

IP 形象与高校网络育人质量提升体系研究

田园

贵州商学院 贵州 贵阳 550014

摘要：在数字化传播背景下，高校 IP 形象作为文化符号与育人载体的双重角色日益凸显。本文通过找准面对 Z 世代大学生的信息获取习惯和网络文化特点，高校网络育人面临的诸多挑战，探析如何运用 IP 形象的文化传播机制与育人功能，提出以 IP 形象为核心驱动的高校网络育人体系构建路径，包括内容生产、互动传播、价值渗透三层，并探讨技术赋能下的实践策略与风险防范，拓展 IP 形象在教育领域的应用研究，为高校构建“大思政”育人格局提供新思路。

关键词：IP 形象；网络育人；思政；文化传播

引言：

教育部《关于加快推进教育信息化 2.0 行动计划》强调“网络育人”在思政教育中的关键作用。新时代大学生对可视化、互动性内容的高接受度。传统网络育人存在形式单一、传播力不足等问题，需探索新型文化载体，高校 IP 形象即将成为破解育人内容“最后一公里”传播困境的突破口，这种兼具时代感和文化根性的创新载体，正重构着网络思政教育的话语体系。

一、IP 形象在高校网络育人中的功能定位

（一）文化认同的“凝合剂”

在高校网络育人工作中，IP 形象凭借其人格化、符号化的传播优势，正逐渐起到凝聚青年学生文化认同的作用。首先，IP 形象构建了符号化记忆。通过符合青年视觉符号和情感化的叙事方式，消解主流价值观传播的刻板印象，激活形象与价值的神经联结，实现了文化价值的“软传递”。IP 形象构建了跨圈层对话纽带，塑造了网络育人的情感共同体，IP 形象作为兼具文化属性与教育功能的新型载体，其人格化塑造赋予思政内容情感温度，场景化叙事打破理论说教的壁垒，互动化传播激活学生参与热情，三重特性深度契合新时代青年学生碎片化阅读、沉浸式体验、社交化分享的认知偏好。实现共创 IP 生态的模式，形成了文化生产的参与式认同，使价值观教育从单向灌输转向共建共享，扩大跨圈层的传播，二次创作的持续互动形成的数字记忆转化为情感沉淀。

（二）价值传播的“转换器”

IP 形象构建了新型网络话语体系，以符合青年认知习惯的叙事方式重构育人内容，在保持价值内核的同时完成了表达形式的现代转型。思政教育的场景化渗透。IP 形象通过符号化设计实现了价值内涵的视觉转化，将抽象的思想政治教育内容转化为具象化、可感知的文化符号，有效提升了价值传播的接受度。其衍生内容有机融合中华优秀传统文化、思政教育、校园传统文化等

多元文化要素，使青年大学生在情感共鸣中强化思政育人功能。IP 形象搭建了互动参与的价值传播新路径，通过激发用户的创作与分享行为，使价值传播从单向灌输转变为双向互动，形成持续强化的育人效果。这种转换机制既保留了主流价值的核心要义，又适应了网络传播的规律，为高校网络育人工作提供了创新性的实践范式。

（三）网络素养培育的“引航灯”

在网络信息繁杂的当下，IP 形象能够成为培育学生网络素养的重要工具。借助生动有趣的形象与故事，IP 可将网络安全知识、媒介素养教育融入其中，以案例解析、情景模拟等形式，引导学生正确认识网络世界，提升信息甄别能力。同时，IP 形象还能引领学生积极参与优质网络内容创作，培养其网络责任感与创造力，使其从网络信息的被动接收者转变为优质内容的主动生产者，推动形成清朗的网络育人环境，在潜移默化中提升学生的综合网络素养。

二、高校网络育人现状分析

（一）高校网络育人的主要成效

平台建设的多元化。高校已初步构建新媒体矩阵，部分高校还开发了符合学校特性和育人要求的 APP 或在线学习社区，部分高校在 B 站、抖音等平台开设官方账号，以短视频、直播等形式吸引学生关注。通过新媒体矩阵的传播，高校扩大了网络育人的覆盖面，实现了不同平台间的优势互补，让育人内容能够以更贴合学生使

用习惯的方式进行传播。

内容的创新性。传统的网络思政育人产品正逐步向互动化转型，在创作网络育人产品时，高校打破了传统思政教育枯燥乏味的刻板印象，不断提升了网络思想政治教育内容的新范式，尝试结合直播、沉浸式体验、剧本杀等符合青年话语体系的方式创新思政教育，有效提升了学生对思政教育内容的接受度与学习积极性。

协同机制的系统化。许多高校积极推动校内各学院及思政教育部门协同联动，构建了跨部门的网络育人工作机制。高校还加强与校外媒体、企业的合作，引入社会优质资源，拓宽网络育人渠道，实现校内外育人资源的有机融合，提升育人效果。

数字技术应用。部分高校绘制了“学生画像”，通过分析学生的学习行为、社交习惯等数据，了解学生需求与特点，为学生提供个性化育人内容。智能推荐算法依据学生兴趣偏好推送信息，提高育人内容的精准性。另外，在学校的网络舆情监测过程中，协助高校提前发现潜在舆情风险，增强网络育人的主动性与前瞻性。

（二）高校网络育人存在的问题

内容供需不平衡。代际认知差异教育者与 Z 世代学生在网络语言、信息接收习惯上存在的差异认知，导致内容难以精准触达。忽视了圈层文化，与学生偏好的“网感”表达脱节，对二次元、电竞、国潮等青年亚文化缺乏有效引导，互动性较弱，单向灌输仍占主流，学生参与度较低。这反映出高校在内容创作时未能充分找准学生兴趣与需求，未能将主流价值观与青年亚文化有机结合，导致育人内容与学生实际生活脱节。

育人产品精准化不足。尽管大数据和 AI 技术助力提升了网络育人的精准度，但部分高校还未建立“学生画像”，以及在“学生画像”系统建设中，存在数据采集不全面、分析模型不完善等问题，难以准确刻画学生的真实需求与特点。

网络育人平台协同不足。校方平台与学生常用平台不一致，学生更活跃于 B 站、小红书、知乎等，但高校内容多集中于官方渠道，传播效率低。部门间缺乏协作，网络育人资源未形成合力，存在各自为政的现象，无法实现资源的优化配置与共享，降低了网络育人的整体效能。另外过度依赖算法推荐导致“信息茧房”，商业平台的内容竞争，短视频、手游等商业内容占据学生大量注意力，高校育人内容在算法推荐中处于弱势，难以突破“信息茧房”实现广泛传播。

网络舆情应对能力不足。网络舆情系统虽然能预测和监测部分情况，但还存在对突发舆情反应滞后的现

象。同时，青年学生网络素养素质较差，面对网络上不实信息和负面信息，缺乏辨别能力与理性思考能力，凸显了学生网络素养培养的力度不够。还需通过网络素养能力的培育，不断提升学生对网络舆情的认识。

评价体系滞后。虽然在全国范围内会对各高校新媒体平台传播指数进行排名公布，但大多关注发文量、粉丝数等指标，缺乏对价值观内化、行为改变的深度评估，无法真实反映网络育人的实际效果。同时，高校缺乏科学的网络育人效果测量工具，难以对育人过程与结果进行全面、客观、精准地评价，导致无法及时发现网络育人工作中存在的问题并进行针对性改进，制约了网络育人质量的提升。

三、IP 形象与高校网络育人体系构建

（一）“三维驱动”内容生产体系

高校网络育人中的 IP 形象开发，通过文化层、价值层、技术层的三维联动，形成系统化内容生产机制，实现育人效能的全面提升。文化传播层面，将中华优秀传统文化、红色文化、校史、学科特色等文化基因转化为 IP 形象的叙事素材，让具有历史厚重感的文化更加鲜活，让抽象的学科知识变得生动。在价值传递层面，将思政育人核心内容、主流价值观有机融入 IP 内容设定。采用“显隐结合”的叙事策略，在轻松娱乐的 IP 故事中巧妙埋藏价值线索，潜移默化地传递社会主义核心价值观，使学生在情感共鸣中实现价值观的内化与升华。在技术应用层面，积极引入新兴技术，不断创新内容表达形式。借助 AIGC 技术，更加精准化全面化地绘制“学生画像”，生成个性化育人内容，实现“千人千面”的精准推送。运用虚拟现实（VR）、增强现实（AR）技术，打造沉浸式学习场景，让学生身临其境地感受 IP 形象所承载的文化与价值，依托元宇宙技术构建虚拟校园空间，开展线上思政教育活动，突破时间与空间限制，提升育人效果。

（二）“双螺旋”互动传播机制

通过线上与线下的有机融合、协同发力，构建起立体式、多层次的 IP 形象传播网络。在线上传播方面，通过线上社交媒体矩阵传播，形成官方账号 + 学生 KOC 的联动，形成“官方引领 + 学生扩散”的多级传播模式。形成校园文化 IP 的用户生成式生态圈，官方账号输出高质量、权威性的核心内容，学生 KOC 则结合自身风格进行二次创作与分享，同时鼓励学生自主创作 IP 相关的短视频、漫画、表情包等内容，通过校园新媒体平台展示、评选与推广，激发学生的创作热情，以更贴近学生群体的视角和语言，推动 IP 内容在校园社交圈层内

广泛传播。运用沉浸式互动设计，开发 IP 主题 H5、AR 等轻量化应用，让学生在参与互动的过程中深化对 IP 形象及育人内容的认知与认同。在线下传播层面，通过将 IP 形象融入校园导视系统、文创产品等实体空间实现实体化场景渗透，将育人理念转化为可触摸、可感知的实体载体。在校内举办 IP 主题展览、校园打卡、角色扮演等互动体验式活动实现校园文化 IP 的氛围营造，为学生提供沉浸式的文化体验场景。通过印刷物、装置艺术等多媒介延伸 IP 故事线，形成跨媒介衍生 IP 文化产品，实现线上线下内容的相互补充、相互促进，构建起全方位、立体化的 IP 形象传播生态。

（三）制定效果评估反馈机制

通过传播力、认同度、转化率和长效性四大核心指标，构建高校网络育人动态反馈机制。首先是传播力指标，通过曝光量和转发率衡量 IP 形象运用在高校网络育人过程中的传播价值、吸引力，转发率越高，说明 IP 形象所承载的育人内容更易引发受众共鸣。通过数据的统计，分析传播效果，优化传播策略。其次通过设计科学合理的 IP 关联度问卷调查，了解高校师生对 IP 形象的认知、情感和价值认同，以便于不断迭代产出内容。调查内容包括对 IP 形象的外观设计、性格特征、文化内涵等方面的认可度，以及 IP 形象价值观的传达

与育人效果的评估。三是对转化率指标的评估，IP 形象新媒体产品的转化率关注的是其育人成效，要分析不同类型新媒体产品的点击率差异，对比育人内容与娱乐内容点击率，评估 IP 形象在引导师生关注育人信息方面的效果，不断优化育人内容的选题、表现形式和传播方式，提高育人内容的吸引力和转化率。最后，IP 衍生活动的持续参与度是衡量 IP 形象长效影响力的关键指标。高校可围绕 IP 形象开展一系列线上线下主题活动，通过统计活动的参与人数、参与频率以及活动持续时间等数据，评估 IP 形象在激发师生持续参与育人活动方面的能力。

（四）风险评估

IP 形象在高校网络育人工作的应用中也存在诸多风险。首先是，文化偏离风险。IP 形象的设计与传播若未能精准把握高校文化内核，可能出现价值观表达模糊、教育属性弱化等问题。过度追求娱乐化、潮流化，会导致 IP 形象与高校育人目标脱节，甚至传递错误价值导向，削弱网络育人的成效。IP 形象的持续运营需要专业团队和长期投入。若高校缺乏专业运营人员，内容更新不及时、互动策略不当，易使 IP 形象失去吸引力，陷入热度“昙花一现”的困境。

结论与展望：

IP 形象不仅是文化符号，更是网络育人的创新载体，IP 形象构建起师生共创、多元共生的新型育人生态，推动网络育人从单向知识传递向双向价值共建转型。本文探讨了 IP 形象在高校网络育人质量提升体系中的应用，认为 IP 形象凭借文化认同“凝合剂”、价值传播“转换器”、网络素养培育“引航灯”的功能，能够有效破解传统网络育人形式单一、传播力不足等难题。通过构建系统的内容生产体系、互动传播机制及科学的效果评估反馈机制，为高校整合多维度育人资源、构建“大思政”格局提供具象化实践路径。

参考文献：

- [1] 王欣怡. 高校原创 IP 形象在校园文化建设中的应用研究 [J]. 艺术科技, 2024, 37(10): 238-240.
- [2] 闫兴昌. 高校网络思想政治教育共同体研究 [D]. 电子科技大学, 2024.
- [3] 郭子歆. 融媒体视域下高校网络思政教育的挑战及对策探究 [J]. 贵州教育, 2023, (02): 6-7.
- [4] 王雷, 祝晓璇. 高校网络思想政治教育实践路径探析——以网络文化育人工作室为例 [J]. 教育研究, 2022, 5(5): 195-197.

本文系贵州省 2023 年度高校思想政治工作质量提升综合改革与精品建设（培育）项目——IP 形象打造与高校网络育人质量提升体系机制建构项目研究成果

作者简介：田园（1991.2.16-），女，汉族，贵州兴仁，讲师，硕士研究生，研究方向：文化产业、网络育人。