组织传播是指某个组织凭借组织和系统的力量所进行的有领导有秩序有目的的信息传播活动^[38],旨在维护组织形象、推进组织目标实现,加强组织的内部凝聚力和外部影响力。高校思政课形象的组织传播,是指高校内部的思政课相关教学单位、行政部门、教师团队之间,以及这些组织与校外其他组织或社会群体之间的信息交流,具有正规性、权威性的特点,能够起到示范力强、信任度高的作用。为了充分发挥组织传播的优势,高校思政课形象组织传播应当设置明确、具体的传播目标,通过多种方式开展整合传播。例如,高校可以邀请思想政治教育领域的知名专家进行公开讲座,并制作高质量的宣传材料,在社交媒体进行推广。此外,还可以与企业、社会团体等建立合作关系,策划有深度的高校思政课专题报道,共同宣传高校思政课的正面形象,促进高校思政课创新发展。

四、新时代高校思政课形象传播的优化策略

优化高校思政课形象传播,应从视阈、内容、方法三个角度切入,通过丰富高校思政课形象传播的研究范式、做好高校思政课形象传播的危机修复、运用媒介整合传播策略创新传播思路,追求高校思政课形象传播质的飞跃,从而助力国家形象的美名远扬。

(一) 视阈上:丰富高校思政课形象传播的研究范式

从研究视阈上看,当前从传播学、哲学、社会学等视角出发分析高校思政课形象传播的研究有逐渐丰富的趋势,但仍然缺少跨学科的创新分析视角以及多学科的融合分析视角。未来,可以从政治学、营销学、美学、媒介学等视角切入,丰富高校思政课形象传播的研究范式,实现高校思政课形象传播研究的守正创新。

第一,从政治学视角来看,高校思政课形象传播涉及党的领导水平和执政绩效、我国意识形态建设与国家治理效能、社会文化发展等的宣传与展示,故可以进一步挖掘政治因素与高校思政课形象传播之间的关系。

第二,从营销学视角对高校思政课形象传播进行分析。该视角主要强调借鉴市场营销、品牌营销等的理论知识,对高校思政课形象传播的受众的精神和心理开展研究,并在此基础上探索强化高

校思政课形象正向传播的方式方法。

第三,从媒介形象视角来看,形象作为事物总体存在状态的呈现,主要有实体形象、媒介形象和认知形象三种呈现方式,其中的媒介形象是指事物在媒介中所呈现出的总体状况特征^[39]。当前,媒介所呈现的形象不论真假,都在很大程度上影响甚至取代了人们对真实社会的观察。由此看来,从媒介视角出发分析高校思政课形象传播具有必要性。

第四,从美学视角来看,形象不仅是人与外界相互认知和理解的产物,更是内在美和形式美的统一。从这一视角出发看待高校思政课形象传播,主要强调受众从高校思政课形象传播过程中体会到的关于美的心理感知,包括视觉感知、景观感知、文化感知等。因此,可以进一步挖掘高校思政课形象传播如何遵循“真、善、美”的美学原则,运用多种美学手段增强高校思政课形象传播的艺术性和感染力,提升受众对高校思政课的审美体验和情感共鸣。

(二) 内容上:做好高校思政课形象传播的危机修复

形象修复理论是由班尼特提出的,其核心要义是维护、修复个人或组织遭到损害或处于危机的形象,包括否认、推诿、辩护、补偿和道歉等策略^[40]。在此意义上,高校思政课形象传播的危机修复,是指基于对高校思政课形象负面传播的现实考察,采取有效措施来减轻、消除影响高校思政课形象的不利事件和负面信息。该过程旨在澄清公众对高校思政课的误解,并通过积极的传播策略调整,恢复和提升高校思政课的正面形象。

第一,危机预警与准备。思想政治教育工作者要强化危机意识,建立有效的危机预警机制,及时识别可能对高校思政课形象产生负面影响的事件,以降低形象损害的概率。例如,可以通过收集社交媒体评论、学生课后反馈等渠道的信息,分析高校思政课形象传播存在的潜在问题。

第二,当危机发生时,相关部门应迅速启动应急预案,分析导致高校思政课形象受损的具体原因、影响范围和严重程度,并及时发声以作出澄清。由于高校思政课形象传播的危机,大概率关涉到价值层面的形象辨识、功能层面的形象评估以及效果层面的形象判断三个方面,故可以从危机的类型出发进行相关应对。

第三,危机应对之后,需要进行危机修复工作。这包括从正负两种评价中析出形象修复的切入点、基于学科特质找准形象修复的关键点、根据公众的需求期待找到形象修复的落脚点等,采取针对性的措施进行形象修复。

第四,注重危机预防和长效机制建设。思想政治教育工作者需要持续关注社会舆论和公众态度、不断加强对思政课教学质量的监控和评估、坚持完善学生反馈机制和意见收集机制等,消除社会公众对高校思政课的误读误解,破除高校思政课形象传播的现实障碍,为形象修复工作提供支撑、积累经验。

(三) 方法上:运用媒介整合传播策略创新传播思路

媒介整合传播策略强调传统媒体和新兴媒体的联动^[41],是一种传播者充分整合传播渠道和工具,选择最合适的传播内容,以达至最佳传播效果的策略。基于该策略来优化高校思政课形象传播,并不是说要无视受众的差异性,而是强调思想政治教育工作者在开展高校思政课形象分众传播的同时,也要对高校思政课形象信息进行全面整合、有序配置,克服因形象传播要素复杂带来的无序感和冲突感,始终追求“多种渠道、一个声音”,实现正面、集中且清晰的高校思政课形象传播。

第一,明确高校思政课立德树人的价值旨归,探寻如何在传播中凸显课程的核心价值。正如恩

格斯所言,“任何事情的发生都不是没有自觉的意图,没有预期的目的”^[42],高校思政课形象传播同样也有其特定的传播目标和预期效果,包括促进学生的全面发展、提升课程的社会认同度等。

第二,充分整合传播载体、用好形象资源。在运用报纸、书籍、音乐、影视等传统传播媒介的同时,也要打造智媒体传播矩阵,积极运用动漫、游戏、微电影、短视频等新兴媒介,发挥虚拟现实与增强现实、智能交互、三维建模等的技术优势,将高校思政课中的抽象概念具象化、可视化,实现传播效果的最大化。

第三,优化高校思政课传播的内容,引导受众对高校思政课形象产生正面感知。为此,思想政治教育工作者应当细致筛选优质信源,为高校思政课形象传播提供正向支撑,不断提升高校思政课专业形象与社会形象的匹配度。

第四,媒介整合策略的关键在于协同。从主体协同上看,要明确不同领域、范围、时段高校思政课形象传播的主要责任人和侧重点,汇聚社会各方力量,形成传播的强大合力;从资源协同上看,要建立高校思政课形象传播的合作机制,促进跨学校、跨部门、跨平台的优质资源共享,实现课上课下、网上网下、校内校外的优势资源互补,使形象传播愈发饱满立体;从场域协同上看,要善用“大思政课”,构建大中小学思政课一体化协同育人格局,深度协同互构高校“思政课程”和“课程思政”,连接形象传播断点,实现科学性、系统性、持续性的高校思政课形象传播。

参考文献:

- [1] 董璐.传播学核心理论与概念[M].北京:北京大学出版社,2016:1.
- [2] 习近平.习近平谈治国理政(第三卷)[M].北京:外文出版社,2020:312.
- [3] 中共中央关于进一步全面深化改革 推进中国式现代化的决定[N].人民日报,2024-07-22(01).
- [4] 习近平主持召开学校思想政治理论课教师座谈会强调 用新时代中国特色社会主义思想铸魂育人 贯彻党的教育方针 落实立德树人根本任务[N].人民日报,2019-03-19(01).
- [5] 王方,杨小青.高校思政课公众形象塑造的演进、内容及遵循[J].湖南大学学报(社会科学版),2024(1):8-14.
- [6] 习近平在中国人民大学考察时强调 坚持党的领导传承红色基因扎根中国大地 走出一条建设中国特色世界一流大学新路[N].人民日报,2022-04-26(01).
- [7] 习近平对学校思政课建设作出重要指示强调 不断开创新时代思政教育新局面 努力培养更多让党放心爱国奉献担当民族复兴重任的时代新人[N].人民日报,2024-05-12(01).
- [8] 冯刚,杨小青,张智.新时代高校思政课公众形象塑造的理论探赜[J].中国远程教育,2023(6):73-78.
- [9] 张欣.新时代高校思想政治理论课公众形象建构的三个着力点[J].思想教育研究,2024(1):97-101.
- [10] 袁媛.新时代高校思想政治理论课公众形象传播的挑战、影响因素与优化策略[J].思想教育研究,2024(1):108-113.
- [11] 刘晓玲.新时代高校思想政治理论课公众形象塑造的现实路径探析[J].思想教育研究,2024(1):102-107.
- [12] 武传鹏.高校思政课公众形象评价体系构建探赜[J].湖南大学学报(社会科学版),2023(6):1-8.
- [13] 冯刚,陈倩.塑造高校思想政治理论课公众形象须把握几对关系[J].思想教育研究,2024(1):90-96.
- [14] 杨月霞,吴琼.传播学视域下的思想政治教育话语研究[J].北京交通大学学报(社会科学版),2012(4):114-117.
- [15] 高静毅.思政课教师形象的多维审视与塑造[J].思想政治课教学,2023(7):83-86.
- [16] SHANNON C E. A mathematical theory of communication[J]. Bell System Technical Journal, 1948, 27(3):379-423.
- [17] 张庆熊.符号互动论的社会理论:以布鲁默为中心的考察[J].社会科学,2024(4):13-23.
- [18] 王方,杨小青.高校思政课公众形象塑造的演进、内容及遵循[J].湖南大学学报(社会科学版),2024(1):8-14.

- [19] 习近平. 思政课是落实立德树人根本任务的关键课程[J]. 求是, 2020(17): 4-16.
- [20] 习近平在中国人民大学考察时强调 坚持党的领导传承红色基因扎根中国大地 走出一条建设中国特色世界一流大学新路[N]. 人民日报, 2022-04-26(01).
- [21] 沈壮海. “大思政课”我们要善用之: 思考与探索[J]. 思想政治教育研究, 2021(3): 26-30.
- [22] 冯刚, 陈步云. 深刻把握新时代思政课“八个统一”的建设规律[J]. 中国高等教育, 2019(9): 11-14.
- [23] 罗莹, 刘冰. 网络信息传播效果研究[J]. 情报科学, 2009(10): 1487-1491.
- [24] 秦启文, 周永康. 形象学导论[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2004: 87.
- [25] 胡翼青. 论网际空间的“使用—满足理论”[J]. 江苏社会科学, 2003(6): 204-208.
- [26] 孙彩芹. 框架理论发展 35 年文献综述: 兼述内地框架理论发展 11 年的问题和议[J]. 国际新闻界, 2010(9): 18-24, 62.
- [27] HOLLANDER E P. Emergent leadership and social influence[J]. Leadership and interpersonal behavior, 1961(5): 30-47.
- [28] 毛泽东. 毛泽东文集(第七卷)[M]. 北京: 人民出版社, 1999: 279.
- [29] 杜骏飞. 数字交往论(1): 一种面向未来的传播学[J]. 新闻界, 2021(12): 79-87, 94.
- [30] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯文集(第一卷)[M]. 北京: 人民出版社, 2009: 501.
- [31] 朱亮, 孟宪学. 文献计量法与内容分析法比较研究[J]. 图书馆工作与研究, 2013(6): 64-66.
- [32] 余双好. 思想政治教育的科学研究现状、特点及发展趋势探析[J]. 思想理论教育导刊, 2009(10): 83-89.
- [33] 冯刚, 陈梦霖. 高校思政课实践教学的内涵、价值及其实现[J]. 学校党建与思想教育, 2021(18): 4-9.
- [34] 廖为建. 论政府形象的构成与传播[J]. 中国行政管理, 2001(3): 35-36.
- [35] 夏倩芳, 原永涛. 从群体极化到公众极化: 极化研究的进路与转向[J]. 新闻与传播研究, 2017(6): 5-32, 126.
- [36] 黄荣贵, 吴锦峰, 桂勇. 网络社会心态: 核心特征、分析视角及研究议题[J]. 社会学评论, 2022(3): 102-120.
- [37] 李林容. 社交网络的特性及其发展趋势[J]. 新闻界, 2010(5): 32-34, 20.
- [38] 魏永征. 关于组织传播[J]. 新闻大学, 1997(3): 31-34.
- [39] 王朋进. “媒介形象”研究的理论背景、历史脉络和发展趋势[J]. 国际新闻界, 2010(6): 123-128.
- [40] 吴小冰. 政府公共危机沟通策略探讨: 归因理论与形象修复理论的视角[J]. 东南传播, 2010(6): 28-31.
- [41] 李鹏飞. 媒介融合背景下社区“整合传播”模型建构[J]. 传媒, 2018(4): 89-90.
- [42] 马克思, 恩格斯. 马克思恩格斯文集(第四卷)[M]. 北京: 人民出版社, 2009: 302.

Theoretical reflection on image communication of ideological and political courses in higher education institutions in the new era

FENG Gang, YANG Xiaoqing

(School of Marxism, Beijing Normal University, Beijing 100875, P. R. China)

Abstract: The image of ideological and political courses in colleges and universities refers to the overall judgment and evaluation of the public on the existence, operation and functional value of the ideological and political courses in colleges and universities. As the identity construction of self and other, the image of ideological and political courses in colleges and universities is shaped by both the self-shaping process in which ideological and political educators consciously construct and optimize the image, and the other-shaping process in which subjective impression of the public influences the image. The image communication of ideological and political courses in colleges and universities includes the process of self-communication, in which ideological and political educators actively disseminate the well-built image to the public, and the process of other-

communication in which the image is transmitted and interpreted among the public. The relationship between image shaping and image communication of ideological and political courses in colleges and universities is interdependent and interactive, with the former being the original starting point of the latter and the latter being the necessary link of the former. The communication subject includes self-communication and other-communication personnel, and the communication content includes conceptual information, behavioral information and visual information, and the common communication paths include mass communication, interpersonal communication and organizational communication. In order to adapt to the social trend of diversification of communication subjects, diversification of communication channels, and multi-dimensional communication effects, we should start from three perspectives of perspective, content, and method, enrich the research paradigm of image communication, do a good job of crisis repair of image communication, and innovate the idea of communication by applying media integration communication strategy. Identifying the relationship between image shaping and communication of ideological and political courses in colleges and universities, clarifying the elements of communication, and exploring the optimization strategy of communication are the unity of conforming to the development trend, responding to the real problems, and complying with the expectations of the times, which is conducive to the enhancement of the quality of the ideological and political courses in colleges and universities and to cultivating talents capable of the construction of a strong country and the rejuvenation of the nation, while helping to spread the beauty and fame of the country.

Key words: new era; image of ideological and political courses in higher education institutions; image communication; image construction

(责任编辑 彭建国)