

·网络文化·

二次元文化社区：高校思想政治教育的空间转向 ——以“B站”为例



□马静音 曹银忠

[电子科技大学 成都 611731]

【摘要】【目的/意义】随着自媒体的快速发展,高校思想政治教育网络阵地的开辟已从理想变为现实。但是,自媒体的传播特点、用户群像和供给机制使高校思想政治教育面临着机遇与风险并存的现实境遇。【设计/方法】通过对Bilibili弹幕网站(以下简称“B站”)运营模式与思想政治教育育人理念的比较分析可知,“B站”的育人优势集中体现在明确的群体定位、丰富的内容供给、独特的互动模式等三个方面。【结论/发现】目前,“B站”衍生的网络亚文化排外特性与用户群体防御心理,削弱了高校思想政治教育的育人实效。为了将“B站”打造成为高校思想政治教育的网络主阵地,必须从文化立魂、信任筑基、榜样引领等层面实现运营理念的转变和升级。

【关键词】 二次元文化社区; 高校思想政治教育场域; 空间转向; B站

[中图分类号] G41

[文献标识码] A

[DOI] 10.14071/j.1008-8105(2019)-6001

The Two Dimensional Cultural Community: The Spatial Turn of Ideological and Political Education in Colleges and Universities ——Take “Bilibili” as an Example

MA Jing-yin CAO Yin-zhong

(University of Electronic Science and Technology of China Chengdu 611731 China)

Abstract 【Purpose/Significance】 With the rapid development of the media, the opening of the ideological and political education network positions in universities has changed from ideal to reality. However, the characteristics of self-media dissemination, user group portraits, and supply mechanisms make ideological 【Design/Methodology】 A comparative analysis of the operation mode of Bilibili Barrage Website (hereinafter referred to as “Website B”) and the ideological and political education concept of educating people shows that the educating advantages of “Website B” are concentrated in clear group positioning, rich content supply, and unique interaction modes. 【Findings/Conclusion】 However, at present, the “exclusive” characteristics of the network subculture derived from the “Website B” and the defensive psychology of the user group have weakened the effectiveness of ideological and political education in colleges and universities. In order to build “Website B” as the main network of ideological and political education in colleges and universities, it is necessary to realize the transformation and upgrade of the operating philosophy from the aspects of cultural soul-building, trust-building, and example-leading.

[收稿日期] 2019-05-20

[作者简介] 马静音(1995-)女,电子科技大学马克思主义学院博士研究生;曹银忠(1968-)男,电子科技大学马克思主义学院教授、博士生导师。

Key words two dimensional cultural community; field of ideological and political education in colleges and universities; space turn; Bilibili

以二次元元素为文化依托的“Bilibili弹幕网站(以下简称“B站”)”一经问世,便吸引了“Z世代”(又称“网络世代”)群体的注意力。“B站”构建的小众文化圈层与文化内生动力机制,让用户群体扮演生产者与消费者的双重角色,这种输出与输入的灵活切换模式受到青年人的大力追捧。但是,“B站”表现出与高校思想政治教育高度契合的同时,也隐藏着背离之困。随着自媒体的快速发展,深入研究高校思想政治教育场域在二次元文化社区的开辟,已经成为高校思想政治教育实现空间转向的时代课题。

一、潜在性:“B站”成为高校思想政治教育场域的条件优势

(一) 用户群像与高校思想政治教育客体的互通性

群体构成具有交叉性。从静态的群体年龄分布区间来看,作为二次元文化、非主流文化的代名词,“B站”初始用户主要是“90后互联网原著居民”。随着自媒体时代的到来,“B站”引入了二次元文化之外的新元素,包括美妆、舞蹈、电影、纪录片、美食等,赢得了“95后”及“00后”的青睐,实现用户群体的扩张与更新。据B站的招股书显示,其用户有81.7%出生于1990~2009年,属于典型的“Z世代”人群^[1],而当前高校思想政治教育主要对象也是“95后”与“00后”群体。从动态的群体代际更迭规律来看,青年群体自身强烈的反叛心理以及对自我意识的极致追求,铸就二次元文化极为顽强的生命力。这意味着随着时代的发展,充斥二次元文化元素的“B站”必定会在保持较高用户活跃度与忠诚度的基础上,吸引一代又一代的新生群体,这符合高校思想政治教育对象整体年龄的变化趋势。因此,“B站”用户群体与高校思想政治教育对象在群体构成上高度重叠。

群体需求具有契合性。从群体的心理特征上看,“Z世代”群体生活在稳定的社会环境当中,对新生事物有着强烈的好奇心和求知欲,追求多元文化杂糅与混生的新鲜感,渴望在虚拟的社交空间中填补心底“空白”,打破自身与社会“大熔炉”的隔离状态,加速自身社会化进程。“B站”用户这一鲜明特征与高校大学生的心理状态高度相似,知识素养的提升与实践能力的培养都离不开社会大

环境,加上高校大学生对校园生活向社会生存的转型存在着期待与迷茫,他们渴望在同辈群体内心世界的碰撞中获得共鸣,借助群体内聚力打破个体的孤立状态,用群体向心力获得前行的力量。从群体的情感属性上看,“Z世代”虽然生长在“蜜罐”当中,但这一群体对社会财富的占有量较少,也尚未成为推进社会发展的主力军,这就促使该群体渴望通过多样化途径提升自我的存在感与成就感。因此,“B站”用户群体与高校思想政治教育对象在群体需求上高度耦合。

(二) 运营理念与高校思想政治教育目标的融合性

“B站”致力于打造具有高度用户粘性与稳定流量的文化社区,搭建青年和谐互动与优质社交的文化乐园。“B站”用户群体集中于“Z世代”,这一代青年整体文化素质高,思维活跃度高,有较强的打破现实交际圈、扩大社会交往的需求。互联网的深入渗透使“Z世代”感受到网络魅力的同时,群体的孤独感和寂寞感也逐渐上升,他们迫切希望能够在“志同道合”的“圈子”中释放内心世界,实现情感互联。基于对用户需求的科学分析,“B站”在发展正式会员过程中放弃了“利益至上”与“流量至上”的理念。其一,坚持以兴趣为界限,以著名的“会员100问”作为“游客”转“会员”的门槛,搭建网络空间中的“强关系”社交圈。其二,坚持以用户体验为追求,以零广告的视频浏览界面提升用户获取信息的效率,保障用户享受纯粹的文化盛宴。虽然这种发展模式在某种程度上限制了“B站”用户人群的激增与流量的变现,但其为用户提供的高品质文化体验,推动了“感官社交”向“灵魂社交”的转变。可见,“B站”的运营注重用户心理感受与情感归属,凸显着独特的产品定位与浓厚的人文关怀,为青年群体释放心理压力、排解内心孤独、保持身心健康创造良好氛围。

“B站”致力于打造具有深度心理认同与情感共鸣的文化社区,营造青年自我表达与自我展现的虚拟空间。一方面,弹幕互动,集体共鸣。“B站”是国内弹幕视频的先驱,用户在观看视频时可以即时表达自己的观点和看法,实现智慧碰撞、灵感迸发与情感交互。另一方面,玩转视频,内容新生。“B站”之所以能够沉淀忠实粉丝,与站内众多才华横溢的“UP主(指在视频网站、论

坛、ftp站点上传视频音频文件的人)”有重要关系。入驻“B站”的“UP主”大多有精湛的剪辑技术与前瞻审美视角,能够创造出高质量和高流量的文化内容,在一定程度上带领了网络潮流文化的整体走向和演变趋势。在“B站”,“UP主”可以充分发挥自己的创造力和想象力,享受自我实现的充实感和幸福感。这也鼓励更多青年一代打破固化思维模式,跨越思维障碍,将互联网作为自我提升、自我实现的重要渠道。

(三) 多维元素与高校思想政治教育内容的同构性

多元的文化元素促进高校思想政治教育内容的多样化。一方面,丰富的文化种类。“B站”一直秉承“丰富中国年轻一代文化生活”的使命,跟踪用户需求不断提升文化产品的供给质量。截至目前,“B站”在坚持动漫与游戏特色的同时,也开发了VLOG视频、直播、社区服务、购物等模块,实现用户需求与产品定位的精准对接,全面提升用户体验。另一方面,包容的文化态度。极富创造力的“UP主”与“优质的生产内容”是构成“B站”核心竞争力的两大元素。2018年,“B站”以创造力、影响力和口碑力为指标,评选出100位有出色数据表现的“UP主”^[2]。这百位颇具影响力的“UP主”来自不同的国家,涉及网络游戏、动漫解读、音乐编曲、视频剪辑、美食等诸多领域。这种对多元文化的包容态度,符合思想政治教育的学科属性,也满足思想政治教育对象的多元文化需求。

清晰的社区划分促进高校思想政治教育内容的精准化。随着人才培养目标的升级与教育对象认知特点的变化,高校思想政治教育逐步实现“普遍性”向“针对性”、“宏观现象”向“微观主体”的转移,关注点更聚焦,发力点更准确,实效性更鲜明。而“B站”的社区服务模式恰好迎合思想政治教育的这一发展趋势。其一,社区服务满足了用户的个性化需求,对大学生特长的培养与视野的拓展具有重要意义。目前,“B站”已创设番剧、国创、纪录片、音乐、漫画、时尚等多个分区。并且,平台会对用户浏览内容进行自动分类,智能推送符合用户兴趣点的相关内容。其二,社区服务节约了用户的搜索时间,对大学生学习环境的净化与学习效率的提升具有重要意义。“B站”设置的选择“频道”能够帮助用户迅速锁定目标区域,增加有效学习时间。另外,社区内文化产品属性相同但形式多样,这在降低冗余信息干扰的同时,保障了社区文化稳定性。

二、挑战性:“B站”上架高校思想政治教育内容的潜在阻碍

(一) 心理防御——用户的抵抗情绪与逆反效应

据QuestMobile研究院2018年数据显示,“B站”是移动视频中“Z世代”用户占比最高的APP,高达81.4%,也是最受“Z世代”偏爱的泛娱乐APP,活跃渗透率高达247.5^[3]。这一数据表明“B站”有庞大的“90后”粉丝基础,有着极高用户活跃度和会员留存率,而这种惊人的用户粘性源自“90后”群体对“B站”营造的兴趣圈层的认可与守护。但作为承载二次元文化的网络平台,“B站”独树一帜的风格也使其用户有着极强的心理防御意识,一旦领地遭受“入侵”,便会激发强烈的逆反效应。

思想政治教育入驻“心灵乐园”,易引发用户的群体焦虑。首先,思想政治教育对主流文化的输出与用户渴望扩张亚文化话语空间的矛盾。互联网的快速发展,在某种程度上改善了青年亚文化的生存环境。而思想政治教育“触角”向“B站”的延伸,必定会给用户释放出“压缩亚文化”生存空间的信号,继而引发用户群体强烈的排斥心理与反入侵行动。其次,思想政治教育导向功能与“B站”亚文化颠覆精神的对抗。相较于主流文化,亚文化宣扬求新立异、释放个性,颇受追求刺激感与新鲜感的“90后”群体的青睐。作为青年亚文化的传播载体,对“创变与颠覆”的极致追求已然成为“B站”的文化标签。这就意味着思想政治教育坚守的主流价值观作为“外来客”,不可避免要与“B站”“土著的”亚文化基因产生摩擦与碰撞。再次,思想政治教育互动模式与用户追求朋辈精神抚慰的对峙。目前,“B站”用户出现低龄化趋势,在网络空间中借助朋辈群体排解孤独感与迷茫感的欲望更强烈。这种封闭式调整心理状态与塑造价值观念的方式,背离了思想政治教育构建主客体良性互动关系的理念。

(二) 圈层固化——社区的排外特性与隔离效应

深陷舒适圈:“B站”社区精准的兴趣聚类成为思想政治教育环境开发的第一道防线。根据用户反馈信息,以兴趣点和关注点为标准的分区管理是“B站”受到追捧的重要原因。这种分区模式使用户可以在自己的“文化地图”^[4]里结交大量志同道合的朋友,建立并拓展自己的交际圈。加之虚拟网络空间赋予了用户平等的网络身份,从而弱化了社会地位、物质财富衍生出的交流障碍,为用户营造

了最舒适的社交圈。在舒适圈中用户容易获得心理上的安全感,但随之会产生较为明显的思维惰性与认知障碍,对新知识与新元素的接受能力与适应能力下降。因此,“B站”社区服务存在引发用户“视野缺损”的隐患,使得思想政治教育难以冲破防线进入舒适圈,用户群体也无法享受真正的“舒适”状态。

文化归属感:“B站”社区浓厚的文化基调成为思想政治教育内容输入的第二道防线。社区的文化氛围是用户忠于“B站”关键所在,而对社区文化的归属感则是“B站”拥有极高用户粘性的根本原因。一方面,用户被社区的文化生态所吸引,将社区作为自己的情感栖息地;另一方面,用户致力于增添社区文化的魅力,将社区视为自己的文化版图。部分“铁粉”甚至将“B站”的社区文化上升为一种信仰,用排外的方式捍卫社区文化情感底蕴。但是,这种基于文化氛围勾勒出的“无形界线”,无疑会阻碍多元文化元素的引入,斩断社区文化发展的外部推力,使得社区文化的渐进式创新略显苍白而无力。因此,如何应对“B站”社区文化的排外特性,消解用户的“被入侵”心理,成为思想政治教育开辟新场域必须处理的关键问题。

(三) 流量固化——内容的智能推送与标签效应

第一,“投食式”的内容推送限制了思想政治教育元素的流量占比与辐射范围。大数据技术的广泛使用,实现了海量数据的搜集、识别、筛选、提取、分析及处理,让网络资源的智能分区与用户需求的追踪成为可能。“B站”作为泛娱乐类APP的典型代表,非常注重用户文化体验,它运用大数据手段追踪用户浏览的数据痕迹,然后采用智能算法分析用户的内容偏好,继而建立用户的“个性化需求档案”,最后向用户推送精准的优质内容。这种用户需求与供给内容的精准对接,克服了用户自主选择的盲目性,降低了内容冗杂性,有利于用户挖掘优质内容蕴含的深层价值。但是,内容“投食”往往导致用户获取信息的碎片化,难以形成完整的认知图景。在这种推送模式下,思想政治教育元素会因没有原始粉丝基础和浏览热度,很难登上平台“热门”,影响广度与深度也会受限。

第二,“争夺式”的运营转型增加了思想政治教育环境的干扰因素与复杂程度。尽管“B站”在“Z世代”群体中呼声颇高,但据“B站”2018年财务报表显示共亏损5.65亿元,整体仍未盈利^[5]。昂贵的运行成本与连续亏损的惨淡局面促使“B站”不得不撕掉“佛系”标签,逐步开展商业化探索。

目前,“B站”已开通游戏联营、会员购、视频软广告、大会员权限、“UP主充电计划”、直播平台打赏等盈利渠道,但随之而来多数粉丝担心“B站”的社群文化会逐渐被商业洪流所侵蚀。因此,“B站”能否实现人文关怀与经济效益的精致平衡,能否继续传递“青春”与“热爱”的品牌形象,对思想政治教育场域的开辟至关重要。

三、跨越性:“B站”催化高校思想政治教育效果的实践格局

(一) 文化立魂——开发思想政治教育的“优质内容”

据第43次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,我国网民以中等教育水平群体为主,受过大学专科、大学本科及以上教育的占比分别为8.7%和9.9%^[6]。随着网民群体受教育程度的提升与“网络理性”的觉醒,自媒体的核心竞争力已从外在“流量包装”转移到“内容优化”。视角向“内在美”的聚焦,不仅代表了网民需求的升级,也指引了自媒体平台的战略转移。因此,“B站”要取得良好的教育效果,必须提供优质的思想政治教育内容。

首先,要建立有品质力的思想政治教育内容体系。“B站”作为多元文化汇聚的平台,其存在本身就展现了极强的包容性,渴望构建一个虚拟的乌托邦式的亚文化互动场域。因而,思想政治教育内容要被目标受众所接纳,必定要做到兼容并包、博采众长。一方面,坚持主流,强本固基。无论是虚拟网络空间还是现实育人场景,高校思想政治教育的根本使命就是引导社会的价值导向,传播主流意识形态和价值观。另一方面,多元碰撞,守正创新。“B站”在坚守政治站位的基础上,必须提供多类型、多层次、多视角的思想政治教育素材。在潜移默化中实现价值观的引导和完整人格的塑造。其次,要创造有吸引力的思想政治教育表现形式。内容决定思想政治教育的公信力,形式影响思想政治教育辐射强度。因此,“B站”必须加强自媒体平台的理念互通与经验互鉴,大力推进技术研发,开发更为多样的文化输出形式。

(二) 信任筑基——培育思想政治教育的“社区认同”

划分社区是“B站”提升用户粘性的重要方式,但形成社区文化影响力才是其最终目的。思想政治教育相较于其他学科,具有明显的包容性和综合性,这也意味着思想政治教育内容的社区归属也

要有所不同。

以“渗透”与“融合”为方向形成思想政治教育的“双圈层”。第一,借助“大圈层”形成浏览热度。多元文化交汇是“B站”的大“卖点”,新用户刚登录时往往不会直接进入兴趣区,而是浏览推荐页面与站内热门。因此,为吸引种子用户的注意力,“B站”要在平台主页有目的性的推送思想政治教育元素,继而利用“热搜效应”扩大思想政治教育受众。第二,构筑“小圈层”提升用户粘度。种子用户通过“大圈层”进入“小圈层”之后,部分群体会因自身认知特点与思维方式无法融入社区环境,从而造成教育对象的流失。因此,要实现“路转粉”,提升思想政治教育社区的用户留存度,必须维护社区内容生态,用“共鸣”与“热爱”赢得粉丝信任,形成思想政治教育社区的合聚力和向心力。第三,促进社区之间的粉丝互动,建立规模更大的粉丝社群。“Z世代”群体作为助推潮流文化发展的主力军,其文化需求必定是多元化的,这表明用户可能同时在多个社区开展娱乐体验。因此,“B站”要优化思想政治教育的成效,就必须打破社区的闭合状态,用热度排行施加社区发展的外部压力,用粉丝互动激发社区发展的内在潜力。

(三)榜样引领——塑造思想政治教育的“知名UP主”

邀请教学名师,打造具有影响力的“思政UP主”,用榜样力量圈养铁杆粉丝。数据显示,2017年度由UP主创作的视频内容占“B站”整体视频播放量的85.5%^[7],可见“UP主”的活跃度已然成为“B站”流量的重要来源。因此,要发挥思想政治教育的引导作用,就必须培养一批具有口碑力与影响力的“UP主”。

第一,定期上传经过“电子包浆”的教学视频,用讨喜的剪辑方式拉近主客体距离。思想政治教育的主客体互动过程就是施教的过程,而教师的亲和力与感染力则是维系这种和谐互动的重要纽带。因此,思政“UP主”一定要从“B站”整体的二次元文化基调中汲取教学元素,尽可能“入乡随俗”以弱化教育对象的排斥心理。第二,开设线上“思政微课堂”,用精准的舆情预判与即时的热点解读提升思想政治教育的实效性。要发挥思想政治教育的实践价值,就必须实现事前引导与事后反思有机结合。因此,入驻“B站”的思政“UP主”可以通过站内热搜预判舆情走向,并以此为素材和案例构思教学内容,这不仅符合了思政课贴近学生、贴近生活的教育理念,也会为“UP主”打上独特

的时政标签,从而扩大粉丝基础。第三,采用网络直播拓展互动渠道,用接地气的方式增添虚拟课堂的“烟火气息”。思政“UP主”可以在直播间里有目的引出讨论话题。这一过程提升了教育对象的参与感与获得感,也使教育者赢得教育对象的信赖与支持,实现了教育主体的客体化与教育客体的主体化。

四、价值性:“B站”发挥高校思想政治教育功能的深层意蕴

(一)净化流量生态,实现“B站”价值转型与功能升级

催生流量裂变,助推“B站”品牌形象与品牌宗旨的完美耦合。在“看不见的脚”及“经济人理论”的“蛊惑”下,只为博人眼球的标题党利用“Z世代”群体猎奇与窥探心理争夺流量的同时,必然引发网络生态陷入乱象频生、泥沙俱下的窘境。随着思想政治教育场域在二次元文化社区的开辟和拓展,思想政治教育将对铲除“网络黑产”的滋生土壤,净化流量生态发挥重要作用。这不仅能使“B站”与主流价值取向“邂逅相逢”,实现其价值转型,同时还能防止“B站”“公地悲剧”的上演。一方面,有利于提升品牌影响力,增强用户忠诚度,扩展品牌“橱窗”,让“B站”为大众群体所熟知。另一方面,有助于塑造正面的品牌形象,满足用户对品牌的憧憬联想,强化品牌在用户记忆中的图景,让“叛逆文化”为主流文化所接纳。

发挥育人功能,促进“B站”商业价值与社会责任的有机统一。作为“Z世代”群体极具青睐的二次元文化社区,“B站”不仅充当着惨绿少年“集会”的网络阵地,其供给内容也会成为“Z世代”群体争相模仿的原生素材。因此,“B站”在实现商业价值的同时必然承担着育人育才的社会责任。在思想政治教育主流价值观的浸染下,“B站”能够更清醒地认识到用编造方式抓人眼球,用戏剧化手法扭曲表达,用“噱头”来争夺流量和热度绝非长久之计。唯有遵循媒介基本伦理,在万事亨通、盆满钵溢之际,适时停下脚步俯瞰当下,实现商业价值与社会责任的有机统一,才能不被时代洪流湮灭,将“B站”缔造成为饱含情怀的商业传奇。

(二)创新育人模式,实现“思政”场域拓展与格局构建

空间延伸,拓展思想政治教育场域。信息技术风发泉涌般的发展,使得信息传播受众扩大、时间缩减、成本骤降,知识更新周期缩短、速度加快,这给思想政治教育带来了前所未有的挑战。伴随人

类生存领域向虚拟网络空间的延伸,思想政治教育的空间转向与网络话语权的构建已迫在眉睫。

“B站”作为“Z世代”的网络“宠儿”,其与高校思想政治教育的结合,不仅推动了思想政治教育场域向自媒体平台拓展,也实现了思想政治教育的文化引流功能,改善了网络空间话语失序、价值错位的复杂局面。

媒体融合,构建“大思政”育人格局。随着媒体融合和信息技术的迅猛发展,网络压缩时间与空间的能力,极大促进了信息的传播与扩散。但海量资讯呈爆炸式输出的同时,也伴随着内容优劣杂陈、信息选择困难的境况,使得个性张扬、易走极端的“Z世代”群体惘然迷离。因此,推进媒体与校园的联动、协同与交融,构建“大思政”格局成为教育之应然,适应时代发展潮流之必然。作为“大思政”系统中的一个子系统,“B站”思想政治教育功能的发挥,不仅是对“协同育人”“教育合力”理念的现代化诠释,更是对“大思政”格局之“大”的有力补充。

(三)奏响育人强音,实现“协同”理念渗透与模式建构

强化协同育人意识,促进协同育人的路径探索。习近平总书记指出:“要坚持把立德树人作为中心环节,把思想政治工作贯穿教育教学全过程,实现全程育人、全方位育人,努力开创我国高等教育事业发展新局面”^[8]。随着信息技术的快速发展,教育对象与教育环境愈发复杂化,这使得思想政治理论课内容结构、教学模式与方法体系的时代化刻不容缓。“B站”是年轻人潮流文化的娱乐社区,其多元的文化元素提升了高校思想政治教育内容品质,多样的传播形式焕发了高校思想政治教育的生命力。并且,“B站”与高校思想政治教育的协同,为自媒体平台的形象再塑造与角色再定位指明了方向,也为融媒体时代高校思想政治教育的创新发展提供了思路。

变革传统育人理念,推进思政教育步入“新时代”。目前,网络技术在高校教学中应用广泛,“互联网+教育”已成效初显。但是,高校思想政治教育对信息技术的应用整体较为粗放,侧重于教学模式的变革,却忽视了教学内容的更新,未能有效提升思想政治教育的实效性。因此,要真正发挥科技的育人价值,打造智慧课堂,就必须充分释放科技活力,实现粗放式输出向精细化植入的嬗变。将思想政治教育移植到二次元文化社区,不仅能一

改思想政治理论课“内容冷硬、语言生硬、表情僵硬”的刻板风格,还能打破单向输出对传受互动的桎梏,增强思想政治教育亲和力,实现思想政治教育由注入式向启发式的转变,从而有效提升高校思想政治教育的实效性。

总而言之,在自媒体时代,高校思想政治教育向二次元文化社区的空间转向是大势所趋。这预示着“B站”将从小众走向大众,从边缘走向中心,不再扮演隔离亚文化与主流文化的“尴尬角色”,不再仅仅依靠“小众文化共同体”的旗帜营造品牌形象。并且,这种转向也将拓展高校思想政治教育的作用场域,极大提升思想政治教育的育人成效,加速思想政治教育特色化、现代化及社会化的进程。但是,我们要清醒地认识到“B站”思想政治教育场域的开辟只是“互联网+教育”的起点,在未来媒体深度融合的过程中会不断衍生新问题与新挑战,这意味着要实现思想政治教育立德树人的根本任务,仍需整合多方资源,凝聚教育合力。只有这样才能为自媒体的繁荣发展,为中华民族的复兴大业储备人才。

参考文献

- [1] 腾讯网.“Z世代”和他们的哔哩哔哩[EB/OL]. [2019-04-02]. <https://new.qq.com/omn/20190228/20190228A13SG5.html>.
- [2] 哔哩哔哩弹幕网.POWER UP 100[EB/OL]. [2019-04-02]. <https://www.bilibili.com/blackboard/activity-BPU2018-main.html>.
- [3] QuestMobile移动大数据研究院.QuestMobile Z世代洞察报告[EB/OL]. [2019-04-02]. <http://www.questmobile.com.cn/research/report-new/31>.
- [4] 人民日报评论员.媒体推送:不能为聚合而迎合(新媒体观察)[N].人民日报,2017-03-30(14).
- [5] 腾讯网.“Z世代”和他们的哔哩哔哩[EB/OL]. [2019-04-02]. <https://new.qq.com/omn/20190228/20190228A13SG5.html>.
- [6] 中国互联网络信息中心(CNNIC).第43次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL]. [2019-04-02]. <http://www.cnnic.net.cn/hlwfyj/>.
- [7] 阑夕.B站——一个二次元社区的胜利[EB/OL]. [2019-04-02]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1594377062650172899&wfrspider&forpc>.
- [8] 习近平.在全国高校思想政治工作会议上强调: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).

编辑 肖忠琴