



贯彻“两个结合” 高校如何打造可视化育人空间



编者按

1月24日，由中国青年报社、团黑龙江省委、中青校媒主办，哈尔滨市委、黑龙江大学承办的“贯彻‘两个结合’全国高校可视化创作交流会”在黑龙江省哈尔滨市举办。来自全国近百所高校的100多位从事宣传工作的教师参与交流研讨。
深刻理解和把握“两个结合”的重大意义、实践价值，对高校落实立德树人根本任务、推进大学文化建设、实现高质量发展具有深远的意义。本次交流会围绕如何将“两个结合”融入青年思想政治引领工作展开，探讨如何运用新

媒体新技术提升可视化创作水平，活化思想政治工作与高校文化建设，更好地贴近、服务青年学子，向世界讲好中国故事、尤其讲好中国青年故事，从而为培养担当民族复兴大任的时代新人而不懈努力。
交流会上，来自多所高校从事宣传工作的教师分享交流可视化创作经验。从理论和实践层面展开探讨，主题既有如何坚持贯彻“两个结合”，筑牢青年意识形态主阵地；也有如何利用高校学科优势树立文化自信、建立中华优秀传统文化与当今中国的联结；还有丰富生动的校园文化建设案例等。特摘编如下，以飨读者。



践行“两个结合” 讲好北大故事

陈波 北京大学融媒体中心副主任

从2019年4月开通抖音号起，北京大学短视频创作和平台运营已走过5年时间，发展非常迅速。我们的工作主要分为短视频和长视频的创作与推送。

短视频方面，我们的运营机制不断改革发展，从把传统电视的栏目搬到网上，到以视频类型分工，其后又逐渐探索出“平台+类型”的机制。4位教师和50多名学生分成新闻组、活动组、访谈组和不同的平台小组，分工协作，定期举办选题会、分享会和培训会等。过去一年，我们围绕“紧抓重大活动、挖掘师生典型、凸显学术思想、展示青春活力、分享美景美食、展现校园温情”等几个方面进行创作，共制作发布短视频580多条，学校各平台播放总量超过11.5亿。此外，我们发挥北大学科优势，特别注重在传统文化方面的宣传报道，不仅多次报道诸如《儒藏》精华编出版等内容，还经常关注弘扬、传承优秀传统文化的演出、讲座等，助力大树文化自信，建立中华优秀传统文化与当今中国的联结。

长视频模块，我们每年跟进报道近200场学术论坛、讲座、云游参观等，以另一种形式传播北大形象，同时在新时代以新的技术形式延续北大老校长蔡元培先生在100多年前创办“平民夜校”时的初衷，实现知识的普惠。我们创作的目光聚焦普通人的生活百态，也关注理论与思想的激烈交锋。2018年，我们和学校马克思主义学院合作，策划推出了《思政热点面对面》。我们从众多理论热点问题中梳理出一些关键词，针对这些关键词，由学生记者广泛征集同学们关注的、和大家学习生活紧密相关的问题，再由马院的教师来答疑解惑。节目由来自全校20多个院系的50余名学生参与，播出后效果非常好。紧接着，我们又推出了《新中国70年7个重大理论问题》，这一次除了北大的教师外，还邀请了清华大学、中国人民大学、北京师范大学、中共中央党校(国家行政学院)等高校和单位的专家学者共同参与。通过教师和学生间的讨论，节目参与度更高、互动性更强、气氛更活跃，实现了现场教学、现场答疑。2022年年底至2023年年初，我们又推出了《北京大学学习贯彻党的二十大精神专题讲座十六讲》，这一次我们集合全校不同单位、院系的力量共同打造，同样也取得了很好的效果。北大思政课程系列视频是践行“两个结合”，特别是把马克思主义基本原理和大学生学习、生活实践相结合的创新典型案例。

回顾高校视频创作及平台运营，我认为首先要坚持开放多元。融媒体时代的“传与受”日渐模糊，要鼓励过去被认为是受众的学生充分参与，这样才能创新话语，同时在此过程中实现校园媒体育人的价值；其次要坚持客观专业，坚守校园媒体立德树人的学术思想和青春活力的定位，针对融媒体时代和短视频的特点，创新传播内容和方式；最后要坚持人文关怀，在创作中始终关注基层师生，并适度融入情感，发挥视频的情绪价值。

作为高校宣传部门的教师，我们在推动文化繁荣、建设文化强国和建设中华民族现代文明方面责无旁贷。让我们共同努力，为培育和创造新时代中国特色社会主义文化作出更大的贡献。



把握视频传播优势 打造新型高校思政阵地

黄艳 中山大学党委宣传部常务副部长

大学生在哪里，高校思政工作就要做到哪里。视频传播热潮涌起之初，其碎片化、泛娱乐化、去中心化等特征俨然成为高校思政工作的严峻挑战。如今，随着各大高校主动拥抱新兴媒介技术，视频以明显的传播优势、突出的叙事表现力成为当下思想引领的新阵地。从严峻挑战到新型阵地，高校视频阵地建设做对了什么？我认为有以下三点。

第一，顺势而为，拥抱新平台，挺进大学生的阅读圈。视频平台的用户已经超过10亿，视频阅读已然成为阅读新习惯。新形势下，高校宣传也进入了3.0的视频时代。目前，全国已有超过500所高校开通了视频号账号，其中不乏百万粉丝级的明星账号，高校正成为独具特色、各具魅力的视频传播主力军。2021年11月，中山大学视频号、抖音号、B站号同步开通。在吸收学习兄弟高校经验的基础上，以师生共建、校院共建模式挺进视频传播主阵地，让他们成为创作主力军，把镜头对准学生的“目的地”。

第二，把握优势，依靠学生，打造青年身边的“自”媒体。当今，受众喜闻乐见的传播形态已不同于以往任何一个时代，作为Z世代的大学生更是如此。大学生对高校视频阵地有着天然认同优势、情感优势和在地优势。把优势转化为新型思政阵地的建设能量，需要强化高校视频号之于大学生的“身边感”和“身份感”，做成大学生自己的平台，让他们成为创作主力军，把镜头对准学生，同时也把快门交给学生，充分发挥大学生的主动性和创造力，打造他们的“自”媒体，以“生”力量激发大流量，大流量引领正能量。

第三，守正创新，善于表达，做大做强思政同心圆。能不能把大学生吸引到新的阵地来，还是要靠作品说话。在中山大学的实践中，既有“新瓶装老酒”的坚持，比如用99秒短视频呈现学校春、秋季工作会议，让传统“硬题材”实现“软着陆”，提升师生感知度、认可度；也有“新树开新枝”的尝鲜，比如用定格动画呈现中大学子的一天，以“可可爱爱”的画风展现中大学子勤奋好学、追求卓越的形象；还有针对特定主题的“大制作”，比如从优秀教师中凝练故事原型，拍摄微电影《师者》，升华中大师生情。在新表达、新形式、新故事里，最大限度提升大学生的政治认同和文化自信。



深耕内容 创新形式 ——思政可视化视域下的网络育人工作探究

肖博宇 黑龙江大学党委宣传部副部长

习近平总书记在全国高校思想政治工作会议上指出：“要运用新媒体新技术使工作活起来，推动思想政治工作传统优势同信息技术高度融合，增强时代感和吸引力。”贯彻“两个结合”，我有以下3个心得。

一是坚持“合作共赢”，搭建纵横分布的媒体矩阵。黑龙江大学于2015年成立了黑龙江省首家新媒体联盟。新媒体联盟共有我校52个二级单位运营的新媒体账号143个，年均发布图文、视频等信息3万条以上。在日常工作中，校、院两级新媒体矩阵密切配合，尤其在重要时间节点和重要活动中，全校新媒体矩阵账号共同联动，取得了很好的传播效果。

二是突出“有声有色”，营造主题鲜明的育人氛围。黑龙江大学的思政可视化，充分发挥校内红色资源的作用，依托黑龙江大学博物馆中的校史展、馆藏文物展、马克思主义在中国早期传播展、马克思主义在黑龙江早期传播展、新中国文艺从延安走来等红色教育基地，积极开展丰富多彩的情景研学活动，传播红色文化、弘扬革命精神。学校还整合构建了情景研学的“课程群”，并借助大数据、全息影像、虚拟现实等数字技术，拓展思想政治教育的覆盖面和影响力。在党的二十大召开之后，学校组织师生录制了视频版“30个关键词带你走进党的二十大”，把党的二十大精神通过可视化形式及时传递给师生；在党史学习教育期间，学校录制了“四史”微领导视频；在主题教育期间，学校录制了快问快答短视频，通过线上互动的形式，增加学生的参与感，让思政教育更加生动。

三是聚焦“应势而动”，推出师生关注的视频作品。近几年迎新季，学校各部门合作，通过短视频、微电影、主题海报、图片集、新闻速写等形式推出迎新季的系列主题宣传。在考研季，学校打破以往文字、海报的格局，进行了全盘策划，在充分调研的基础上，邀请心理健康教育中心的教师与我们一起推出了一系列考研倒计时内容，这些都收到了很好的反响。在今年火热的旅游季中，黑龙江大学与广西壮族自治区玉林市开展了文化旅游交流活动，并通过线上进行直播；同时，还邀请鄂伦春族“口弦琴”和“赞达仁”的传承人到学校开展民族文化进校园活动，相关短视频浏览量达到205万。



显底色 创特色 增亮色 ——中国人民警察大学可视化创作实践与思考

刘通 中国人民警察大学党委宣传部副部长

如何践行“两个结合”，增强可视化内容的传播力、影响力？我们有以下几点认识和思考。

一是着力构建思政大平台，彰显人民警察忠诚底色。近年来，中国人民警察大学始终坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，深入学习贯彻习近平文化思想，把握领会习近平文化思想的重大意义、丰富内涵和实践要求，结合“公安姓党”的根本政治属性和新时代公安院校的中心工作、业务特点，将学校对外宣传平台作为“大思政课”育人的重要组成部分，通过多种形式不断拓宽思政育人渠道，创新工作方式，探索以青年学生喜闻乐见的形式开展宣传、教育工作。

中国人民警察大学一直努力利用新媒体平台特别是短视频平台强烈的互动性、沉浸感和冲击力，吸引警校生群体的注意力。指导学生团队围绕“传承红色基因 擦亮忠诚底色”开展内容创作，抓住短视频短、新、快的特点，依托短视频赋能大学生思政工作，以新理念、新方式培养新时代青年学子，让大学生在轻松的氛围中接受教育、感悟真理。

二是着力讲述警大好故事，凸显公安院校办学特色。近年来，中国人民警察大学短视频平台立足公安院校教育教育的覆盖面和影响力，紧紧围绕公安工作的业务特点，深入挖掘、捕捉校园生活中的真实场景画面和真切故事情感，创作了一批独具特色、贴近实战、直击心灵的作品。同时我们注重研究各视频平台的运营规则，找准警校内容和平台推送机制的契合点，把握发布节奏，解锁“流量密码”，不断增强粉丝黏性，形成持续稳定的内容输出模式。我们还积极与其他公安兄弟院校合作，形成宣传合力，不断提升公安院校整体影响力、传播力和美誉度。

三是着力传递公安正能量，尽显网络空间时代亮色。一个有责任、有担当的新媒体创作团队，要承担起应有的社会责任。中国人民警察大学短视频平台主动担负起弘扬主旋律、传播正能量的责任，努力参与构建清朗网络空间，弘扬网络文明。针对电信网络诈骗、网络谣言、网络暴力等部分不良网络行为，中国人民警察大学以公安专业和青年警校生的视角，主动发声，力求引导广大青年粉丝树立正确的价值观和世界观，实现正能量与大流量同频共振。



推进媒体融合 构建大宣传格局

龙泉 武汉大学融媒体中心副编审

目前，武汉大学拥有微信视频号、抖音号和快手号等短视频账号，总粉丝量约300万，2023年发布了超过680件作品，总播放量达6亿。

在选题上，武汉大学围绕重要时间节点，聚焦主题主线，扎实推进官方平台的日常教育和价值引领作用。我们日常关注较多的选题主要有两大类，第一类是新闻资讯类，如开学典礼、毕业典礼、樱花季等重要事件，我们既会推出活动现场总体回顾剪辑视频，也会精选活动主要环节，制作精彩瞬间系列短视频。第二类选题是学术研究类，我们会针对武汉大学部分学科、专业的发展情况，解读学科发展历程，对研究方向和研究成果进行完整的呈现。

我们在实践中发现，越是贴近实际的内容，越容易被同学们关注。比如，涉及学校设施改造升级，餐饮环境优化、食堂菜品更新等方面的视频内容，不仅同学们爱看，互动讨论参与度也比较高。与校园文化、校园风光相关的视频内容，也是同学们比较喜闻乐见的。

2023年是武汉大学130周年校庆。过去一年，我们挖掘校园文化和历史文化元素，策划打造双语校庆专题视频《流风甚美》，集中呈现学校建校130年历程和成果，重点展现新时代人才培养、学科建设、科学研究、国际交流、社会服务等方面的成就。从校庆日倒计时50天起，我们以一天一集的频率发布50集纪录片《珞珈》，讲述武汉大学的经典建筑，探究珞珈黄宫的前世今生，钩沉过往，致敬先贤。这一系列视频在武汉大学官方微博、视频号、抖音号等新媒体平台推出，共收获300多万播放量。

校庆期间，我们还打造了《聆听珞珈》纪录片，以声音为线索，例如校园水滴的声音、风的声音、书页翻动的声音等，勾起校友们的武大回忆。

在直播方面，武汉大学2023年直播场次超过100场，播放量超过1亿。我们通过构建大宣传格局，传播正能量，联合学校招生办、学工部等部门推出招生季、本科新生训练营等直播活动。每年武汉大学毕业典礼直播作为我校的“最美思政课”，也会受到很高关注。

另外，我们注重与中央及省市级媒体、武汉大学海外社交媒体平台、武汉大学微博微信等进行联动，逐步形成策划共享、资源共享、团队共享的模式，提升传播效果，扩大影响力，讲好武大故事。



如何利用重大事件在可视化平台破圈的探索与思考

夏洋 浙江传媒学院全媒体实验创新中心节目制作部主管

“打造有温度的融媒育人空间”是浙江传媒学院全媒体实验创新中心的主要理念。早在2016年，浙江传媒学院就建立了媒体融合云平台实验室。2019年，根据媒体融合发展和全媒体型人才培养的需要，浙江传媒学院成立了集新闻宣传、媒体运营、实验实训、作品创作、节目研发、大学生创新项目管理以及社会服务于一体的全媒体实验创新中心。

在去年杭州亚运会期间，浙江传媒学院完成了一次在重大事件中的全媒体练兵，充分发挥学科专业优势，围绕开闭幕式演员、训练场馆志愿者、颁奖礼仪、播音员等工作人员，深度挖掘亚运赛场上涌现出的浙传身影，推出了一系列全媒体作品。这些全媒体作品，有不少成为“爆款”。其中，短视频在整个全媒体传播中的浏览量贡献度超过90%。

在重大事件传播中，选择短视频形式更容易直击主题，报道的视听冲击力更强，十几秒的时间要求短视频必须“短而精”，在字幕、封面的设计上，也要帮助用户在最短的时间看到他感兴趣的内容。

亚运会期间，我们推送的短视频“校友潘迪安咆哮式播报”浏览量超5400万，这条短视频在视频号破圈后，我校官方微信公众号一周涨粉超过了10万。

去年亚运会男篮小组赛期间，中国台北队对阵中国香港队，现场DJ播放了《我的中国心》《我和我的祖国》这两首歌，我校校友梁佳瑞在现场说出了“只有一个中国”这句话，受到众多网友点赞。我们在制作这条视频时，在字幕和文案上引用了一些网友评论，激发了更多网友参与评论的热情。

浙江传媒学院在重大事件中的可视化报道策略主要有四点：一是提前策划，重大事件的相关信息是可以提前预知的，有一定的时间允许我们做好充足的准备；二是分工明确、落实到人，杭州亚运会期间，我们整个团队运行有条不紊，轮换值班，顺利完成了既定的报道工作；三是克服困难、抢占先机，重大事件报道节奏快，对我们的制作要求很高，很多时候我们的短视频刚发布，立即就要开始二次转化，制作推文、海报、H5等形式的融媒产品。四是内容为王、矩阵宣传，对优质内容进行融媒生产，跟踪报道，积极联动各大媒体进行矩阵宣传。

浙江传媒学院亚运会期间的不少融媒尝试也受到了海外媒体的关注。浙江传媒学院正在尝试以国际化传播视角，通过年轻化、智能化的视觉传达技术，传播东方思想，在更广阔的舞台讲好学校发展和中国青年的故事。

