

多点协同 赋能城市网络形象传播效能提升

高 婷

习近平总书记强调,我们必须科学认识网络传播规律,提高用网治网水平,使互联网这个最大变量变成事业发展的最大增量。这为城市网络形象传播指明了方向。

对于城市而言,互联网的深度嵌入已从根本上改变了其传播生态:城市有物理空间的格局,又在网络空间被不断书写、重构,物理空间与网络空间深度交织,深刻影响城市对外表达的整体逻辑,因此,城市在一定程度上可被恰如其分地视为有传播属性的“数字生命体”。城市网络形象即地方声誉,也是国家软实力的重要组成部分。

近年来,学界及业界对城市网络形象的关注明显加强。有学者研究认为,城市规模与网络形象并无线性关系,生活品质、治理效能都是网络传播竞争中非常重要的变量。因此,将传播效能提升的原则转化为具体实践路径并非易事。笔者试从“筑牢民生根基”“推动文化升维”“促进多方联动”“强化治理效能”这四个方面出发,探析构成城市网络形象从“流量驱动”向“价值共生”跃升的系统框架。

筑牢民生根基:以治理实效支撑城市口碑

城市网络形象的根本立足点绝不是传播技巧,而是线下治理的实际成效。实践表明,“城市生活”与“城市治理”两大维度是决定城市网络形象口碑最直接和重要的因素。

以人民为中心的发展思想在城市传播中的落实,首先要从人民群众可

感知知的城市日常生活中寻找起点。不少例子印证了这一逻辑。有的城市把精细化管理落到实处,因而治安防控、市容保洁等诸多民生工作做得十分扎实,网络形象排名稳居前列;另有城市以“长者食堂”、老旧小区改造等具体措施赢得良好口碑。这些实践表明,把民生温度转化为公众认同,城市形象就会自然呈现,也更有利于做到“引导人”而不是“说服人”的传播,传播本身便成为可感可知的民生回声。

推动文化升维:以文化自信塑造传播标识

目前部分城市网络形象传播存在内容同质化、叙事模板化、标识模糊化等痛点。破解此困境,需要着力赓续中华文脉,系统、有计划地推进中华优秀传统文化的创造性转化、创新性发展,这样才能让城市网络形象的传播做到有文化厚度,也有助于城市产生持久的吸引力和影响力。

文化升维实质上是文化自信为底色,把地域特色主动、妥帖地转化为可传播、能转化的文化资产。这有助于避免过度追逐短期流量,忽视文化内涵的深耕与沉淀。与其建构容易被复制和替代的传播模式,不如深挖本土文脉,不断打磨特色IP,跳出同质化传播窠臼,进而形成具有不可替代性的城市传播辨识度,实现城市网络形象的长效出圈和价值留存。各地已有不少值得借鉴的实践。有的城市以“绣花功夫”做古城微更新,让非遗技艺活在当下,形成

清晰有力的标识;有的城市以历史资源数字化、非遗技艺年轻化、城市叙事烟火化等方式,避免了文化符号的形象刻板……可见,挖掘城市历史底蕴及人文精神,以数字技术创新表达形式,有助于城市网络形象兼具“流量热度”与“文化厚度”,传播时也更有利于发挥价值引领效用。

促进多方联动:以多元共创构建传播生态

在人人皆媒的数字时代,城市网络形象的塑造主体已扩展为每一位市民、游客,因此要营造良好的城市网络形象,须建设“官方引导、全民参与”的多元协同传播生态,这是实现传播效能的重要保障。在加强全媒体传播体系建设、塑造主流舆论新格局时,城市传播应从“单向输出”转向“双向赋能”,主动在多元主体中巩固主流舆论阵地。

主体协同的根本在于从“我讲你听”转向“大家共同讲”。这就需要破除单一宣传思维,构建多元传播生态,通过社交平台、短视频等新媒体载体,汇聚碎片化传播内容,呈现自媒体讲述的城市故事,包括市民分享的日常烟火、企业展现的产业活力等,形成立体化、全方位的城市传播矩阵,使城市形象传播更接地气、更有感染力。目前,不少城市以新媒体矩阵打造“政务新媒体引领、全网协同响应”的传播格局,有利于把官方主导的传播升级为多方生态共建,有城市甚至打造以共同价值为纽带的

多元共创,使每一位城市居民和游客都成为传播节点,不断形成全民参与、价值同频的传播共同体。

强化治理赋能:以制度韧性承载舆论热度

城市网络形象建设的重要目标是建设真正可持续发展、有韧性、有吸引力的“长红城市”,因此城市网络形象传播要摒弃“唯流量论”,把网络传播切实融入治理全过程,绝不可以短期流量牺牲治理底线,要用扎实的治理能力迎接舆论热度的考验。

治理赋能的本质是以治理能力支撑传播效力,以制度韧性保障传播活动良性运转。实践表明,成功承接“泼天流量”的城市通常具有多部门高效协同的治理能力应对“流量反噬”。目前,不少城市以“网上群众路线”工作机制构建闭环治理体系,又以常态化治理机制持续优化治安、交通、消费等服务场景,二者互为补充,彼此强化。好的城市传播实质上就是把民生实事办实,让治理效能真正成为城市形象最有力、最生动的“代言”。

总的来说,数字时代的城市网络形象传播已经从单纯的宣传工作发展为关系城市长远发展的系统工程,上述提到的“民生根基”“文化升维”“多方联动”“治理赋能”四个着力点彼此衔接,共同推动城市网络形象传播从“流量驱动”向“价值共生”跃升,从而为城市高质量发展蓄势增能。

中华优秀传统文化元素是植根于民族历史演进过程,包含传统纹样、民俗风情、传统技艺等,兼具文化标识性与审美特质的特色文化载体。在新媒体快速发展、网络广告同质化竞争日趋严峻的行业环境下,大量千篇一律的广告内容容易造成受众审美倦怠,造成品牌传播低效、受众认可度不高的行业难题。将中华优秀传统文化元素融入网络广告设计与传播全链条,有助于突破传统网络广告固化的传播模式,达成文化内涵与品牌传播的有机融合。基于此,本文从认知、情感、归属三个层面,剖析中华优秀传统文化元素赋能网络广告、增强受众品牌认同的内在逻辑,可为品牌完善网络广告传播路径、塑造差异化品牌竞争力、稳固公众品牌忠诚度提供理论与实践借鉴。

唤起深度认知,破除传播壁垒

中华优秀传统文化元素凭借鲜明的视觉辨识度与深厚的群众认知基础,能够快速唤起受众深度认知,助力破解当前网络广告同质化困境,破除传播壁垒,提升品牌广告信息传播效能。一方面,品牌可以提炼简洁经典的传统视觉元素,在广告设计中,将祥云、水墨、榫卯、青花瓷纹等文化符号融入产品特点以及品牌理念,替代雷同的网红视觉语言。比如,有品牌的网络广告中,贯穿性使用了水墨山水画和雕花窗棂等视觉因素,结合传统的古典构图样式,无需过多的语言描述,就让受众直观感受品牌的东方之美定位,在第一时间抓住广告的主旨。另一方面,品牌可以传统节气、民俗等作为广告内容切入点。围绕春节、端午节和中秋节等传统节点进行碎片化网络广告创作,让广告内容更加易于接纳。在网络信息碎片化传播背景下,这种植根中华优秀传统文化的传播方式,从受众已有的文化认知出发迅速地聚集大家的注意力,有助于解决广告被划走和忽视的困境,有效地进行信息传播,实现精准触达,为品牌认同构筑认知基础。

触发情感共鸣,拉近受众距离

将中华优秀传统文化元素运用于网络广告创作,可以有效地避免仅仅传递信息层面的内容,在情感上引起共鸣,拉近品牌与受众的距离。在网络广告的传播活动中,不仅要传递内容,更要有情意传达,在一些商业广告缺乏情感链接的情况下,中华优秀传统文化能够弥补这一点。第一,探索中华优秀传统文化中蕴含的情感内涵,注入人文关怀元素。品牌可以从中华优秀传统文化中寻找诸如家国情怀、团聚亲情、匠心精神等精神内涵,融入广告剧情编排和文案设计当中,在商业广告中增添文化意味及情感厚度。比如,有品牌的新春短片以传统的年味文化和回家过年的民俗情怀作为广告的核心内容,记录普通人春运回乡过年的真实画面,很好地结合了民众对新年的传统节日情怀,让观众观看后内心自然而然产生共鸣,打破了人们对营销广告的某种形象定势。第二,通过运用经典故事或传说,改变网络广告叙述方式。用我们熟知的经典古文典故或者耳熟能详的故事,以讲述的方式植入广告理念和观点,引导受众在文化心理认同中接受品牌的含义,实现文化传播和品牌传播的有机结合。第三,打造双向互动的情感沟通模式,弱化受众逆反心理。这种网络广告的传播方式跳出了单方面的产品推销,以文化为桥梁,建立起品牌方与消费者的感情互动,使受众主动体会和感知品牌的情怀,有效解决人们对待商业广告的心理抵触情况,不断加深人们对品牌的感情。

立足文化归属,塑造品牌内核

在国货振兴、国潮勃兴的背景

中华优秀传统文化元素提升网络广告品牌认同的机理研究

王 潇

下,大众消费不仅注重产品品质,还注重品牌承载的文化价值与精神内涵。深度挖掘中华优秀传统文化精髓,有助于以文化赋能品牌内核升级,构建辨识度鲜明的专属标签。

其一,凝练品牌核心价值,将精益求精、守正笃实的匠人理念融入品牌价值,通过系列网络广告持续输出品牌态度与价值主张。比如,有品牌的国风系列网络广告,深度融合传统刺绣、古法织造等非遗技艺,鲜明传递“传承国风、坚守匠心”的品牌内核,有效打破品牌同质化定位困局,形成差异化竞争优势。其二,立足当代视角,创新演绎中华优秀传统文化,规避文化元素的简单堆砌与生硬嫁接,推动传统美学与现代消费理念、生活方式有机融合,使中华优秀传统文化更好适应当代大众审美需求与价值追求。这种创新转化的赋能路径,可以让品牌突破单纯的商品载体属性,成为中华优秀传统文化传承传播的一种媒介。其三,强化文化价值共鸣,深化受众身份认同。精准契合当代受众的文化心理,引导受众在认同品牌文化价值的过程中,逐步形成稳定的品牌偏好与价值认同,实现从浅层认知、情感认可向深层价值认同的跨越,培育形成持久稳固的品牌忠诚度,为品牌高质量发展注入强劲文化动能。

本文从认知、情感、归属三个递进维度,阐释了中华优秀传统文化元素赋能网络广告、提升受众品牌认同的内在机理。研究表明,中华优秀传统文化元素可通过唤起大众深度认知,进一步破解网络广告同质化传播难题,推动品牌信息精准高效触达;依托中华优秀传统文化深厚情感内核触发受众共情,有效拉近品牌与受众的心理距离;通过文化价值传递,立足受众文化归属感,塑造差异化品牌内核,层层递进推动受众品牌认同的培育与升华。在国潮蓬勃发展与广告行业提质升级的双重背景下,品牌应科学运用、创新转化中华优秀传统文化元素,避免形式化套用与简单堆砌,推动中华优秀传统文化深度融入网络广告传播全链条,实现文化传承与品牌发展的双向相融互促。

(作者系重庆移通学院讲师)

数智化背景下职业院校声乐教学转型与演唱能力培养研究

包 阳 阳

数字与智能技术深度融合,持续重塑各行业发展形态,教育领域也随之迎来变革。声乐教学是职业院校艺术教育的重要内容,传统一对一和口传心授的授课模式在教学资源、评价体系和学习效率上存在诸多短板。如今人工智能、大数据和虚拟仿真等技术逐步普及,为职业院校声乐教学带来新的发展契机,依托数智化推动声乐教学转型,已成为当下艺术职业教育亟须探究的重要课题。

数智技术融入声乐教学的理论基础与内在逻辑

数智化是数字化与智能化融合发展的形态,其核心是以数据为驱动和以智能技术为手段,实现对传统业务流程的优化与再造。将数智化理念引入声乐教学,并非简单地将技术工具叠加于原有课堂,而是要从教学理念、内容设计、过程实施和效果评价等维度进行整体性变革。

从建构主义学习理论来看,数智化技术能够为学生创造沉浸式与可交互的声乐学习环境,使抽象的气息控制与共鸣腔体调节等技术要领得以可视化呈现,从而降低学习难度,提升学习自主性。从多元智能理论来看,数智化平台能够通过个性化推荐机制,满足不同学生的差异化学习需求,体现因材施教。

就职业教育人才培养目标而言,职业院校声乐专业学生日后主要会投身歌唱表演、声乐培训及文化拓展等工作,其职业能力表现为扎实的演唱技术、舞台上的表现力、

情感表达的能力和数字化作品创作传播的能力,数智化教学的引入,可以使技术训练与职业情境紧密关联,培养学生的综合职业素养。

职业院校声乐教学在数智化背景下的模式重构与实践探索

传统声乐教学主要靠教师给予示范,学生学仿与课后巩固,缺乏客观数据的记录以及科学化的过程评判。凭借数智技术,各地职业院校都在开拓声乐教学新样式。

在课堂教学中,深圳艺术学校参与开发的“音掌门信息化音乐教学系统”,建成了“人人可参与、基本技能测评可量化”的数字化课堂,具有拍照识谱与游戏训练等相关功能。该校还装设了远程钢琴系统,师生可远程跟国内外名师实时对接,破除传统教学的空间限制。

在课外学习方面,广东石油化工学院声乐课程组依托学堂在线平台开设《声乐》在线公开课程,邀请了中国音乐学院、星海音乐学院等院校的歌唱家录制教学相关课程,达成优质师资的跨校共用。经过3年数字化方面的实践,课程组对评价体系进行了改革,从单一考核改成线上线下相结合的综合性、过程性量化评价体系,囊括在线资源学习、线上评测以及线下演唱等多维度。

在教学创新上,部分高职院校已开始探索虚拟声场训练系统应用,以虚拟现实技术和声学建模构建音乐厅、露天剧场等虚拟场景,模拟不同材质所具有的声波反射特性,学生实时对演唱位置及麦克风

角度等参数进行调整,人工智能系统同步对包含音量平衡和混响处理等的相关数据进行分析并提供优化建议,有力突破了物理空间的束缚。

以数智化手段驱动学生演唱能力全面提升的方法体系

演唱能力涵盖技术能力、音乐领悟能力和舞台演出水平等层面,数智化手段的运用要围绕这些维度打造系统性培养方法体系。

就以技术促进能力提升而言,天津音乐学院参与研发“数字演绎联合实验室”,各个专业的学生通过这个实验室,在虚拟空间感受乐团排练氛围,不仅可以随着画面反复排练、随时调整进度,还可以充分展示自身才华,弥补了学生在学校只能练习发声技巧等基础内容、不能去乐团深入体验舞台实践的不足。

在音乐理解能力培养的维度,中国音乐学院附属中等音乐专科学校开展智慧教室相关工作,开展科技化琴房建设项目,在30间教室和145间琴房当中安装无线对讲、电子黑板以及视频采集装置,达成远程授课以及课程录播等功能,学校还不断扩充课程思政题材作品,形成有特色的课程思政专业教学资源库,把思政理论知识添加进专业课程。

在舞台表现能力培养中,达州职业技术学院使用人工智能工具对配乐创作予以辅助,开展音乐优化。

数智化声乐教学转型的保障机制与评价优化

数智化声乐教学转型属于一项系统工程,需要从师资、规划等方面

搭建保障系统。转型的关键就是教师的数字素养,相关院校可搭建一套“基础—进阶—创新”三级分层培训体系,强化数字工具使用、处理数据、整合资源和开展教学创新的能力,造就复合型师资队伍。此外,院校应当把数智化教学纳入专业规划当中,并通过划拨专项经费等方式,对软硬件予以更新。深圳艺术学校利用数字技术推动艺术职业教育迭代升级,为同类院校数字化改革提供了有借鉴价值的做法。

在评价方面,需要综合运用过程性评价和终结性评价。中央音乐学院以AI声乐评判打分系统为辅助,从音色、舞台表现等方面开展综合打分,保障评价在客观上和全面性上达标,还能结合数据对学生发展作出预判,促进精准教学。

结语

数智化带动职业院校声乐教学转型,是技术与教育规律联合的必然态势,多所院校通过实践证明,科学使用数智技术,可以促使教学水平提高,助力学生增进演唱能力。当然,数智化并非要取代传统教学,师生彼此情感的互动以及艺术感悟的输送,依然是声乐教育的重点。未来声乐教学要坚持技术为枝、人文为干,以数智技术补齐教学短板,以人文素养丰富声乐内涵,利用智能工具开展科学高效、符合职业发展的教学,帮助学生不断成长,为文化艺术事业发展提供助力。

(作者单位:科尔沁艺术职业学院音乐系)

大学生网络圈层化下思政教育引导策略研究

李 远 陈吉裕

固定化,成为信息茧房。

个性化是圈层化确立的根本动因。目前,圈层化是青年网络社交的重要方式,它反映了网络的个体化、“去中心化”的发展阶段。在网络圈层中,大学生能够更轻易地找到志同道合的“圈内人”,从而找到某种共鸣和归属感。而“算法”技术是圈层化形成的重要驱动,网络空间中的各大平台利用大数据挖掘技术,收集大学生特定的“圈内人”,从而找到某种行为痕迹,分析其心理需求和行为特征,绘制用户画像,再通过兴趣推荐算法为其“量身定制”信息资源,形成特定的“圈层”。这种算法推荐机制正是“信息茧房”的技术基石,导致其他的价值理念难以渗透。平台基于大学生的历史行为数据绘制“用户画像”,持续推送同质化内容,这种“投其所好”的模式导致两个结果:个体

层面的“过滤气泡”,学生被禁锢在“舒适区”,视野日益窄化;群体层面形成“回音室效应”,圈层内观点不断被重复和强化,当出现不同声音或受到来自外界的其他圈层观点影响时,持不同观点的大学生可能会自动对立争辩,产生对抗行为。与此同时,圈层内存在“泛娱乐化”现象,这是平台的商业算法与青年群体社交娱乐需求相互驱动、不断循环强化的结果。“泛娱乐化”首先表现为内容形态的“短、平、快”主导。碎片化的短视频、情绪化的梗图占据了大学生不少碎片化时间,养成了他们“即时满足”的阅读与思维习惯,而这正是“泛娱乐化”的深层危害所在。

精准“入圈”,打破圈层壁垒。为大学生网络行为圈层化精准“画像”。科学客观地做好大学生思想政治状况调查,整合校园一卡通、网络日志、课

程平台等多源数据,运用机器学习算法,实时识别学生潜在的价值困惑与圈层归属,基于这些调查数据分析挖掘大学生网络行为相关信息,从网络内容偏好、网络圈子选择、网络观点、网络价值审视等多维度进行大学生网络行为圈层化精准“画像”。以大学生的行为路径进入大学生的网络圈层,适时有效地营造思想教育氛围。转换语言表达体系。一些思政教育话语表达在与受教育者习惯的话语表达的较量中很可能失去竞争优势,尤其是网络流行语、网络圈层热词等在网上传播盛行之风。要及时更新话语表达,把握育人时机,可以建立“主流话语—圈层热词”动态对照词库,鼓励创作兼具思想深度与网络流量的叙事。

潜移“融圈”,注重价值引领。推动官方账号主动下沉。高校官方应

主动开通主流社交平台的账号,积极参与话题互动,了解并掌握当代大学生网络交流话语体系,以当代大学生喜闻乐见的社交方式开展思政教育,传递社会主义核心价值观,引导大学生树立正确的价值观念。鼓励支持打造教师个人IP。鼓励支持有能力的、有良好学生基础的、有人格魅力的教师融入网络社交平台,打造个人IP,以当代大学生喜欢的网络表达形式传递优质的思政教育内容,赢得大学生更多的价值认同和情感共鸣,引导大学生改变教师刻板教条的传统印象,让更多教师与学生做朋友。比如,大学教授戴建业通过抖音、B站等平台,用极其风趣幽默的“麻城普通话”讲解古诗词,精准地把握了网络传播的节奏和年轻人的喜好,将艰深的古典文学变成了充满乐趣和人生智慧的故事。

正向“塑圈”,树立正确的价值观念。通过“孵化正能量圈层”与“培养头部博主”,激发学生主体性,实现价值的内生与共创,解决一些主流价值观“传不开”的问题。塑造有益的网络圈层。当代大学生聚集的圈层,是一个学习能力强、很能接受新鲜事物的青年圈子,是弘扬爱国主义情怀、发扬优秀传统文化、展示国家良好形象的好地方。新形势下,教师应主动塑造有趣有益的网络圈层,以大学生喜爱的方式开展工作,让思政教学常教常新。校园网络“大V”和头部博主等深深地影响着大学生网络圈层的氛围,正能量的思想传播需要他们的努力。教师可以参与培训学生中的头部博主,更好地发挥其正向作用。此外,教师还可以实时跟踪调查、沟通交流,不断拉近与青年学生的心理距离,了解当代大学生的思想动态,开出行之有效的良方,引导当代大学生树立正确的价值观念。

(作者单位:重庆三峡职业学院。本文系2026年重庆三峡职业学院人文社科类课题思政专项“网络圈层化下职业院校学生思政教育引导策略研究”的阶段性研究成果,编号:cqxs2026013)