

从被动到主动：学习强国App如何影响大学生对思政教育的态度与认知？

穆婷婷

北京印刷学院新闻传播学院，北京

收稿日期：2024年7月17日；录用日期：2024年8月10日；发布日期：2024年8月22日

摘要

学习强国App是当代思政教育的重要阵地和理论宝库。为探究学习强国App在转变大学生对思政教育的态度与认知上如何发挥作用，采用了问卷调查的量化研究方法，在对现有文献的分析上提出了研究问题；以拉斯韦尔的5W模式为理论依据，利用SPSS数据分析工具，从传者、受者、内容、渠道、效果5个角度透析大学生态度转变的真实原因及态势，发现学习强国学习平台在板块设置、激励方式、传播效力等方面有其不可替代的优越性。

关键词

学习强国App，思政教育，激励机制，拉斯韦尔，5W

From Passive to Active: How Does “Learning to Strengthen the Country” App Affect College Students’ Attitude and Cognition to Ideological and Political Education?

Tingting Mu

College of Journalism and Communications, Beijing Institute of Graphic Communication, Beijing

Received: Jul. 17th, 2024; accepted: Aug. 10th, 2024; published: Aug. 22nd, 2024

Abstract

The Learning to Strengthen the Country App is regarded as an important platform and theoretical treasure trove for contemporary ideological and political education. An exploration into the influence of the app on college students’ attitudes and perceptions towards ideological and political

education was conducted using a quantitative research method involving a questionnaire survey. Based on the analysis of existing literature, research questions were formulated; Lasswell's 5W model was utilized as the theoretical framework and SPSS as the data analysis tool to analyze the real reasons and trends behind the shift in university students' attitudes from the perspectives of sender, receiver, content, channel, and effect. It was found that the Learning to Strengthen the Country learning platform possesses irreplaceable advantages in terms of its section settings, incentive methods, and communication effectiveness.

Keywords

Learning to Strengthen the Country App, Ideological and Political Education, Incentive Mechanism, Lasswell, 5W

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 绪论

学习强国学习平台由中共中央宣传部主管主办，于 2019 年 1 月 1 日正式上线。该平台以贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想为主要内容和核心[1]，是当代思政教育的科学理论学习阵地和科学知识传播高地。通过平台的不断完善和发展，突出的优质内容与趣味的学习方式打破了思政教育枯燥无味的刻板印象，吸引了社会各界人士自发主动地下载 App 并学习“新思想”。可喜的是，最具创造活力、最具学习精神的新时代大学生也加入到了“学习大军”，通过使用 App，他们对思政教育的态度与认知也在悄然发生变化。

大学生群体对思政教育的态度与认知关系到科教兴国和人才强国战略的成功，关系到中国特色社会主义事业的兴旺发达。对学习强国学习平台的研究不在少数，然而，很少有研究以大学生为主体，分析学习强国 App 是否会让他们对思政教育的态度与认知产生变化、产生了怎样的变化、为什么会发生变化，这是本研究的主题，也是本研究的创新之处。

本研究旨在论证学习强国 App 具有积极作用，确实确实改变了大学生对思政教育的态度与认知，让他们从被动接受思政教育转为主动学习理论知识[2]。

对学习强国 App 的研究，可以为各高校、高职等教育场所或机构的思政教育提供新的改革思路，丰富思政教育的内容，激发各主体的学习活力和创造力，让思政教育不再是形式化教育，而是有趣新颖的实在化教育。另外，对大学生的态度转变研究，可以深入了解当代大学生对思政教育的真实看法，为思政教育改革的方向和重点提供参考，同时，大学生的个体差异性也是学习强国 App 完善激励制度、提升平台功能、增强用户体验的指南针。

2. 理论依据

从传播学的角度来看，5W 是构成传播过程的基本要素，思政教育是一种特殊的传播活动，同样离不开 5W 要素。著名传播学者拉斯韦尔在 1948 年发表了《社会传播的结构与功能》一文。在这篇文章中，拉斯韦尔明确提出了传播过程及其五个基本构成要素：谁(who)、说什么(what)、对谁说(whom)、通过什么渠道(what channel)、取得什么效果(what effect)。拉斯韦尔 5W 模式简洁明了，是一种著名的传播过程

模式。基于此,学界众多学者都进行了大量研究,完善并发展了5W模式。这一模式奠定了传播学研究的五大领域,即:“控制分析”“内容分析”“媒介分析”“受众分析”和“效果分析”,为世人提供了深入探究传播学的基础理论[3]。从问卷反映的各项真实数据来看,大学生对思政教育的态度转变与5W传播模式具有高度相关性,回答了本研究的研究问题。

3. 研究设计

学习强国学习平台上线以来,关注度总体呈上升趋势,恰逢2022年党的二十大召开,自2021年起,学习强国App有关二十大的思政教育主题学习活动纷纷发布,学界对该平台的研究也紧随其后。目前,针对学习强国App对思政教育产生影响的研究主要集中在以下两类。一是思政课改革,以思政课教师为主体,各高校、高职等思政课堂创造性地引入了学习强国App的学习资源,以达到教学内容提质增效、教学方式寓教于乐的目的。二是正面影响,以基层党组织或党员为主体,具体阐释单个学习板块如百灵所带来的文化传承功能和单个的激励模式如积分制所带来的正向激励效果,通过分析功能与效果说明学习强国学习平台的重要性。

通过文献回顾及分析,本研究产生以下问题:(1)学习强国App是否会对大学生对思政教育的态度与认知产生影响;(2)学习强国App对大学生对思政教育的态度与认知产生怎样的影响;(3)为什么学习强国App会对大学生对思政教育的态度与认知产生影响。

针对以上问题,涉及的概念与测量如下:(1)学习强国App的总体使用情况。基于多项有关“学习强国App”的课题研究,本研究侧重于大学生这一群体对学习强国学习平台的使用习惯与态度转变,相关问题为:“是否使用过‘学习强国’App”、“您所在的学校是”、“对‘学习强国’App的总体满意程度”。(2)使用学习强国App前后对思政教育的态度转变情况。问卷设置了“我对思政教育的原始态度”、“受App影响对思政教育的态度”、“对比使用App前后,对接受思政教育的态度转向”三个问题,分析态度与认知的转变结果。(3)态度转变的影响因素。个人态度转变的原因复杂多样,为探究个人客观特征是否对态度转变有影响,问卷设置了关于被调查者性别、年龄、学历的人口统计学相关问题。与此同时,在分析“学习强国激励机制”的有关研究后,笔者发现学习强国学习平台具有完备性强、趣味性高的激励机制,如积分制、点点通、线下送好礼。为探究学习强国激励机制对大学生态度转变是否有影响及影响程度如何,本问卷设置了相关问题:“对‘学习强国’App激励制度的评分”、“是否参与过‘学习强国’App的线下活动”、“对‘学习强国’App线下活动的满意度”。

本研究采用了问卷调查法:(1)预调研;(2)根据预调查结果进行简单的数据分析,收集被调查者的反馈,订正、修改正式问卷并进行发布;(3)使用专业性分析软件SPSS与辅助分析工具SPSSAU,对问卷样本进行系统科学的统计分析。

为保证研究数据尽可能真实可靠,本研究采用了随机抽样与滚雪球抽样,将调查问卷有针对性地发放大学生群体中。问卷多采用李克特量表,进一步保证了调查结果更接近实际情况。

4. 研究结论

4.1. 态度与认知的转变:从被动到主动

4.1.1. 传播效果显著,互动热情高涨

从传播效果来看,学习强国App确实会对大学生对思政教育的态度与认知产生影响,并且这种影响是积极且正向的。传播效果是指传播者发出的信息经媒介传至受众而引起受众思想观念、行为方式等的变化[4]。对比使用App前后,对接受思政教育的态度转向中78.4%的样本选择了“从被动到主动”(表1)。分析结果清楚地表明学习强国学习平台确实确实正向地转变了大学生对思政教育的态度。

Table 1. Frequency analysis results of attitude changes before and after receiving ideological and political education
表 1. 接受思政教育前后的态度转向的频率分析结果

	频率	百分比	有效百分比	累积百分比
从被动到主动	373	78.4	78.4	78.4
无变化	39	8.2	8.2	86.6
从主动到被动	64	13.4	13.4	100
总计	476	100	100	

4.1.2. 传播媒介多元，领袖作用强大

传播媒介是传播过程的基本组成部分，包括受众获取信息的途径和方式，是传播行为得以实现的物质手段[5]。意见领袖作为用户获取信息的重要渠道，在学习强国 App 对大学生态度转变产生影响中发挥了重要作用。

学习强国注重用习近平新时代中国特色社会主义思想统领内容建设，真实充分地展示习近平总书记的崇高风范，努力把总书记的故事讲得生动，让群众爱听。平台设置了“新思想”专区，开设“习近平金句”“习近平日志”等专题[6]，用总书记原话、原文、金句统领各板块、各频道、各专题。

由此可见，习近平同志在学习强国学习平台中充当了意见领袖，思想引领行动，全体大学生自觉自发地紧紧团结在习近平同志的周围，有力推动了习近平新时代中国特色社会主义思想在大学生群体中生根发芽、结出硕果。

4.2. 态度与认知的转变原因：从主体到内容

4.2.1. 内在原因：传播对象广泛，受众基础良好

传播对象揭示了大学生主体对思政教育态度转变的内在原因。传播对象即受众，是主动的信息接收者，是传播活动产生的动因之一和中心环节之一。本研究对受众的分析，主要围绕受众特征和受众偏好展开。

(1) 受众特征

本次问卷调查的有效样本为 476 份，均为大学生，对所有有效样本的性别、年龄、学历、学校所在地区进行频率分析可知，学生性别及年龄分布均匀，大多数为本科学生且学校所在地区包括国内除港澳台地区外的所有地区，样本涵盖范围广泛。(表 2)

Table 2. Frequency analysis results of gender, age, education level, and region
表 2. 性别，年龄，学历，地区的频率分析结果

		频率	百分比	有效百分比	累积百分比
性别	男	239	50.2	50.2	50.2
	女	237	49.8	49.8	100
年龄	未满 18 岁	178	37.4	37.4	37.4
	18~22 岁	138	29	29	66.4
	22 岁以上	160	33.6	33.6	100
学历	本科	344	72.3	72.3	72.3
	专科	132	27.7	27.7	100
地区	东北地区	27	5.7	5.7	5.7
	华北地区	134	28.2	28.2	33.8
	华东地区	42	8.8	8.8	42.6
	华南地区	96	20.2	20.2	62.8
	华中地区	23	4.8	4.8	67.6
	西北地区	100	21	21	88.7
	西南地区	54	11.3	11.3	100
	总计	476	100	100	

由于网络的高度便捷化，大学生群体更倾向于在智能手机上投入大量时间与精力，导致他们注意力分散，呈现出碎片化学习的受教育习惯。而移动化 App 成为了他们获取知识的主要方式，与学习强国 App 为他们提供的碎片化信息不谋而合，这也是学习强国 App 在大学生群体中受众范围广泛的重要原因之一。

(2) 受众偏好

将对“学习强国”App 的总体满意程度作为因变量进行线性回归分析，将我对思政教育的原始态度作为自变量，从表 3 可以看出，“我对思政教育的原始态度”的回归系数值为 0.097 ($t = 2.011, p = 0.045 < 0.05$)，意味着对思政教育的原始态度会对对“学习强国”App 的总体满意程度产生显著的正向影响关系。

Table 3. Results of linear regression analysis

表 3. 线性回归分析结果

	非标准化系数		标准化系数	t	p	VIF
	B	标准误	Beta			
常数	2.759	0.147	-	18.738	0.000**	-
我对思政教育的原始态度	0.097	0.048	0.092	2.011	0.045*	1.000
R ²				0.008		
调整 R ²				0.006		
F				F (1,474) = 4.043, p = 0.045		
D-W 值				1.716		

因变量：对“学习强国”App 的总体满意程度

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$.

由此可见，受众的选择性接触偏好会对他们接触和使用某一软件或获取某些信息产生影响。从侧面说明，提高大学生群体接受思政教育的积极性要从改变他们对于思政教育的原始态度开始，因原始态度由平时的耳濡目染而来，因此创建一个高效有趣、独具吸引力的思政教育环境尤为重要。

4.2.2. 外在诱因：传播主体权威，号召能力突出

本研究对传播主体的分析挖掘出了大学生对思政教育态度转变这一现象的外在诱因。传播者是传播活动的起点，也是传播活动的中心之一，传播者控制信息来源，具有把关人作用[7]。学习强国学习平台是由主流媒体搭建的新型传播平台，传播主体主要是中央媒体、有内容生产能力的中央级单位及各地省级平台，由省级宣传部筹划设立，以地区为单位，整合符合平台属性的内容后向学习强国 App 输送[8]。

针对问题“是否使用过学习强国 App”，502 份样本中有超过 9 成的样本使用过学习强国学习平台(表 4)，而平台本身的传播主体权威性是吸引大学生使用该学习平台的关键原因。加之平台政治方向正确、符合当代价值，进一步强化了其核心号召力。

Table 4. Frequency analysis results of Learning to Strengthen the Country App usage

表 4. 学习强国使用情况的频率分析结果

	频率	百分比	有效百分比	累积百分比
是	476	94.8	94.8	94.8
否	26	5.2	5.2	100
总计	502	100	100	

4.2.3. 根本原因：传播内容丰富，学习劲头十足

传播内容是学习强国 App 引导大学生对思政教育态度转变的根本原因。传播内容是传播活动的中心，是指所有通过大众传播媒介传播给受众的信息。学习强国学习平台在内容建设方面，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为核心内容，用创新理论占领互联网阵地，推动党的理论创新“飞入寻常百姓家”。

该平台除了知识内容建设外，激励内容建设也吸引了一众大学生。本研究对学习强国学习平台的三种激励方式和受众总体满意度进行了描述分析，目前平台设置的三大激励方式即积分制、点点通、线下送好礼活动受到了绝大部分用户的欢迎。(表 5)

Table 5. Describe the results of the analysis
表 5. 描述分析结果

	N	最小值	最大值	均值	标准偏差
对“学习强国”App 的总体满意程度	476	1	5	3.03	1.421
对“学习强国”App 激励制度的评分	476	1	5	3.04	0.977
积分制	476	1	5	2.97	1.469
点点通	476	1	5	3.17	1.485
线下送好礼活动	476	1	5	2.99	1.293
有效个案数(成列)	476				

与此同时，线下活动也在很大程度上丰富了学习强国学习平台的传播内容与形式。以 2019 年第九届数字出版博览会为例，学习强国学习平台作为参展单位首次亮相展会，通过开展挑战答题、凭积分领奖品的系列活动，学习强国展厅很快成为了展区的“人气王”。期间，学习强国学习平台与 31 家出版单位签订了合作协议，为充分挖掘优质数字内容资源打下了坚实的基础。另外，学习强国学习平台与科大讯飞语音识别系统联合推出板块“我对‘学习强国’说句话”，吸引了大批观众为平台内容建设建言献策。

然而，本研究对有效样本是否参与过线下活动做了频率分析后发现，超 6 成的样本并未参与过学习强国的线下活动(表 6)，但参与过学习强国线下活动的样本对线下活动的评分却很高。这充分说明线下活动具有显著优势，受众喜闻乐见。因此，学习强国应将激励制度的重心向宣传并举办线下活动上稍作偏移，以期取得更好的传播效果。

Table 6. Frequency analysis results of offline activity participation
表 6. 线下活动参与情况的频率分析结果

	频率	百分比	有效百分比	累积百分比
是	161	33.8	33.8	33.8
否	315	66.2	66.2	100
总计	476	100	100	

5. 结语

大学生对思政教育的态度转向并不是一蹴而就的，是一个长期的需要持续引导的过程。学习强国学习平台有其不可替代的优越性，平台设置的三大激励方式不仅提升了学习强国学习平台对大学生群体的吸引力，同时也增强了思政教育效果。然而需要特别注意的是，从研究结果来看，专科大学生的思政教育强度有待提高，同时平台要进一步创新激励方式和内容板块，才能可持续地、优质地守好思政教育高地。

参考文献

- [1] 支仕泽. 论“学习强国”APP的思政育人功能[J]. 读与写(教育教学刊), 2019, 16(10): 51.
- [2] 陈霞. 习近平新时代中国特色社会主义思想统领高校思政教育改革发展探析[J]. 新余学院学报, 2019, 24(2): 7-11.
- [3] 丁安莉. 基于“5W模式”的移动学习平台环境传播研究[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 浙江工商大学, 2022.
- [4] 叶洋. “学习强国”APP党史内容传播效果优化研究[D]: [硕士学位论文]. 安庆: 安庆师范大学, 2022.
- [5] 陈念. 新媒体时代拉斯韦尔“5W”传播模式的改变——以内容营销为例[J]. 南方农机, 2017, 48(18): 133-134.
- [6] 刘汉俊. 努力把“学习强国”学习平台建成民生工程、民心工程、根基工程、德政工程[J]. 党建, 2021(12): 27-29+11.
- [7] 李程. 浅析“学习强国”学习平台在高职大学生政治认同教育中的作用[J]. 湖南大众传媒职业技术学院学报, 2021, 21(4): 77-79+93.
- [8] 冯润萌. 媒介融合背景下“学习强国”APP的发展探析[J]. 传播力研究, 2019, 3(24): 61-62.