

受众理论视域下大学生思想政治教育现状与优化措施

◎ 顾春香

随着社会的快速发展和进步，人与人之间的信息传播变得更加开放、便捷，信息化、科技化、智能化，逐渐成为现代社会的显著特性。基于新时代的社会环境，从传播学受众理论来看，高校思想政治教育面临着复杂多变的现实状况，例如教育模式弊端日益显露，对大学生需求认知不足；教育者权威地位固化，大学生主体地位逐渐虚化；单向线性传播模式备受局限，教育效果反馈薄弱等等。为了提高大学生思想政治教育传播效果，高校应当在受众理论的指导下，满足大学生的多样化需求、增强大学生的主体性建设、注重思想教育的反馈机制。

传播技术的提高对于高校思想政治教育的影响愈来愈大，高校思想政治教育与传播学的交叉研究逐渐成为人们关注的热点话题。在新时代下，高等院校如何根据传播学的受众理论对大学生思想教育进行问题剖析和实际解决，不可否认成为时下面临的重要课题。

传播学受众理论与思想政治教育的相关性

在《新闻学简明词典》中，“传播”一词译为“与他人建立共同意识”，是一切社会信息交流的实质。^[1]传播学是不同领域学科相互渗透的结果，它与思想政治教育的交叉融合研究是后者自身发展的必经之路，是学科属性和社会功能耦合的必然要求。从传播学的角度来说，思想政治教育是一种特定的传播方式，其教育过程也是一个传播过程，它通过传递正确的政治理论和思想观念，帮助受教育者树立坚定的政治理想信念。

思想政治教育传播，就本质而言，是研究如何对人传输思想政治教育信息的过程，因而必须认识和研究传播对象，即思想政治教育传播的受众。受众理论在传播学中具有举足轻重的地位，在早期的大众传播研究工作中，学者们并没有看到受众的主观能动性，认为受众就像一个固定不动的靶子，后来施拉姆指出，“接受者也不仅仅是靶子，而是这个过程之中的平等的伙伴”，^[2]即受众在大众传播面前并非处于被动地位的，而是能够主动选择自己所偏爱和需要的媒介信息和内容。

（一）活动目的的同向性

传播学受众理论认为传播者利用某些信息有目的、有意识地对受传者进行一定的影响，作为一种社会互动行为，在现代社会活动中，个人或者组织往往会利用这一传播特性来影响他人；在思想政治教育过程中，教育者通过有目的、有计划、有组织地对受教育者施加影响，使之形

成社会所要求的思想品德和道德规范。因此，传播活动和教育活动的目的具有同向性，都是企图通过各种途径和方式来实现对受者某种思想和行为的转变。

（二）传播过程的相关性

从一般传播过程来看，作为基本构成要素，包括传播者、受传者、讯息、媒介、反馈，^[3]在思想政治教育过程中，其基本要素包括教育者、受教育者、教育内容、教育载体、教育效果。两者传播过程的组成要素彼此呼应，都是从传播者开始，借助各种传播媒介向受传者传递信息，由此不难发现，两者的传播过程具有极大的相关性。同时，在传播过程中，各要素及其相互关系也在不断运动、变化和发展，其动态特性反映了传播者和受传者之间信息的双向互动。

（三）活动结果的预期性

基于传播学受众理论下，预期受众，顾名思义，即预先设想的“收件人”，一般出现在活动尚未开始前，储存在传播者的潜意识中，影响和参与信息的全程编码和传播。“德育目标在设定之前，应该对影响其过程的诸要素进行预先的设想，从而全面和有前瞻性地规划整个活动。”^[4]由此可见，无论是传播活动的预期受众，亦或者是思想政治教育的目标设定，他们对于活动结果都具有一定的预判性，鉴于他们必须保障传播或者教育活动的顺利开展，那这就为活动结果的预期性提供了稳固的基石。

受众理论视域下大学生思想政治教育的现状

随着社会日新月异的发展，新时期的大学生思想政治教育呈现出前所未有的发展态势，从传播学受众理论来看，大学生作为思想政治教育传播过程中的接受者，是思想政治教育者开展活动的落脚点和归宿，^[5]从受众理论的研究视角出发，不难发现，当前大学生思想政治教育面临着