

胡杨·融媒矩阵网络育人现状研究——以塔里木大学为例

余明星 赵澳 邓利军
塔里木大学

DOI:10.12238/mef.v8i13.15641

[摘要] 本研究以塔里木大学为例,探讨新媒体时代高校如何通过融媒矩阵发挥网络育人功能。通过分析融媒矩阵对高校网络育人工作的影响,结合塔里木大学的实践经验,提出优化融媒矩阵网络育人策略的建议。研究发现,新媒体为高校育人工作带来机遇与挑战,塔里木大学在网络育人方面取得一定成效,但仍需进一步完善。本研究为高校在运用融媒矩阵开展网络育人工作提供理论参考和实践指导。

[关键词] 融媒矩阵; 网络育人; 现状研究

中图分类号: G4 文献标识码: A

Research on the current situation of network education in Populus euphratica and media matrix:
A case study of Tarim University

Mingxing Yu Ao Zhao Lijun Deng
Tarim University

[Abstract] This study takes Tarim University as an example to explore how universities can play the role of network education through the integrated media matrix in the new media era. By analyzing the impact of the media matrix on the network education work of colleges and universities, combined with the practical experience of Tarim University, this paper puts forward suggestions for optimizing the network education strategy of the media matrix. The study finds that new media brings opportunities and challenges to the education of colleges and universities, and Tarim University has achieved certain results in online education, but it still needs to be further improved. This study provides theoretical reference and practical guidance for colleges and universities to use the integrated media matrix to carry out network education.

[Key words] media matrix; network education; Current situation research

前言

在互联网媒介融合飞速发展的当下,网络已成为青年群体获取信息、思想交流的重要场域,网络育人也因此成为教育领域的核心议题。“胡杨·融媒矩阵”作为以“胡杨精神”为价值内核,整合多种媒介形态的育人平台,其构建与运行承载着将精神传承与时代需求相结合、探索网络育人新路径的使命。本研究聚焦胡杨·融媒矩阵的网络育人现状,通过分析其构建逻辑、运行实践、育人成效及现存问题,旨在为新时代网络育人体系的优化提供参考。

1 融媒时代的高校育人新探索

当网络媒介成为信息传播的主流,高校育人场域正经历从“单向灌输”到“多元互动”的飞速变革。塔里木大学作为扎根新疆南疆的综合性高校,始终以“用胡杨精神育人、为兴疆固边服务”为办学宗旨,其独创的“胡杨·融媒矩阵”(以下简称“矩阵”)将胡杨精神作为价值内核,整合微信、抖音、校园APP等各大新媒体平台,构建起覆盖“内容生产—传播分发—互动参

与一实践转化”全链条的网络育人体系。截至2024年,该矩阵累计发布内容1.6万条,总覆盖用户超40万人次,其中在校师生占比77%,南疆社会公众占比23%,已成为学校“立德树人”与服务区域发展的重要载体。本研究通过实地调研、数据分析、深度访谈等方法,系统剖析塔里木大学胡杨·融媒矩阵的育人现状,总结其特色经验与现存问题,为边疆民族地区高校融媒育人实践提供参考范式。

2 胡杨·融媒矩阵的构建逻辑与生态架构

2.1 价值内核: 胡杨精神的时代转译

胡杨作为生长在干旱荒漠地区的特殊树种,以“艰苦奋斗、自强不息、扎根边疆、甘于奉献”为精神特质,与新时代青年所需的理想信念、责任担当高度契合。在媒介融合趋势下,单一媒体平台的育人效能逐渐受限,而融媒矩阵通过整合图文、音视频、直播、互动社区等多元形态,能够实现“内容共制、渠道共通、受众共享、效果共赢”。胡杨·融媒矩阵的构建,正是以胡杨精神为灵魂,以青年群体的认知习惯为导向,试图打破传统育

人模式的时空边界，让精神教育从线下延伸至线上，从单向传播转向双向互动。

2.2 矩阵架构：“一核多翼”的平台协同体系

塔里木大学根据不同媒介的传播特性，构建了“核心引领+多端联动”的矩阵架构，形成覆盖信息传播、互动参与、实践转化的全链条：一是核心层（权威发声）：包括“塔里木大学”微信公众号（粉丝5.8万）、校园官网新闻中心，承担政策解读、重大事件发布、胡杨精神理论阐释等功能，是矩阵的“官方喉舌”。其推出的《胡杨精神大讲堂》系列图文，邀请校内教授结合时政热点解读精神内涵，单篇平均阅读量稳定在5000+。二是传播层（广泛触达）：由抖音账号“塔大胡杨青年”（粉丝9.2万），以短视频、直播为主要形式，侧重生活化、场景化内容传播。其中抖音账号的“校园微剧场”栏目，用15-60秒的情景剧演绎校园生活中的价值观选择，如《食堂里的民族团结》通过不同民族学生分享食物的场景，传递“互助包容”理念，单条最高点赞量达3.2万。三是互动层（深度参与）：包含B站账号“塔大实验室”（粉丝1.3万）、校园APP“胡杨圈”（注册用户3.2万），聚焦垂直领域互动与社群建设。四是服务层（实践转化）：“胡杨志愿”平台发布南疆各地支教、环保等志愿信息，年招募志愿者1800余人次。

3 胡杨·融媒矩阵网络育人的实践路径

3.1 内容生产：从“单向输出”到“多元共创”

一是专业团队的精品化生产，团队聚焦“重大主题”与“深度内容”，打造具有思想深度的育人作品。每年围绕“毕业季”“校庆”“重要活动赛事”等节点策划专题；二是线下展览线上同步，360° AI全景展示校园，访问量超3万人次。这类内容虽制作周期长（平均1-2个月），但影响力持久，相关内容较容易被各大平台转载；三是师生的场景化创作，通过“线索征集”“话题引导”等方式激发师生参与。矩阵每月发布“内容选题表”，引导师生捕捉身边场景。四是校地联动的在地化内容，结合南疆发展实际，矩阵与地方合作挖掘具有地域特色的育人素材。

3.2 传播策略：分众化与场景化结合

一是分众化推送，通过分析用户画像（年龄、民族、专业、兴趣）实现精准传播。对新生：通过塔大抖音、公众号、视频号等推送“校园生活指南”“学长经验谈”，《新生报到全流程》短视频，播放量超10万；对毕业生：聚焦“基层就业政策”“校友故事”，阅读完成率达75%；对社会公众：突出“高校服务地方”成果；二是场景化适配，同一内容根据不同平台特性进行形态转化，如“胡杨精神”主题：微信公众号：《从胡杨精神看青年担当》深度图文（3000字+案例）；抖音：《一分钟看懂胡杨精神》动画短视频（卡通形象+关键句）。这种“一次创作、多元呈现”的模式，使同一核心价值在不同场景中被反复强化，如“胡杨精神”相关内容通过多平台传播，总覆盖人次达80万，学生认知度从2020年的65%提升至2023年的92%。

3.3 互动设计：从“参与活动”到“价值共鸣”

矩阵通过多样化互动形式，引导学生从“看客”变为“参与者”，再到“践行者”；一是话题互动，定期发起具有价值导向的

话题讨论，如：“我为师生办实事”活动学生分享志愿服务、技术帮扶等小事，累计发帖2.3万条；“胡杨精神在我身边”活动征集师生践行精神的案例，精选100个故事汇编成电子书；“民族团结一家亲小故事”活动鼓励各民族学生分享互助经历，相关内容总点赞量超50万。二是沉浸式体验，利用技术手段增强参与感；VR虚拟展馆：“胡杨精神纪念馆”上线3个月，访问量达5万人次，用户可“行走”在虚拟胡杨林，点击场景触发校友故事讲解；互动直播：“跟着教授去治沙”直播中，学生可实时向镜头前的科研人员提问，单场互动留言超2000条；三是实践转化，将线上互动延伸至线下行动，形成“认知—情感—行为”的闭环。“胡杨青年挑战”：线上报名后完成“21天读书”“10小时志愿服务”等任务，上传证明可获证书，参与学生8000余人。

4 胡杨·融媒矩阵网络育人面临的问题与挑战

4.1 内容生产的结构性矛盾

原创精品与更新频次的冲突，矩阵需维持各平台的更新频率（微信公众号每周3-4篇，抖音每日1条），导致“为更新而更新”的现象。2023年矩阵内容中，原创精品（制作周期超1周）占比仅25%，转载内容占30%，简易加工内容（如活动通知剪辑）占45%。部分内容质量粗糙，如《校园安全须知》短视频因画面晃动、配音模糊，完播率不足30%。通过调查数据显示，核心吸引力的部分38.51%的用户因“内容丰富”关注，30.15%因“作为塔大人的归属感”关注，两者合计占比近70%，说明内容质量与情感连接是核心吸引力。偏好内容类型中最受关注的校园内容：学校重大新闻（62.99%）、校园美景（51.04%），其次是喜报喜讯（36.72%）、文体活动（34.33%），领导讲话（15.82%）关注度最低，反映用户更倾向贴近校园生活的实用信息。吸引阅读的信息类型：新闻资讯（52.24%）、知识科普（48.06%）、生活服务（47.46%）为前三，搞笑娱乐（37.91%）也有一定需求，说明了用户对“实用+知识性”内容的偏好。

4.2 传播效果精准触达与持续影响不足

一是分众传播的精细化不够，尽管提出分众策略，但对不同群体的需求洞察仍较模糊。例如，针对青少年的内容仅停留在形式简化，未结合其认知特点设计互动环节；对职场青年的传播缺乏与“职业发展”“压力应对”等现实需求的结合，导致该群体的参与度较低（仅占总受众的15%）。二是传播链条的断裂，多数内容传播依赖“一次性推送”，缺乏后续的二次传播引导。如某条爆款短视频播放量达30万，但用户转发率仅5%，且未通过话题延续、用户故事征集等方式形成传播长尾，导致“热度来得快、去得快”。

4.3 互动参与形式化与深度不足

一是互动活动的表层化，部分活动仅停留在“打卡式参与”，如“胡杨精神接力挑战”中，60%的参与者仅完成拍照上传，未进行精神相关的内容分享；社群讨论常因缺乏引导而偏离主题，如“胡杨与人生”话题最终演变为闲聊，未能深化精神认知。思想教育类内容效果红色历史（60.6%）对用户思想教育作用最显著，其次是重大活动（47.76%）、榜样人物（47.46%），政治理论

(22.09%)关注度较低,说明“具象化、故事化”的教育内容更易被接受。由此可以看出优势是:传播正能量、讲好塔大故事(58.21%),弘扬兵团精神、胡杨精神等(56.72%),内容丰富且更新快(43.28%),体现其在价值观引导和内容供给上的核心价值。而不足是:互动性有待提升(49.55%)、媒体形式需创新(46.57%)、兼顾政治功能与人民属性不足(45.07%),是当前最突出的短板。二是用户共创的激励不足,对师生、公众投稿的优质内容,缺乏系统化的激励机制。目前仅采用“平台展示”单一方式,未设置物质奖励、荣誉认证等,导致内容投稿量呈下降趋势(近3个月较前期减少20%)。

5 胡杨·融媒矩阵网络育人的优化路径

针对现存问题,结合高校的资源禀赋与育人需求,塔大的胡杨·融媒矩阵可从内容创新、技术升级、队伍强化、机制完善四个维度进行优化,提升网络育人效能。

(1)内容提质:构建“体验融合、深度与趣味平衡”的生产体系。一是打造分层分类的精品内容库,建立“核心主题+多元表达”的内容规划机制,每年聚焦3-5个重大主题(如“乡村振兴”“民族团结”“科研报国”),集中资源打造系列精品。二是升级内容质量生产,组建“内容创作中心”,设立“内容质量审核委员会”,由思政教师、民族文化学者、学生代表组成,对拟发布内容进行“价值导向+文化适配”双审核,避免形式化与同质化。三是平衡理论性与趣味性,推行“理论内容场景化改造”,将政策解读转化为“问题导向”的内容。

(2)传播优化:实现“精准触达”与“长尾传播”。一是精细化分众运营,通过用户画像分析(结合年龄、职业、兴趣标签)实现精准推送:为青少年开发“胡杨精神闯关游戏”,将知识点融入关卡任务;为职场青年打造“胡杨式成长指南”,结合职业规划、团队协作等主题设计内容;为高校学生推送“学长学姐的胡杨实践故事”,增强贴近性。二是构建传播闭环,对优质内容实施“一次生产、多次加工、全链传播”:将爆款短视频延伸为系列纪录片,将用户投稿故事改编为漫画或有声书;在内容推

送后,通过“话题跟踪+用户反馈征集+二次创作激励”延续热度,如对高互动量的内容发起“你眼中的胡杨精神”续写活动,形成传播长尾。三是拓展传播渠道与合作,与主流媒体建立“内容共建”机制,如每月向“学习强国”新疆平台推荐1-2篇优质内容,借助其流量优势扩大影响力;加入“全国高校融媒联盟”,参与跨校内容联动(如“同上一堂网络思政课”),突破地域圈层;针对疆外用户,制作“南疆故事”系列内容(如《塔克拉玛干沙漠的青春力量》)。

6 结语

“胡杨·融媒矩阵”在思政育人中已形成以红色资源为核心、主流价值观为导向的优势,未来会聚焦用户需求,强化内容贴近性与形式新颖性,完善平台体验,同时依托高参与度优势,建立多元评估机制,进一步提升育人实效。

[基金课题]

本课题系2024年度兵团高校思想政治工作培育建设项目——“胡杨·融媒矩阵”网络育人精品项目(BTSZ2024202)阶段性成果。

[参考文献]

- [1]李瑞玲.“共同生产”模式下融媒体矩阵赋能高校思政教育工作的路径研究[J].今传媒,2025,33(03):153-156.
- [2]李瑞玲.大数据时代融媒体矩阵与高校思想政治教育深度融合的研究[J].湖北开放职业学院学报,2025,38(1):174-176.
- [3]张涵婧.大学生“短视频热”现象:生成缘由、潜在隐患及应对策略[J].厦门城市职业学院学报,2025,27(2):59-64.
- [4]戴春梅,苏宇.高校新媒体矩阵建设的作用、问题和路径探析[J].新闻论坛,2025,39(02):118-120.

作者简介:

余明星(1986--),男,汉族,四川遂宁人,塔里木大学副教授,塔里木大学医学院党委副书记、纪委书记,研究方向:思想政治教育。