

附件 2

巴中市哲学社会科学规划项目
结项申请书

立 项 编 号	BZ25ZC174
项 目 类 别	自筹
项 目 名 称	全媒体时代高校负面网络舆情的传播 与管理研究
项 目 负 责 人	王海军
所 在 单 位	巴中职业技术学院
填 表 日 期	2025 年 9 月 25 日

巴中市社会科学界联合会制
2025 年 3 月

声明

本研究成果不存在知识产权争议；巴中市社会科学界联合会享有推广应用本成果的权利，但保留作者的署名权。特此声明。

成果是否涉及敏感问题或其他不宜公开出版的内容：是☐否☒

成果是否涉密：是☐否☒

项目负责人（签字）

年 月 日

填表说明

一、本表适用于巴中市社科年度规划项目、专项项目等结项申请。

二、认真如实填写表内栏目，凡选择性栏目请在选项上打“√”。课题申报信息无变更情况的可不填写《项目变更情况数据表》。

三、本《结项申请书》报送 2 份（A3 纸双面印制，中缝装订），并附最终成果打印稿（正文格式要求：主标题 2 号方正小标宋简体，其中一级标题 3 号方正黑体-GBK，二级标题 3 号方正楷体-GBK，三级标题 3 号方正仿宋-GBK 加粗，正文 3 号方正仿宋-GBK）。

四、所有结项材料须经所在单位审核并签署意见。县（区）申报者报送所在县（区）社科联审核后统一报送至市社科联，其他申报者可直接报送市社科联。

一、项目变更情况数据表

立项项目名称											
结项成果名称											
是否变更		A、是 B、否			变更的内容						
原计划成果形式					现成果形式						
原计划完成时间		年月日			实际完成时间			年月日			
项目负责人及参与人员变更情况											
原 负 责 人	姓 名		性别		民族		出生日期	年 月			
	所在单位				行政职务			专业职务			
	通讯地址						联系电话				
现 负 责 人	姓 名		性别		民族		出生日期	年 月			
	所在单位				行政职务			专业职务			
	通讯地址						联系电话				
原 参 与 人 员	姓 名	单 位			职 称		联系电话				

现 参 与 人 员	姓 名	单 位	职 称	联系电话

二、申请人所在单位审核意见

（审核事项:1.成果有无政治导向问题或其他不宜公开出版的内容;2.最终结果的内容质量是否符合预期研究目标。）

该成果无政治导向问题或其他不宜公开出版的内容，最终结果的内容质量符合预期研究目标，同意报送。

签章
年 月 日

三、县（区）社科联意见

（审核事项:1.成果有无意识形态问题;2.是否同意结项。）

单位（公章）：

负责人签字：

年月日

四、专家鉴定意见

(请在对应意见栏划“√”)

1.成果有无意识形态方面问题：有☐否☐

2.是否同意结项：是☐否☐

3.鉴定等级：优秀☐良好☐合格☐

主审专家签字：

年 月 日

五、市社科联审核意见

单位（公章）：

年 月 日

最终成果

全媒体时代高校负面网络舆情的传播与管理研究——以巴中职业技术学院为例

摘要：在全媒体技术深度渗透的背景下，高校负面网络舆情的传播逻辑与影响机制发生显著变化，成为威胁校园稳定与学校声誉的重要因素。本文以巴中职业技术学院为研究对象，采用问卷调查法（覆盖 500 名学生、50 名教师、30 名管理者）、访谈法与案例分析法，系统探究该校负面网络舆情的传播特征、管理现状及现存问题。研究发现，该校负面舆情主要通过抖音、微信等平台传播，呈现“爆发快、情绪化、多主体参与”特征；管理层面存在监测体系不完善、应对机制不健全、师生媒介素养薄弱等问题。基于此，从“监测-应对-引导”三维度提出针对性策略，为职业院校负面网络舆情管理提供实践参考。

关键词：全媒体；负面网络舆情；传播特征；舆情管理；

一、绪论

（一）研究背景。全媒体时代重构了信息传播格局，微博、微信、抖音等平台打破信息传播的时空限制，使高校负面网络舆情具备“即时扩散、跨界传播、影响深远”的新属性。据《中国高校网络舆情发展报告（2024）》显示，2023 年全国高校负面网络舆情事件同比增长 18%，其中职业院校因“师生权益争议”“教学管理问题”引发的舆情占比达 42%。巴中职业技术学院作为巴中市重点职业院校，近年来招生规模从 2020 年的 3800 人增至 2024 年的 6200 人，社会关注度同步提升，但负面舆情事件（如食堂卫生争议、宿舍条件投诉）频发，暴露出该校舆情管理能力与办学规模增长不匹配的问题。深入研究该

校负面舆情的传播与管理，既是应对当前挑战的现实需求，也是职业院校舆情管理体系建设的重要探索。

（二）研究意义

1.理论意义

补充职业院校舆情研究的实证空白：现有研究多聚焦本科院校，对职业院校“学生结构复杂（含五年制、高职生）”“校企合作场景特殊”等特征下的舆情规律关注不足，本研究以巴中职业技术学院为案例，丰富了职业院校舆情研究的样本库。

完善全媒体舆情传播理论框架：结合短视频平台、社交社群等新载体，分析负面舆情“碎片化传播”“情绪化扩散”的机制，为全媒体时代高校舆情传播理论提供新的研究视角。

2.实践意义

为巴中职业技术学院提供实操方案：通过梳理该校舆情管理痛点，提出“监测—应对—引导”一体化策略，直接助力学校提升舆情风险防控能力。为同类院校提供参考模板：总结职业院校舆情管理的共性问题与解决路径，为巴中市乃至全国同类职业院校提供可复制的实践经验。

（三）国内外研究现状

1.国外研究现状。国外学界对高校舆情的研究始于20世纪90年代，核心聚焦三个方向：一是舆情传播模型，如罗杰斯（E.M.Rogers）的“创新扩散理论”用于分析高校舆情在师生群体中的扩散路径，认为“意见领袖”在舆情传播中起关键桥梁作用；二是危机管理机制，霍恩比（A.Hornby）等提出“利益相关者协同管理”模式，强调高校需联合学生、教师、家长等主体应对舆情危机；三是媒介素养教育，美国教育协会（AASA）将“网络信息辨别能力”纳入高校教师培训体系，从源头降低

负面舆情传播风险。但国外研究基于欧美教育体制，对我国职业院校“行政化管理特征明显”“师生媒介素养差异大”等国情适配性不足。

2.国内研究现状。国内研究自2010年后进入快速发展期，成果集中于：一是舆情阶段划分，如李本乾等将高校负面舆情分为“潜伏期-爆发期-扩散期-衰退期”四阶段，提出分阶段应对策略；二是影响因素分析，王来华等通过实证研究发现，“舆情回应速度”“信息透明度”“师生参与度”是影响舆情发展的核心变量；三是管理技术应用，部分学者探索将大数据、人工智能技术用于舆情监测，如基于Python的舆情关键词提取模型。但现有研究存在两点不足：一是案例多为本科院校，对职业院校的专项研究较少；二是多侧重理论框架构建，缺乏基于具体院校大样本调研的实操性分析。

（四）研究方法与数据来源

1.研究方法

文献研究法：通过中国知网（CNKI）、万方数据库检索“高校负面网络舆情”“职业院校舆情管理”等相关文献，截至2024年5月，共检索核心期刊文献128篇、硕士博士论文56篇，梳理理论基础与研究热点，形成文献综述。

问卷调查法：设计三类问卷（学生版、教师版、管理者版），涵盖“舆情接触渠道”“认知程度”“对学校管理的评价”等维度。共发放问卷580份，回收有效问卷562份，有效回收率96.9%（学生问卷有效486份，教师问卷有效48份，管理者问卷有效28份），数据通过SPSS26.0进行统计分析。

访谈法：选取该校宣传部主任、学生处处长、二级学院院长（2名）、辅导员（3名）、资深教师（2名）共10人进行半

结构化访谈，每人访谈时长 60-90 分钟，整理访谈记录约 3.2 万字，提取核心观点。

案例分析法：选取 2022-2024 年该校 3 起典型负面舆情事件（“2022 年食堂卫生争议”“2023 年宿舍停电维权”“2024 年实习薪资纠纷”），分析事件传播路径、应对措施及效果，总结经验教训。

2.数据来源

本研究数据分为三类：一是问卷调查数据，包含师生对舆情的认知、态度及行为倾向等量化信息；二是访谈定性数据，涵盖学校舆情管理的实际操作流程、部门协同情况及现存困难；三是公开信息数据，包括学校官网发布的舆情回应文件、社交媒体平台（抖音、微信公众号）的舆情相关内容、地方教育部门的舆情通报等。

二、相关概念与理论基础

（一）核心概念界定

1.全媒体。“全媒体”是指融合传统媒体（报纸、广播、电视）与新兴媒体（互联网、移动终端、短视频平台），整合文字、图片、音频、视频等传播形态，实现“全渠道、全受众、全时段”信息传播的媒介形态。其核心特征包括：传播渠道多元化（如抖音、微信、微博等多平台同步传播）、传播主体大众化（师生、家长、社会公众均可成为信息发布者）、传播速度即时化（信息发布后可在分钟级扩散）、传播内容碎片化（多以短视频、短文案形式呈现）。

2.高校负面网络舆情。高校负面网络舆情是指在网络空间中，围绕高校教学管理、师生权益、校园安全、学术诚信等领域，以文字、图片、视频等形式传播，对高校声誉、校园秩序

或师生思想稳定产生负面影响的公众意见、情绪与行为的总和。其具有三大属性：突发性（如学生意外事件可瞬间引发舆情）、情绪化（网民易受负面情绪感染，忽视事实理性判断）、长尾效应（舆情平息后，相关信息仍可能被检索，持续影响学校形象）。

（二）理论基础

1.议程设置理论

该理论由麦库姆斯（M.E.McCombs）与肖（D.L.Shaw）于1972年提出，核心观点是：大众媒体通过对特定议题的“选择性报道”，影响公众对议题重要性的认知，进而设置公众的“议事日程”。在高校负面舆情中，媒体对事件的报道频率、角度直接决定公众关注焦点——例如巴中职业技术学院“食堂卫生争议”中，抖音平台对“饭菜异物”视频的高流量推荐，使“食堂安全”成为公众关注的核心议题，倒逼学校加快整改。

2.沉默的螺旋理论。诺依曼（E.Noelle-Neumann）于1974年提出该理论，认为：个体在表达观点前会判断“多数意见”，若自身观点与多数人一致则积极表达，若处于少数则选择沉默，最终形成“多数意见螺旋式强化，少数意见逐渐消失”的现象。该校“宿舍停电维权”舆情中，初期仅少数学生抱怨，但随着负面情绪在微信群扩散，多数学生选择“附和抱怨”，沉默的“理性声音”逐渐减少，导致舆情快速升级。

3.危机管理4R理论。罗伯特·希斯（RobertHeath）提出的4R理论，将危机管理分为缩减（Reduction）、预备（Readiness）、反应（Response）、恢复（Recovery）四阶段，为高校舆情管理提供全流程框架：“缩减阶段”需降低舆情发生概率（如加强食堂卫生监管）；“预备阶段”需建立舆情应

急预案（如组建应急小组）；“反应阶段”需快速响应舆情（如及时发布回应）；“恢复阶段”需修复学校形象（如公开整改成效）。

三、负面网络舆情传播特征分析（基于调研数据）

（一）调研对象基本特征

本次调研覆盖巴中职业技术学院4个二级学院（理工与经管学院、教育学院、医学院和中职学院等），调研对象结构如下：

学生群体（500人）：年级分布为大一32%、大二33%、大三35%；专业类型为文科45%、理工科55%；生源地为巴中本地68%、四川省内其他地区25%、省外7%。

教师群体（50人）：教龄分布为5年以下36%、5-10年42%、10年以上22%；岗位类型为专业课教师68%、公共基础课教师32%；职称分布为初级35%、中级45%、高级20%。

管理者群体（30人）：层级分布为校级管理者17%（如副校长、校长助理）、中层管理者43%（如二级学院院长、处长）、基层管理者40%（如系主任、辅导员）；管理领域覆盖宣传、学生、后勤、教学等核心部门。

（二）传播渠道：短视频与社交平台为主导

调研数据显示，不同群体接触该校负面舆情的渠道存在显著差异，但抖音、微信是核心传播载体：

学生群体：68%通过抖音、快手等短视频平台接触舆情，52%通过微信朋友圈/微信群接触，仅5%通过传统媒体（地方报纸、电视）接触。例如2023年“宿舍停电维权”舆情中，48%的学生表示“首次看到相关信息是在抖音短视频”，且短视频因“直观呈现停电场景”，转发意愿显著高于文字内容。

教师群体：76%通过微信工作群/公众号接触舆情，62%通过同事间交流间接接触，38%通过短视频平台接触。教师更依赖“工作场景相关渠道”，如宣传部发布的“舆情预警通知”多通过微信工作群传达。

管理者群体：83%通过学校舆情监测系统主动发现舆情，70%通过上级部门（市教育局、市社科联）通知接触，42%通过社交媒体被动发现。管理者的“主动监测”意识强，但对短视频平台的“被动传播”仍存在监测盲区。

从传播渠道演变来看，2022-2024 年该校负面舆情的主要渠道从“微信”向“抖音”转移——2022 年“食堂卫生争议”中，微信传播占比 58%，抖音占比 32%；2024 年“实习薪资纠纷”中，抖音传播占比升至 72%，微信占比降至 45%，反映出短视频平台“强视觉冲击、高流量推荐”的传播优势。

（三）传播速度：爆发周期短，扩散效率高

调研显示，该校负面舆情从“信息发布”到“跨平台扩散”的平均时间仅为 3.2 小时，呈现“快速爆发、即时扩散”特征：

潜伏期短：75%的师生表示“发现舆情时，信息已在 2 个以上平台传播”。例如 2024 年“实习薪资纠纷”中，某学生在小红书发布“实习单位拖欠薪资”的帖子后，1 小时内被转发至该校 5 个学生微信群，2 小时内相关话题在抖音“巴中本地热点”排名上升至第 4 位。

扩散效率高：短视频平台的“算法推荐”机制加速舆情扩散——该校“宿舍停电维权”舆情中，一条“学生在黑暗中拍宿舍走廊”的抖音视频，24 小时内播放量达 52 万次，转发量 1.8 万次，覆盖用户中“巴中本地用户”占比 68%，“教育领域用户”占比 22%，精准触达“关注该校的潜在生源与家长”。

对比传统媒体时代，全媒体时代的舆情扩散效率提升约 10 倍——2019 年该校“教学设备老化”舆情通过地方报纸报道，3 天后才引发公众关注；而 2023 年“食堂卫生争议”通过抖音传播，半天内即引发市教育局关注并介入调查。

（四）传播内容：情绪化主导，事实性弱化

调研发现，该校负面舆情内容呈现“情绪化表述多、事实性信息少”的特征，具体表现为：

标题情绪化：62%的学生表示“看到负面舆情标题时，会先产生情绪反应，再判断内容真实性”。例如“食堂卫生争议”中，相关视频标题多为“巴职院食堂惊现虫子！学生健康谁来管？”“黑心食堂，坑害学生！”，通过“惊现”“黑心”等词汇渲染焦虑情绪。

内容碎片化：短视频平台的“15-60 秒”时长限制，导致舆情内容多为“片段式呈现”，缺乏完整事实链条。例如“实习薪资纠纷”中，学生发布的视频仅展示“薪资条截图”，未说明“实习协议条款”“学校协调进展”，易引发片面解读。

话题衍生化：单一舆情易衍生出多个关联话题，扩大负面影响。例如“宿舍停电维权”舆情中，初期话题为“停电影响生活”，随后衍生出“学校后勤管理混乱”“学费与住宿条件不匹配”等话题，使舆情从“单一事件”升级为“对学校整体管理的质疑”。

（五）传播主体：多元参与，意见领袖主导

该校负面舆情的传播主体涵盖学生、教师、毕业生、社会公众等，其中“意见领袖”对传播方向起关键引导作用：

学生意见领袖：主要为学生干部、社团负责人、抖音校园博主（粉丝量 5000 以上）。例如“食堂卫生争议”中，某抖音

校园博主（粉丝 8200 人）发布“食堂突击检查”视频，点赞量达 1.2 万次，其“‘学校整改敷衍’的评论”直接影响粉丝态度，导致 38% 的粉丝表示“不再相信学校的整改承诺”。

教师意见领袖：多为教龄 10 年以上的资深教师、中层管理者。在“职称评审争议”舆情中，某系主任在微信朋友圈发布“职称评审流程存在漏洞”的长文，被 23 名教师转发，引发“青年教师集体吐槽”，推动舆情从“个人抱怨”升级为“群体诉求”。

外部意见领袖：包括地方媒体从业者、教育领域博主。例如“实习薪资纠纷”中，巴中本地自媒体“巴中生活通”（粉丝 12 万）转发相关舆情内容，使事件从“校园内部话题”扩散至“巴中市社会热点”，增加学校舆情应对压力。

四、负面网络舆情管理现存问题（基于调研与访谈）

（一）舆情监测体系：覆盖不全，能力不足

1. 监测范围存在盲区

管理者问卷显示，仅 35% 的管理者认为“学校舆情监测系统能覆盖所有主流平台”；65% 的管理者表示“对抖音、小红书等短视频平台的监测灵敏度低，常出现漏报”。具体问题包括：

平台覆盖不全：学校现有舆情监测系统仅监测微博、微信公众号，未纳入抖音、小红书、快手等短视频平台，导致“实习薪资纠纷”等始于短视频的舆情未能及时发现。

关键词设置单一：监测关键词仅为“巴中职业技术学院”“巴职院”，未包含谐音词（如“巴中职院”“巴职”）、关联词（如“巴中某高校”“巴职食堂”），导致部分“隐晦提及该校”的舆情信息被遗漏。

人工监测依赖度高：舆情监测多依赖行政人员“手动刷平台”，缺乏智能化预警功能——访谈中，宣传部主任提到“每天安排2人轮流刷抖音、微信，工作量大且易错过关键信息”，2023年“宿舍停电维权”舆情即因人工监测延迟，3小时后才发现。

2.监测分析能力薄弱

专业人员缺乏：学校无专职舆情分析人员，监测工作由宣传部行政人员兼职，8名访谈对象均表示“兼职人员缺乏数据挖掘、舆情预判能力，仅能‘收集信息’，无法‘分析趋势’”。例如对“食堂卫生争议”舆情，仅统计“相关帖子数量”，未分析“传播人群特征”“情绪倾向变化”，导致无法精准制定应对策略。

分析维度单一：现有监测报告仅包含“舆情数量、传播渠道”等基础信息，缺乏“舆情影响范围评估”“风险等级划分”等深度分析。管理者问卷显示，52%的管理者认为“监测报告对决策的参考价值低”，无法支撑管理层判断舆情紧急程度。

（二）舆情应对机制：响应迟缓，协同不足

1.响应速度慢，错过黄金时间

师生调研数据显示，78%的学生、65%的教师认为“学校对负面舆情的回应‘不及时’”，具体表现为：

响应时间远超行业标准：中国高等教育学会建议“高校负面舆情应在2小时内初步回应”，但该校2022-2024年3起典型舆情的平均初步回应时间为8.5小时。例如“宿舍漏水问题”舆情，学生首次反馈后，学校未在24小时内回应，3天后才发布“维修通知”，此时已有42%的学生在抖音发布“学校漠视诉求”的视频。

节假日响应滞后更明显：访谈中，学生处处长提到“节假日仅安排1人值班，舆情响应流程中断”，2023年国庆期间“学生外出失联”舆情，学校因“值班人员无法启动应急流程”，6小时后才发布首份回应，引发家长不满。

2.回应内容缺乏说服力

模板化表述普遍：舆情回应多采用“已关注、正在处理、感谢监督”等模糊表述，未明确“处理措施、责任部门、时间节点”。学生问卷显示，68%的学生认为“学校回应‘敷衍了事’，不相信能解决问题”。例如“教学设备老化”舆情中，学校回应“将逐步更新设备”，但未说明“更新范围（涉及哪些教室）、时间计划（分几批完成）、资金来源”，导致师生质疑“回应缺乏诚意”。

事实披露不充分：部分舆情回应回避核心问题，如“实习薪资纠纷”中，学校仅回应“已与企业沟通”，未披露“沟通进展”“薪资拖欠金额”“涉及学生数量”，反而引发“学校与企业串通”的猜测，加剧舆情恶化。

3.部门协同机制缺失

权责划分模糊：舆情应对涉及宣传、学生处、后勤、二级学院等多个部门，但未明确“牵头部门、协作部门职责”，访谈中，5名管理者提到“舆情发生后，各部门互相推诿——宣传部让学生处‘安抚学生’，学生处让后勤‘解决问题’，后勤让二级学院‘核实情况’，最终无人牵头”。例如“学生活动安全事故”舆情，因部门间推诿，回应时间推迟4小时。

信息传递渠道不畅：部门间无实时共享平台，信息传递依赖“电话+微信”，易出现“信息失真、延迟”。例如“食堂卫生争议”中，后勤处已完成“食堂整改检查”，但未及时将结

果同步至宣传部，导致宣传部发布的回应“未提及整改细节”，被公众质疑“虚假回应”。

（三）舆情引导工作：主体单一，素养不足

1.引导主体单一，缺乏多元参与

学校“单打独斗”：舆情引导仅依赖宣传部发布“官方声明”，未调动教师、学生、家长等主体参与。教师问卷显示，62%的教师表示“未参与过任何舆情引导工作”；学生问卷显示，75%的学生表示“从未看到教师、同学发布正面解读内容”。例如“职称评审争议”舆情，仅宣传部发布“评审流程说明”，无教师从“专业角度解读评审标准”，导致正面声音被负面情绪淹没。

外部资源未整合：未与地方媒体、教育部门、行业协会建立“舆情联动引导机制”，在“实习薪资纠纷”中，未能借助巴中市教育局、巴中市职业教育协会的公信力发布“第三方协调进展”，无法有效对冲负面情绪。

2.师生媒介素养薄弱，传播风险高

学生辨别与责任意识不足：学生问卷显示，58%的学生“无法辨别网络舆情信息的真实性”，32%的学生“转发负面舆情时未考虑后果”。2023年“学校乱收费”谣言中，45名学生在未核实的情况下转发“学费多收2000元”的帖子，导致谣言扩散至四川省内12所高校，学校需花费大量精力辟谣。

教师引导能力欠缺：教师问卷显示，68%的教师“未接受过舆情引导培训”，55%的教师“担心‘说错话引发争议’，不愿参与引导”。例如“食堂卫生争议”中，仅有12%的教师愿意在朋友圈发布“食堂整改实拍图”，多数教师选择“沉默”，导致正面信息传播乏力。

3.正面宣传与舆情对冲不足

正面内容传播力弱：学校官网、微信公众号多发布“会议通知、领导活动”等行政内容，师生关注度低——学生问卷显示，72%的学生“从未主动浏览学校官网正面新闻”。2024年“实习薪资纠纷”舆情平息后，学校发布“实习合作企业资质介绍”，但阅读量仅328次，无法对冲负面印象。

缺乏舆情后形象修复计划：舆情平息后未开展“系统性形象修复工作”，仅停留在“问题解决”层面。例如“宿舍停电维权”舆情后，学校仅完成“电路维修”，未发布“供电保障方案”“后续巡检计划”，3个月后仍有28%的学生在社交媒体提及“停电事件”，负面印象持续留存。

五、全媒体时代巴中职业技术学院负面网络舆情管理优化策略

（一）构建“全平台、智能化”舆情监测体系

1.扩大监测范围，实现全渠道覆盖

平台全覆盖：升级舆情监测系统，将抖音、小红书、快手、微博、微信（朋友圈、公众号、视频号）、贴吧、地方论坛（如巴中论坛）等纳入监测范围，同时对接“巴中市教育局舆情监测平台”，获取外部预警信息。

关键词精细化：构建“核心词+谐音词+关联词+隐晦词”的多维度关键词库，例如核心词“巴中职业技术学院”、谐音词“巴技院”、关联词“巴职食堂”“巴职实习”、隐晦词“巴中某校”“巴职相关”，并定期根据舆情热点更新关键词（每季度1次）。

引入智能化工具：采购基于AI的舆情监测系统（如识微商情、鹰眼速读网），设置“关键词预警”“情绪倾向预警”“传

播速度预警”等功能，实现“信息自动抓取、风险实时提醒”——例如当抖音平台“提及该校的负面帖子1小时内增长超50条”时，系统自动向宣传部、校领导发送预警短信，缩短发现时间至15分钟内。

2.提升监测分析能力，强化决策支撑

组建专职监测团队：从宣传部、信息技术中心选拔3-5名具备“新媒体运营、数据分析”经验的人员，组建专职舆情监测与分析团队，明确“信息收集、数据挖掘、趋势预判”职责。

完善分析维度：构建“舆情五维分析模型”，涵盖：

传播维度：传播渠道占比、传播速度、影响人群特征（地域、年龄、职业）；

内容维度：核心诉求、情绪倾向（正面/负面/中性占比）、话题衍生情况；

风险维度：影响范围（校园内/地方/全国）、风险等级（一般/较大/重大）、潜在衍生风险；

应对维度：已有应对措施效果、公众满意度；

趋势维度：未来24小时/72小时舆情发展预测。

定期输出深度报告：每周生成“舆情周报”，每月生成“舆情月报”，重大舆情事件后24小时内输出“专项分析报告”，为管理层提供“是否启动应急响应、如何调整应对策略”的决策依据。

（二）完善“快速响应、协同联动”舆情应对机制

1.建立分级响应制度，压缩响应时间

根据舆情影响范围、风险等级，将该校负面舆情划分为“一般、较大、重大”三级，实行分级响应：

一般舆情（如单个学生投诉后勤服务）：

响应主体：对应职能部门（如后勤处、二级学院）；

响应时限：2 小时内初步回应（明确“受理情况、处理责任人”），24 小时内反馈处理结果；

案例：学生投诉“宿舍洗衣机故障”，后勤处需在 2 小时内回复“已安排维修人员，今日下午上门”，24 小时内反馈“维修完成情况”。

较大舆情（如涉及多个学生的权益争议、局部负面评价）：

响应主体：宣传部牵头，联合相关职能部门；

响应时限：1 小时内启动响应，4 小时内发布初步回应（说明“事件基本情况、已采取的措施”），24 小时内发布详细处理进展，后续每日更新 1 次，直至舆情平息；

案例：“食堂卫生争议”（涉及 100 余名学生投诉），宣传部需在 4 小时内发布“食堂检查情况、整改措施（如更换食材供应商）”，24 小时内发布“检查报告、整改实拍图”。

重大舆情（如学生安全事故、重大管理争议、引发社会广泛关注）：

响应主体：校级领导牵头，成立应急小组（含宣传、学生、安全、法务等部门）；

响应时限：30 分钟内启动应急响应，1 小时内发布首份回应（说明“事件概况、学校态度”），后续每 6 小时更新 1 次进展，舆情平息后 72 小时内发布“总结报告”；

案例：“学生外出失联”事件，校领导需在 1 小时内发布“失联情况、学校搜救措施、与家长沟通进展”，每 6 小时更新“搜救最新情况”。

同时，建立“节假日应急响应机制”：节假日安排“宣传部+学生处+后勤处”联合值班，值班人员具备“应急响应启动权”，确保舆情发生后可直接对接校领导，避免流程中断。

2.优化回应内容，提升公信力

明确回应内容标准：所有舆情回应需包含“五要素”——事件事实（时间、地点、涉及主体）、处理措施（具体行动、责任部门）、时间节点（完成时限、更新频率）、监督方式（联系电话、反馈渠道）、学校态度（正视问题、改进决心），避免模糊表述。例如“实习薪资纠纷”回应需明确：“2024年3月，我校2021级50名实习学生被XX企业拖欠薪资，涉及金额共12万元；学校已成立专项小组，于3月15日与企业谈判，要求3月25日前结清薪资；监督电话，每日16:00在微信公众号更新谈判进展；学校坚决维护学生合法权益，后续将加强实习企业资质审核。”

创新回应形式：针对学生群体偏好短视频的特征，采用“短视频解读+图文报告”结合的形式发布回应——例如“食堂卫生争议”中，制作“食堂整改前后对比”短视频（1分钟内），同步发布“检查报告PDF版”，满足不同群体信息获取习惯。

加强回应后的反馈互动：在回应内容中设置“留言反馈区”，安排专人24小时回复师生疑问，对“高频问题”（如“实习薪资何时到账”）定期汇总并发布“问答集锦”，提升师生参与感与信任感。

3.构建部门协同机制，打破信息壁垒

成立舆情应对协调小组：由分管副校长任组长，宣传部主任任副组长，成员包括学生处、后勤处、教务处、安全保卫处、

二级学院负责人及法务人员，明确“组长统筹决策、副组长牵头执行、成员部门分工协作”的职责体系。

建立实时信息共享平台：搭建“舆情应对协同工作群”（含所有协调小组成员），配套“文档共享系统”，实现“信息实时同步、文档即时调取”——例如“学生活动安全事故”舆情中，安全保卫处可实时上传“事故调查记录”，学生处可同步更新“学生安抚进展”，宣传部根据共享信息快速撰写回应，避免部门间信息延迟。

制定协同流程手册：编制《巴中职业技术学院负面网络舆情应对协同流程手册》，明确“舆情发生后各部门响应步骤、信息传递节点、职责边界”，例如：

宣传部发现舆情后，10分钟内在协同群发布“舆情简报”（含事件概况、风险等级）；

组长15分钟内召集线上会议，明确各部门任务（如学生处负责安抚学生、后勤处负责整改）；

各部门每30分钟在群内更新进展；

宣传部根据部门进展，1小时内完成回应初稿，经组长审核后发布。

定期开展协同演练：每学期组织1次舆情应对协同演练，模拟“食堂卫生争议”“学生安全事故”等场景，检验部门协同效率，针对演练中暴露的“信息传递延迟”“职责不清”等问题，优化流程手册。

（三）强化“多元参与、素养提升”舆情引导工作

1.提升师生媒介素养，从源头降低传播风险

（1）针对学生群体：分层分类开展媒介素养教育：

纳入课程体系：将“网络信息辨别、舆情风险防范”纳入《大学生心理健康教育》《思想道德与法治》等公共必修课，设置4-6课时专题内容，结合该校“食堂卫生争议”“乱收费谣言”等案例，讲解“如何辨别网络信息真实性”“转发负面信息的法律风险”。

开展专题活动：每学期组织1次“校园好网民”评选、“舆情案例分析大赛”，鼓励学生创作“理性看待网络舆情”的短视频、漫画作品，在抖音、微信视频号推广。例如2024年计划开展“巴职院舆情辨析大赛”，设置“虚假信息识别”“正面舆情创作”等环节，吸引学生参与。

建立“学生舆情观察员”制度：从各二级学院选拔1-2名“学生舆情观察员”（优先选择学生干部、社团负责人），培训后负责“收集同学舆情反馈”“引导班级群理性讨论”，在舆情发生时协助学校传递正面信息——例如“宿舍停电维权”舆情中，观察员可在班级群发布“学校维修进展”，避免负面情绪扩散。

（2）针对教师群体：强化舆情引导能力培训：

定期组织专项培训：每年开展2次“教师舆情引导能力培训”，邀请高校舆情研究专家、地方媒体资深编辑授课，内容包括“教师在舆情中的角色定位”“正面发声技巧”“与学生沟通的话术”。例如培训中设置“模拟舆情场景”，让教师练习“如何在朋友圈解读学校政策、回应学生疑问”。

明确教师引导职责：制定《巴中职业技术学院教师舆情引导工作规范》，明确教师“三大职责”——不传播未经证实的负面信息、在社交媒体主动发布正面内容（如教学成果、学生活动）、及时向学校反馈学生舆情诉求。

建立激励机制：将教师参与舆情引导的表现纳入“年度考核”“评优评先”指标，对“积极发布正面内容、有效引导舆情”的教师，给予“教学积分奖励”“年度优秀教师提名”等激励，提升参与积极性。

2.构建多元引导格局，强化正面声音

调动师生参与引导：

组建“教师舆情宣讲团”：从各学院选拔10-15名资深教师，围绕“学校办学成果”“职业教育政策”“舆情理性看待”等主题，每月开展1次“校园舆情宣讲会”，同时在抖音、微信视频号发布“宣讲短视频”（如“巴职院实习就业数据解读”“如何辨别校园谣言”）。

支持学生社团创作正面内容：资助“新媒体社团”“摄影社团”创作“校园美景”“师生故事”“技能大赛风采”等正面短视频，在抖音、小红书推广，提升学校正面形象曝光度——目标每月产出5-8条优质短视频，每条播放量不低于1万次。

整合外部资源联动引导：

与地方媒体建立合作：与巴中日报、巴中电视台、“巴中生活通”等地方媒体签订“舆情联动协议”，在负面舆情发生时，邀请媒体“客观报道事件进展、学校应对措施”，借助媒体公信力对冲负面情绪；同时，定期向媒体提供“学校办学成果、特色专业建设”等正面素材，增加正面报道频次。

联动家长群体参与引导：通过“家长微信群”“家长会”等渠道，定期推送“学校舆情管理工作动态”“正面校园新闻”，邀请家长“理性看待网络信息，不传播负面舆情”，在“学生安全事件”“实习纠纷”等舆情中，优先向家长通报进展，争取家长理解与支持。

3.加强正面宣传与形象修复，对冲负面影响

打造正面内容矩阵：

优化内容选题：学校官网、微信公众号、抖音账号调整内容比例，将“行政通知”占比从60%降至30%，增加“师生优秀事迹”（如“技能大赛获奖学生”“优秀教师案例”）、“办学成果”（如“就业率”“校企合作项目”）、“校园服务改进”（如“食堂升级、宿舍翻新”）等内容占比，每月发布正面内容不少于20条。

创新传播形式：采用“直播”“vlog”“互动话题”等形式提升正面内容吸引力，例如开展“校长带你逛校园”直播（展示食堂、宿舍、实验室）、“学生实习vlog大赛”（记录实习生活，体现学校实习管理成效）。

舆情后形象修复计划：

舆情平息后72小时内，发布“整改成效报告”：针对舆情反映的问题，详细说明“整改措施、完成情况、后续保障机制”，例如“食堂卫生争议”后，发布“食堂食材采购流程优化方案”“每月卫生检查公示制度”，并附“整改前后对比图、第三方检测报告”。

开展“负面舆情回头看”活动：舆情平息3个月后，通过问卷调查、座谈会等形式，了解师生对“整改效果”的满意度，对“满意度低于60%”的整改事项，重新制定优化方案，并公开进展，持续修复学校形象。

六、结论与展望

（一）研究结论

本研究通过对巴中职业技术学院 500 名学生、50 名教师、30 名管理者的调研，结合 3 起典型舆情案例分析，得出以下核心结论：

传播特征层面：全媒体时代，该校负面网络舆情呈现“渠道集中化（抖音、微信为主）、速度即时化（3.2 小时跨平台扩散）、内容情绪化（标题渲染焦虑、事实碎片化）、主体多元化（意见领袖主导）”的特征，短视频平台的“算法推荐”机制成为舆情快速扩散的关键推手。

管理问题层面：该校舆情管理存在三大核心痛点——一是监测体系“覆盖不全、能力薄弱”，漏报、分析不足问题突出；二是应对机制“响应慢、协同差”，错过舆情应对黄金时间，部门推诿导致应对效率低；三是引导工作“主体单一、素养不足”，师生参与度低，正面声音传播乏力。

优化策略层面：需从“监测-应对-引导”三维度构建管理体系——监测端打造“全平台、智能化”系统，实现舆情“早发现、深分析”；应对端建立“分级响应、协同联动”机制，确保“快响应、准回应”；引导端强化“多元参与、素养提升”，通过师生协同、正面宣传，实现“强引导、树形象”。

（二）研究不足与未来展望

1. 研究不足

样本范围有限：本研究仅聚焦巴中职业技术学院，未对比巴中市其他高校（如四川文理学院、巴中中学），研究结论的普适性有待进一步验证。

数据深度不足：受限于学校数据开放程度，未能获取“舆情应对成本”“舆情对学校招生、就业的具体影响”等数据，无法量化分析舆情管理策略的经济效益。

动态研究缺失：全媒体技术迭代快（如 AI 生成内容、新社交平台出现），本研究未探讨“新技术对舆情传播的影响”，策略的前瞻性有待提升。

2.未来展望

扩大研究范围：后续可增加巴中市其他高校样本，对比分析本科院校与职业院校、公办院校与民办院校的舆情传播差异，总结区域高校舆情管理共性规律，形成“巴中市高校舆情管理指南”。

深化数据研究：推动与学校招生办、就业办的数据对接，量化分析“舆情事件对招生人数、就业率的影响”，同时引入“成本-收益分析模型”，评估舆情管理策略的投入产出比，优化资源配置。

探索技术融合：关注 AI 生成内容（AIGC）、元宇宙等新技术对舆情传播的影响，研究“AI 生成虚假校园舆情的识别方法”“元宇宙场景下的舆情引导新路径”，推动舆情管理从“被动应对”向“主动防控、智能预警”升级。

推广实践应用：将本研究提出的“监测-应对-引导”策略制作成“操作手册”，在巴中市社科联、教育局的指导下，向巴中市其他职业院校推广，通过“试点应用-反馈优化-全面推广”的路径，提升区域高校舆情管理整体水平。

参考文献

[1]李本乾，张敏。高校负面网络舆情的传播阶段与应对策略[J].高等教育研究，2022,43(5):89-96.

[2]王来华，陈月生。网络舆情研究概论[M].天津：天津社会科学院出版社，2020:124-145.

[3]罗伯特·希斯。危机管理[M].王成,宋炳辉,金瑛,译。北京:中信出版社,2019:78-92.

[4]中国高等教育学会。中国高校网络舆情发展报告(2024)[R].北京:高等教育出版社,2024.

[5]罗杰斯。创新的扩散[M].辛欣,译。北京:电子工业出版社,2021:95-110.

[6]诺依曼。沉默的螺旋:舆论——我们的社会皮肤[M].董璐,译。北京:北京大学出版社,2018:56-70.

[7]张建军。职业院校网络舆情管理的困境与突破[J].职业技术教育,2023,44(12):68-73.

[8]陈丽,刘伟。短视频平台高校舆情的传播特征与治理路径[J].情报杂志,2022,41(8):167-173.

二、录用通知

河北广播电视报



用稿通知单

王海军同志

您撰写的文章《全媒体时代高校负面网络舆情的传播与管理研究》经专家指导委员会审阅，已被我刊录用，将在《河北广播电视报》杂志 2025 年 30 期发表。国内统一刊号：CN13-0039，邮发代号：17-8。我编辑部会把当月期刊寄发给您，以供用途，届时，请注意查阅样刊。

特此通知！

《河北广播电视报》编辑部



2025年9月
编辑部