

网红文化影响下高职院校“双创教育”的路径研究

周星星, 夏爱萍

(江苏工程职业技术学院 纺织服装学院, 江苏 南通 226007)

摘 要:创新创业教育作为职业教育改革的突破口,在新征程上必须找准自身的时代坐标。网红文化激发了青年学生的“双创”意识、拓展了青年学生的“双创”平台,但同时也冲击着他们的就业创业观念、消解着他们的奋斗精神。高职院校作为“双创教育”微观层面的“一根针”,应依托网红作品,激发青年学生的双创意识;剖析网红事迹,涵养双创精神;运用网红思维,推动“双创”实践。

关键词:网红文化;“双创教育”;路径研究

中图分类号:G717.38

文献标志码:A

文章编号:2097-0358(2023)4-0080-04

0 引言

技能强国是中国式现代化整体建设的长远需求和战略目标,是我国成为经济强国、制造强国和科教强国的必然途径。创新创业教育作为职业教育改革的突破口,在新征程上必须找准自身的时代坐标。习近平总书记在庆祝中国共产主义青年团成立 100 周年大会上指出:青年最具创新热情,最具创新动力,要团结带领广大团员青年勇做新时代的弄潮儿^[1]。当代青年深受网红文化影响,如何破解网红文化,在广大青年中厚植双创理念、培育双创精神、提升双创实效,是必须深入思考和研究的课题。

1 网红文化的特征分析

社会心理学家塞日·莫斯科维奇(Serge Moscovici)提出,每一种文化都具有历史合理性。敖成兵等研究者认为,网红是视像时代、粉丝时代、自媒体时代、狂欢时代、话语时代、商业时代合力造就和共生衍创的产物。^[2]网络红人作为网红文化的主要创造者,借用最“快”、最“火”的传播媒介,充分迎合网民需求,快速进行反常式文化生产。^[3]

1.1 创新性

从网红打卡地,到网红文创,再到网红文化,贯穿始终的是用创新性博取广大网友的关注与认同。网红文化的创新性主要表现在内容的创新和传播方式的创新。以“网红故宫”为例,故宫通过产品设计的创新和传播方式的创新,把自身成功打造成超流量 IP,为优秀传统文化的推广提供了新的探索经验。^[4]除了“网红故宫”之外,各地涌现出大批“网红乡村”,在数字技术发展与乡村振兴政策的驱动下,他们通过对传统文化的创新传播转换,实现了乡村文化、乡村经济的传播,助力乡村振兴。“网红故宫”和“网红乡村”均是通过内容的创新和传播方式的创新抓住了流量密码,实现了文化传承,推动了乡村振兴。

1.2 先锋性

无论是艺术还是科学,都有其先锋性内涵。网红文化的先锋性是由其自身传播的特点所决定的。从传播学的角度来看,只有借用最“快”、最“火”的传播媒介才能获得流量密码,成为网红文化。在具体表现形式上,网红文化的先锋性主要有两个维度。一是时间维度上的先锋性。热度是流量,流量是价值,这是网红文化、网红经济的底层逻辑。因此,网红必须要抓住先机,第一时间蹭上热点才能抓住流量。二是在价值观维度的先锋性。在正能量的网红文化中,网红借助网络传播力量,强化社会价值引领,激发奋斗精神,推进文化铸魂。

收稿日期:2023-08-09

基金项目:江苏高校哲学社会科学研究思政专项(2022SJSZ0898)

作者简介:周星星(1989—),女,江苏盐城人,江苏工程职业技术学院纺织服装学院副教授,硕士。

例如,在直播过程中向广大网友传递文化价值,用自身成长故事让广大网友认同读书的意义和价值,进一步感悟文化魅力和文化自信。与其他网红相比,这一价值观的先锋性让董宇辉圈粉无数,多次受邀参加央视访谈节目与青年对话,成为正能量网红的代表人物。

1.3 多中心性

网红文化的多中心性主要有两方面原因。一是互联网自身的去中心化。与现实空间相比,网络空间不存在绝对的中心性,网络世界是开放的、是互动交流的、是多元化的。在网络世界里,人人都是大明星,人人都是麦克风,人人都是传播平台。^[6]二是网红人物井喷式地产出。主流媒体的价值输出中有一个权威的声音,但在网红文化中,人人都想通过标签与人设让自己独树一帜,抓住流量。网络的包罗万象,受众的多元化需求,让网络媒体被分散成多个中心,消解了主流价值观的权威性和影响力,甚至那些躺平文化、丑文化、丧文化更容易引起青年学生的关注与共鸣。

1.4 泛娱乐性

娱乐是人的本性,但是在网红文化中娱乐已经充分泛化,没有边界,对青少年的价值观形成、行为养成、学业规划造成严重威胁。网红文化的泛娱乐性主要表现在两个方面。一是娱乐时间的泛化。现实中,不少学生挂科、违反校纪校规的原因就在于沉迷于网红文化中,消耗了大量的时间和精力。二是道德判断的乱象。有研究者认为,公众话语体系日渐以娱乐的方式出现,并成为一种文化精神,结果是成了一个娱乐至死的物种。^[6]“饭圈文化”“奶头文化”这些现象都反映了当代青年把娱乐精神扩散到学习生活、生涯规划以及对事物的认知中,其赖以支撑的基础就是以享乐主义、自由主义、个人主义为代表的所谓的“新网络价值观”。

2 网红文化影响下“双创教育”面临的机遇与挑战

正值拔节孕穗期的青年是网红文化的忠实追随者。网红文化推动了产业模式发展的改革和创新。在互联网的推动下,青年学生已深受网红文化影响,这为高职院校学生双创教育带来了新的机遇与挑战。

2.1 网红文化影响下“双创教育”面临的机遇

(1) 网红文化激发了青年学生的“双创”意识。创新创业意识是创新创业行为的启动阀。在大一新生的入学教育中,大部分同学对于创新创业是望而却步的。在学生的原有观念中,创新创业是束之高阁的高阶目标,大部分同学因缺乏创新创业意识而无法开启更深一步的创新创业行为。青年学生是网红文化的追随者,而在网红文化中不乏“草根”掌握流量密码,积极尝试探索创新创业项目。这种亲民的、多元化、宽口径的特征将社会业态以比较直观的方式展现在学生面前,有利于激发青年学生的双创意识。

(2) 网红文化拓展了青年学生的“双创”平台。传统行业通过“互联网+”的深入赋能就能转型升级,譬如,餐饮行业在互联网的赋能之下诞生了“美团”为代表的外卖平台,传统的教培行业借助互联网就能转型升级为在线教育平台,新东方教培行业转向“东方甄选”直播带货平台。这些成功的创业案例都得益于网红文化的红利。在中国国际“互联网+”大学生创新创业大赛中,越来越多的创业项目借助互联网力量、依托网络流量、运用网络思维。毋庸置疑,网红文化为新时代青年创新创业提供了更为广阔的思路 and 平台。

2.2 网红文化影响下“双创教育”面临的挑战

(1) 网红文化冲击着青年学生的就业创业观念。互联网拓展了创新创业的平台和资源,但是互联网这把双刃剑对青年学生的负面影响不可忽视。部分网红主播不择手段地进行虚假宣传、商业包装、传播低俗文化,抓住人性好逸恶劳、坐享其成的弱点,传播奢侈的生活方式,成为大学生印象中“一夜暴富”的“榜样”,从而导致大学生产生好逸恶劳的就业观。^[7]

(2) 网红文化消解着青年学生的奋斗精神。习近平总书记在对青年的寄语中多次提及奋斗的意义,指出奋斗是青春最亮丽的底色。网红文化以猎奇、搞怪、低俗等人设吸粉,传递着奢侈的生活状态和娱乐文化,对于价值观还比较模糊的青年学生来说,影响较大,其泛娱乐性消解着青年学生奋斗的精神。部分大学生缺乏奋斗精神,在学习习惯和职业规划中表现出躺平、摆烂的行为方式。他们一方面期待自身提升学历层次或专业技能,有更好的职业发展,另一方面在行为选择上,又缺乏持之以恒的吃苦和奋斗精神。

3 高职院校开展“双创教育”应把握的方向

近年来,高职院校的双创教育正如火如荼地开展,但还存在不少误区。高职院校应准确把握新时代“双

创教育”的内涵及面临的新问题、新需求,具体来说应重点把握好以下三个方面。

3.1 “双创教育”的重心在于厚植双创理念

双创教育是创新创业教育的简称,而创新和创业是两个不同概念,需要我们首先厘清这两个概念,才能抓住工作重点。创新是一种思维,是前提、基础,有了创新的想法,可能成为创客,从而转化为创业行为。由此可以看出,创业是一种生存状态,而创新是一种能力。创新是创业的必要条件,而非充分条件。有了创新的思维或者产品后,能否进入创业状态,还受其他多种因素的影响。通过厘清创新和创业这两者的关系不难看出,高职院校“双创教育”的重心工作应该是激发青年学生的创新意识,厚植创新理念。一是创新理念的培育面向全员。“双创教育”不是对少数拔尖人才的培养,应该面向全体青年,覆盖全体青年。二是创新理念贯穿全过程。高职院校可以将创新理念融入青年学生的入学教育、专业认知、主题团课、社会实践、毕业教育等多种形式的活动中。三是创新理念全方位融入青年学生成长成才。高职院校应充分发挥校园文化、社会实践、网络新媒体的育人功能,将创新理念融入其中。

3.2 “双创教育”的关键在于培育“双创”精神

当前有些高职院校的“双创教育”聚焦在创业成功的案例上,多是关注创业行为,将“双创教育”束之高阁,出现认知和做法上的偏差。高职院校的“双创教育”不仅仅是关注创业的成功典型,更重要的是培育青年学生的创业精神。创业精神是一种可迁移、可传承、可发扬的职业精神,为将来的创业行为奠定坚实基础,这是高职院校“双创教育”的关键所在。高职院校可以组织学生开展寻访优秀企业家社会实践活动,感知体悟企业家的创业精神;可以组织开展创业实践活动,在实践活动中锻造、培育青年学生的创业精神。

3.3 “双创教育”的难点在于提升“双创”成效

创业是一项系统工程,涉及政策支持、工商流程、产业对接等方方面面,需要和政府、企业、社会机构多主体协作。青年学生有了创新的理念或者产品,再有创业精神的加持,要想将其转化为创业行为,需要共青团发挥服务功能,整合多方力量,为青年办实事,提升“双创”成效,这也是“双创教育”的难点。高职院校始终要以服务青年为根本,围绕学生科技素养的提升和成长成才的需求,以产学研建设为中心主线,建好三大抓手:一是组织建设一支科创辅导员团队,聘请团干部、专业教师 and 行业大师为导师,以“师生结对”的方式开展创业活动的指导;二是发挥新媒体平台的传播力和影响力,宣传校友创新创业事迹,帮助已经创业成功的同学进一步提高其影响力,同时为在校学生树立榜样;三是高职院校要想学生所想,急学生所急,针对青年学生在创业过程中迫切需要解决的问题,提供帮扶,例如在入园基金、初创基金、贷款政策等方面提供保障,切实打通学生创业的最后最后一公里。

4 网红文化影响下高职院校开展“双创教育”的路径

4.1 依托网红作品,激发青年学生的“双创”意识

思想是行动的指南。网红文化冲击着青年学生的价值观,消解他们的奋斗精神。因此,在“双创教育”中,高职院校要始终用青年喜闻乐见的方式激发广大青年的创新创业意识。在现实中,部分学生存在专业自信不足、创新意识薄弱的现象,需要教师聚焦青年学生的思想引领,依托网红思政作品提升青年学生专业自信,激发他们创新创业的信心和兴趣。譬如,教师可以学习借鉴“共青团中央”“创青春”“B站”等平台发布的相关内容,让全体学生了解挑战杯等科创竞赛的价值和比赛规则,将“双创”的火种埋到每一个人心里;可以依托社团组织开展创新创业论坛、文化沙龙、研讨会和分享会等活动,分析讨论当前网络较为火爆的网红创业项目,激发青年学生的双创意识,启动创新创业的阀门,引发创新创业的内在动机。

4.2 剖析解网红事迹,涵养青年学生的“双创”精神

在网红文化传播时代,高职院校要引导青年学生重点分析网红成功的创业项目,破解他们创业成功的密码,进而涵养青年学生的创业精神。教师可以抖音爆火的“东方甄选”直播间为例,用他们创业的事迹引导广大青年学生读懂俞敏洪团队不怕挫折、迎难而上的精神品质;解析俞敏洪团队从教培行业转向于助农直播带货,读懂创业者助力于乡村振兴,始终将个人的小我融入时代的发展当中、融入祖国的大我之中的家国情怀。此外,职业教育的“双创教育”还要涵养学生的工匠精神,组织带领学生走进网红企业,通过走进企业、走进行业的方式,让学生了解网红创业背后的历程和品质,在思想洗礼和实践锻造中不断强化、厚植创新理

念,传递敬业、专注、坚持、精益求精的品质和追求突破、追求革新的创新精神。

4.3 运用网红思维,推动青年学生的“双创”实践

“双创教育”的难点是推动青年学生的“双创”实践。高职院校要充分运用网红思维推动青年学生的“双创”实践这一“牛鼻子”问题。一是要持续关注和帮扶青年学生的创业项目。任何一个网红都是要持续输出有价值的内容才能留住流量。同理,从创意萌芽到赛中项目的创新和难点解决,再到赛后的项目孵化、创业启动资金,需要全过程指导。高职院校要给创业团队提供试错机会,通过组织开展各类创新创业大赛,在实践中帮助青年学生探寻自身优势,找准创业定位。二是整合“双创”资源。在网红文化中,网红单枪匹马难以持续走红,难以将网红文化转化为网红经济,只有整合多方资源方能产生更多的热点和爆点。在推动青年学生“双创”实践中,高职院校应整合校内外的各类资源,做好创业前的项目辅导,创业过程中的政策扶持、项目孵化,创业项目落地后的持续关注、教育辐射,打造青年学生“双创”实践的前沿阵地。

5 结束语

中国共产主义青年团第十九次全国代表大会报告指出,要通过多种途径鼓励青年争当青创先锋,踊跃投身创新创业浪潮。在新征程中,高职院校应当主动研究新形势下青年学生的思想困惑、青年创新创业的困境,探寻符合高职院校学生特点的创新创业教育路径,助力创新创业实践,赋能技能强国实践,担当实现第二个百年奋斗目标的历史使命。

参考文献:

- [1]习近平.在庆祝中国共产主义青年团成立100周年大会上的讲话[N].人民日报,2022-05-11(2).
- [2]敖成兵.多元时代共生衍创背景下的“网红”现象解读[J].中国青年研究,2016(11):5-11.
- [3]肖瑶,梁霞,侯霜.论“网红”文化下的高职院校思想政治教育[J].教育与职业,2019(11):75-79.
- [4]任涛.故宫文创设计的“网红”之道——从设计方法和传播角度解析[J].新闻教育导刊,2019(10):229-230.
- [5]张眺.重建主体性:对“网红”奇观的审视与反思[J].中国青年社会科学,2016(6):1-7.
- [6]尼尔·波兹曼.娱乐至死[M].章艳,译.桂林:广西师范大学出版社,2004.
- [7]郝佳婧.网红裹挟下大学生思想政治教育的危机、契机与转机[J].重庆邮电大学学报(社会科学版),2021(1):110-117.

(责任编辑:范可旭)

Research on the Path of “Innovation and Entrepreneurship Education” in Higher Vocational Colleges Under the Influence of Internet Celebrity Culture

ZHOU Xing-xing, XIA Ai-ping

(School of Textile and Fashion, Jiangsu College of Engineering and Technology, Nantong 226000, China)

Abstract: As a breakthrough in the reform of vocational education, innovation and entrepreneurship education must find its own coordinates of the times in the new journey. The internet celebrity culture inspires the “innovation and entrepreneurship” awareness of young students and expands their “innovation and entrepreneurship” platform, but meanwhile which shocks their concept of employment and entrepreneurship and dissolves their spirit of struggle. As “a needle” at the micro level of “innovation and entrepreneurship education”, higher vocational colleges should rely on internet celebrity works to stimulate the innovation and entrepreneurship awareness of young students, analyze internet celebrity deeds to cultivate the innovation and entrepreneurship spirit, and use internet celebrity thoughts to promote innovation and entrepreneurship practice.

Key words: internet celebrity culture; “innovation and entrepreneurship education”; path research