

推动高校志愿者队伍建设的价值意蕴及实现途径

□ 苏热亚·热合木江 阿里木江·于山

高校志愿者队伍作为志愿服务体系的重要组成部分,对促进社会和谐、推动文化传承与创新具有重要意义。在新形势下,如何有效建设高校志愿者队伍,提升其服务质量和影响力,是高校和社会共同关注的重要课题。笔者试以多个高校的实践探索为基础,提出具有实践意义的策略,旨在为全国高校志愿者队伍建设提供有益的参考和借鉴。

随着社会对志愿服务需求的不断增加,高校志愿者队伍规模不断扩大,服务领域不断拓展。众多高校积极组织志愿者参与各类社会实践活动,如社区服务、环保行动、文化传承、教育扶持等,在一定程度上满足了社会的多样化需求,同时也为学生的个人成长和社会责任感培养提供了广阔平台。然而,高校志愿者队伍建设仍面临诸多挑战。例如,志愿者的组织管理不够规范,导致服务活动的开展缺乏系统性和持续性;志愿者的培训体系不够完善,影响了服务质量和专业水平的提升;志愿服务的激励机制相对薄弱,难以充分调动志愿者的积极性和主动性;志愿服务的资源保障不足,限制了服务项目的创新和拓展等等。这些问题制约了高校志愿者队伍的进一步发展,亟待通过有效的策略加以解决。

强化党建引领,筑牢志愿服务组织根基。学生党员作为高校学生群体中的先进代表,具有较高的政治觉悟和责任感,能够为志愿者队伍建设提供坚实的思想和组织保障。高校应充分发挥学生党员的先锋模范作用,通过建立党员志愿服务队或在志愿者组织中设立支部等方式,将党建工作与志愿服务有机融合。党组织可以引导志愿者树立正确的“三观”和服务理念,确保志愿服务活动的方向与社会需求相契合;同时,通过开展各类主题党日活动、志愿服务主题实践

等,增强志愿者的团队凝聚力和使命感,提升志愿服务的组织化程度和影响力。例如,许多高校的学生党员志愿服务队进社区服务、环保公益等项目中发挥了核心引领作用,带动广大志愿者积极参与,形成了良好的志愿服务氛围。

完善培训体系,提升志愿者服务能力。系统的培训是提高志愿者服务质量和专业水平的关键。高校应构建多层次、多元化的志愿者培训体系,以满足不同服务项目和志愿者群体的需求。

基础培训:面向全体志愿者,开展志愿服务理念、基本礼仪、沟通技巧等方面的培训,帮助志愿者了解志愿服务的内涵和意义,掌握基本的服务规范和方法,为参与各类志愿服务活动奠定基础。

专业培训:根据不同服务领域和服务对象的需求,提供专业技能培训。例如,针对教育扶持类志愿服务项目,开展教学方法、课程设计等方面的培训;对于医疗卫生类志愿服务项目,进行基础医疗知识和急救技能培训等。通过专业培训,使志愿者能够更好地适应特定服务岗位的要求,提高服务效果。

个性化培训:关注志愿者的个体差异和发展需求,提供个性化的培训课程。例如,为有志于从事志愿服务管理工作的志愿者提供组织管理、项目策划等方面的培训;为志愿者骨干提供领导力提升培训等,促进志愿者的全面发展 and 个性化成长。高校可以整合校内外优质教育资源,邀请专家学者、行业精英、资深志愿者等担任培训讲师,丰富培训内容和形式,如理论讲授、案例分析、实操操作、小组讨论等,提高培训的吸引力和实效性。

建立数字化管理平台,提高志愿服务效率与精准度。数字化技术为高校志愿者队伍建设带

来新的机遇。高校应积极建立志愿者数字化管理平台,实现志愿服务活动的信息化、智能化管理。

精准对接需求:通过平台收集和分析社会各方面对志愿服务的需求信息,以及志愿者的个人特长、兴趣爱好、时间安排等基本信息,运用智能匹配算法,将合适的服务项目精准推送给相应的志愿者,提高志愿服务的供需匹配度,避免资源浪费和服务不到位的现象。

优化管理流程:平台可以实现志愿者招募、报名、审核、培训、任务分配、服务记录、评价反馈等全过程的数字化管理,简化工作流程,提高管理效率,减少人为因素的干扰,确保志愿服务活动的组织管理更加科学规范、公开透明。

加强沟通互动:为志愿者、志愿服务组织、服务对象及社会各界搭建一个便捷的沟通交流平台,及时发布志愿服务动态信息、分享经验心得、解答疑问困惑,增强各方之间的互动与合作,营造良好的志愿服务氛围。

例如,一些高校开发的“志愿者管理 App”或借助现有的社交平台和志愿服务管理软件,实现了志愿服务活动的组织和管理,志愿者可以随时查看活动信息、报名参加、提交服务心得,管理者能够及时了解志愿者的服务情况并进行评价反馈,有效提升了志愿服务的整体效能。

深化实践育人功能,促进志愿者全面发展。志愿服务不仅是奉献社会的行为,也是高校实践育人的重要途径。高校应将志愿服务与人才培养目标紧密衔接,充分发挥实践育人的功能,促进志愿者的全面发展。

融入课程体系:将志愿服务纳入学校的课程体系,作为选修课或必修课的一部分,制定相应的教学大纲和考核标准,让学生在参与志愿服务

的过程中获得一定的学分。通过课堂教学与实践操作相结合的方式,引导学生深入理解志愿服务的理论知识 and 价值意义,提高学生的社会责任感、创新精神和实践能力,培养具有综合素质的人才。

开展项目式实践:鼓励志愿者积极参与各类志愿服务项目,如社区服务项目、文化传承项目、环保公益活动等。以项目为载体,培养学生的团队协作能力、项目管理能力和问题解决能力。在项目实施过程中,学生需要运用所学知识 and 技能,与团队成员共同策划、组织、执行和评估服务活动,这不仅有助于提高服务质量和效果,也能促进学生的个人成长和职业发展。

加强与企业合作:高校应积极与社会组织、企业、社区等建立广泛的合作关系,为志愿者提供更多参与社会实践的机会和平台。通过与校外机构合作开展志愿服务项目,让学生接触到不同领域和行业的实际需求 and 运作模式,拓宽学生的视野和人际资源,同时也有助于增强高校与社会的联系与互动,实现互利共赢。例如,高校与社区合作开展的“关爱空巢老人”“社区环保行动”等项目,让学生在服务社区居民的过程中了解社会,培养社会责任感;与企业合作开展的“公益营销”等项目,为学生提供了将专业知识应用于社会实践的机会,提升学生的专业素养 and 创新能力。

完善激励机制,激发志愿者积极性。有效的激励机制是调动志愿者积极性和主动性的关键因素。高校应建立健全志愿服务激励机制,从物质激励和精神激励两个方面入手,对志愿者的服务行为给予充分的认可和奖励。

物质激励:设立志愿服务专项基金,用于为志愿者提供必要的物质保障和支持,如交通补

贴、餐饮补贴、购买保险、发放纪念品等;同时,也可以对表现优秀的志愿者给予一定的物质奖励,如奖学金、奖品等,以缓解志愿者在参与志愿服务过程中可能面临的经济压力,体现社会对志愿者劳动的尊重和认可。

精神激励:开展志愿服务评优评先活动,定期评选表彰优秀志愿者、优秀志愿服务团队、优秀志愿服务项目等,通过颁发荣誉证书、荣誉称号、媒体报道等方式,宣传志愿者的先进事迹和奉献精神,激发志愿者的荣誉感和自豪感。此外,还可以为志愿者提供优先推荐参加各类培训、交流活动、实习就业等机会,拓宽志愿者的发展渠道,让志愿者感受到参与志愿服务对个人成长和发展带来的积极影响,从而更加积极主动地投身于志愿服务事业。例如,许多高校设立的“志愿服务奖学金”“优秀志愿者荣誉称号”等激励措施,在一定程度上激发了学生的志愿服务热情,吸引了更多学生参与志愿者队伍。

通过强化党建引领、完善培训体系、建立数字化管理平台、深化实践育人功能及完善激励机制等普适性策略的实施,可以有效提升高校志愿者队伍的组织管理水平和服务质量,激发志愿者的积极性和主动性,促进志愿者的全面发展,使高校志愿者队伍在服务社会、传承文化、推动社会进步等方面发挥更大的作用,成为社会志愿服务领域一支不可或缺的重要力量。

【作者单位:乌鲁木齐职业大学;本文系乌鲁木齐职业大学2025年度校级自筹科研项目“退伍复学军人校园适应性研究”(项目编号:2025ZC008)、乌鲁木齐职业大学2025年度校级重点科研项目“铸牢中华民族共同体意识背景下大学生情感实践思考”(项目编号:2025XZ004)研究成果。】

加快建设体育强国的路径选择

□ 戚鹏鹏

在体育强国建设背景下,体育活动作为国家软实力的重要组成部分,对于国家的发展有着重要意义。笔者提出打造体育交流平台、完善组织机构、服务国家战略,以期以体育强国建设与国家文化软实力的提升提供理论支撑。

一、体育强国建设的意义

体育强国建设是我国国家发展战略的重要组成部分,具有深远的社会、经济和政治意义。体育强国建设通过其强大的形象塑造力、文化传播力、规则影响力、社会凝聚力和情感联结力,为国家文化软实力提供了独特而高效的提升路径。一个体育综合实力强大的国家,必然在国际舞台上拥有更广泛的影响力、更积极的形象和更深厚的情感认同,这是实现中华民族伟大复兴不可或缺的重要支撑。体育强国建设不仅是体育领域的目标,更是实现中华民族伟大复兴的综合性工程,其通过拉动经济、增强文化自信等多维度作用,成为中国式现代化的重要支撑。

体育强国建设是中国体育事业发展的核心目标。我国体育事业实现了从“体育救国”到“奥运大国”再到“全方位体育强国”的历史跨越,其成就不仅体现在赛场上“夺金”,更在于将体育深度融入国家发展战略当中,成为提升民生福祉、展示文化自信、参与全球治理的重要力量。

二、体育强国建设面临的挑战

群众参与度有待提高。我国在全民健身的数量和质量上与欧美发达国家相比仍存在差距,我国居民主要以健步走、爬山、篮球、跑步等作为体育锻炼活动,发达国家居民除这些活动外,还广泛开展足球、橄榄球等对场地设施和运动技能要求较高的项目。我国体育活动赛事大多集中于专业性国际赛事,大型的群众性体育赛事较少。尽管持续推动全民健身,但实际参与率和结构性失衡问题依然存在。

体育专业人才缺乏。体育专业人才流失是中国体育强国建设面临的重要瓶颈之一,尤其在高水平竞技训练、科学化管理、产业运营及基层服务等关键领域表现突出。高端领域人才较少,体育科技研发及运动医学人才严重不足,同时基层覆盖不足,乡村体育教师等基层服务人员数量与质量双缺,产业型人才滞后,体育产业运营、赛事策划等复合性人才落后于产业扩张速度。

组织机构待完善。体育强国建设中的组织机构不完善问题,是制约体育事业高质量发展的系统性障碍。体育管理职能碎片化,缺乏统筹协调机制。同时,基层执行体系薄弱,专职人员不足,公共服务能力较弱。我国行政管理部门与体育协会等之间联系不够紧密,资源合力整合共享不足影响了

工作的共同开展,组织机构体系的不完善极大降低了各部门之间的工作效率。

体育文化传播影响力不足。目前体育文化传播方式相对单一,传播渠道有限,主要依靠传统媒体和官方渠道,同时,体育品牌也是宣传体育文化的一种手段,与国际知名体育品牌相比,我国体育品牌在国际上知名度和影响力不够。同时,我国优秀的传统体育项目鲜为人知,例如,毽球、珍珠球和龙舟等,具有鲜明的地域特征,但是实际参与人群不多,群众基础有待提高,传播力量不足。

三、体育强国建设赋能国家文化软实力提升的路径

打造体育文化交流平台,加强群众体育沟通。打造体育文化交流平台,加强群众之间的体育沟通。挖掘不同运动员的成长经历,借助互联网宣传其精神,向世界各国展示中国体育文化的独特魅力,弘扬我国体育文化,同时推动群众体育国际化,加强中外群众体育的沟通与合作,推动中国体育文化走向国际,吸引国外优秀体育文化,实现双向奔赴。要打造属于自己的体育品牌,打造具有国际影响力的体育品牌和体育赛事,提升中国的国际影响力。

积极与世界各国开展体育交流合作。加强与世界各国体育合作是提升我国体育外交层次的重要途径,我国应积极举办运

动赛事并通过联合训练等方式,提高与其他国家的体育交流,鼓励民间体育组织、企业参与国际体育交流活动当中,以增强国家之间的友谊,提高我国的国际影响力和国际体育界的话语权。

服务国家战略。从地方小队到国家队,完善输送体制,是我国体育强国建设和增强国家文化软实力的重要举措,有利于国家战略目标的实现。应建立跨部门的协调机制,打造多层次平台,实现“政府平台——民间平台——国际体育组织平台”多元化的交流网络,助力国家战略目标的实现。

体育强国建设与国家文化软实力提升相辅相成、密不可分。体育不仅是一个国家硬实力的体现,更是其文化魅力、价值观念、治理效能等软实力的重要载体。将体育发展置于国家文化软实力提升的战略全局中进行谋划,通过系统性的路径设计与协同推进,充分发挥体育在塑造国家形象、传播文化价值、促进国际理解、增强国际话语权等方面的独特作用,是实现从体育大国向体育强国迈进并同步提升国家文化软实力的必由之路。未来的体育强国建设,应更加注重其软实力维度的挖掘与释放,使体育成为展现可信、可爱、可敬中国形象的一张亮丽名片。

【作者单位:三峡大学体育学院】

“三农”短视频赋能乡村文化振兴的四个维度

□ 谭安静

在数字化浪潮席卷全球的背景下,短视频已经成为社会文化表达的重要载体。据第55次《中国互联网络发展状况统计报告》统计,截至2024年12月,我国农村网民规模已达到3.13亿人。《抖音2024乡村文旅数据报告》也显示,过去一年抖音新增乡村内容数10.9亿个,播放量近2.8万亿。以上数据充分证明,随着农村“触网率”的不断攀升,“三农”短视频已经深深植于乡村居民的日常生活之中,成为展现乡村形象的重要媒介。

当下,“三农”短视频已成为重塑乡村文化认同的重要手段,数字技术的应用极大地便利了乡村居民记录、传播和参与乡村文化,改变了传统乡村文化传承与发展的固有模式,其通过“文化表征——社区建构——赋权表达——经济赋能”的多维路径,重塑着乡村居民的文化认同。笔者也将从这四个维度,剖析乡村短视频如何打破传统话语桎梏,推动乡村文化认同的建构。

一、文化表征:乡村形象的重构与传播

在传统媒体时代,乡村文化的呈现往往受限于主流媒体的话语体系,呈现出一种单一、固化的形象。而“三农”短视频的兴起打破了这一格局,乡村居民借助短视频平台,得以真实记录和展现乡村生活、文化传统及价值观念,使得乡村形象在多元化的叙事体系中呈现更加立体、饱满的面貌。

“三农”短视频不仅展现了乡村劳动的过程,更传递其中的生活乐趣与价值所在,不断赢得正面反馈,打破了他者对乡村劳动的刻板印象,有力地推动了大众对乡村文化认同的建构,形成了一种质朴的乡土情感联结,增强了乡村居民的文化自信和文化归属感。

此外,“三农”短视频作为新型的乡村文化网上社区,在挖掘历史文化故事、传承乡村文化遗产等方面也发挥着重要作用。

二、社区建构:虚拟与现实的交融

“三农”短视频通过构建虚拟社区,为乡村居民开辟了社交和文化认同的全新场所,这些依托网络存在的虚拟社区,早已成为居民表达乡村文化的重要桥梁。例如,在短视频平台上,围绕“乡村非遗技艺”“传统节庆习俗”等主题形成的社群众多,成员们可以通过分享、交流,与志同道合的伙伴建立联系,共同构建一个基于深度文化认同的虚拟社区,将现实中的文化实践转化为线上的集体记忆。

在此类社区中,乡村居民既是文化的消费者,也是生产者与传播者,他们通过短视频记录农事劳作、展示民间手工艺、讲述乡村故事,在自由交流中实现知识共享。激发乡村居民的文化自觉,助力传统习俗、民间技艺的传承与创新,最终实现虚拟社区与现实乡村的良性互动。

三、赋权表达:主体性的彰显

过去的乡村文化表达容易受到资源、技术及话语权等因素的限制,普通乡村居民很难成为乡村文化生产的主体,但“三农”短视频使文化生产的门槛降低,不断为普通乡村居民提供了表达和展示自我的平台,增强了他们在文化表达方面的主体性和表达能力,使得乡村文化认同被重新建构。

互联网的广泛普及与媒介技术的不断迭代,也为原本沉寂的乡村带来勃勃生机。在优越的网络环境与智能硬件设备的助力下,“新农人”用“新农具”为农村带来活力,从过去到创新,从学习到带头,乡村群体在互联网世界大放异彩,创作诸多高质量的乡村题材短视频,成为乡村数字影像实践的主力军,成为乡村形象的生动代言人。

四、经济赋能:物质基础的重构

“三农”短视频还能通过提升乡村经济实力,为乡村文化认同提供物质基础和现实支撑。“三农”短视频能够更好地推动县级融媒体中心建设,促进乡村文旅生态的变革,助力建设数字乡村生产消费链条。通过短视频平台,乡村居民能够自己发布家乡的风景照片、特产信息与节日活动,吸引城市群体来旅游、购物、消费,带动当地经济发展。为乡村文化认同提供坚实的经济支撑。

近年来,通过数字技术的赋能,多地以数字乡村建设为契机,让村民出行、医疗、教

育、养老等方面的智能服务成为可能,这些基础设施的完善,不仅提高了乡村居民的生活质量,也为乡村文化认同的重塑提供了持续不断的外部动力。

“三农”短视频以数字技术为桥梁,在重构乡村文化认同的进程中展现出多元价值:它通过多元叙事解构了传统媒体塑造的单一乡村形象,让乡土文化以更立体的姿态被看见;借助虚拟社区的构建,实现了线下文化实践与线上集体记忆的交融,激活了乡村文化的传承活力;通过降低生产门槛,赋予普通村民文化表达的主体性,让乡村声音真正成为叙事主体;更以经济赋能夯实物质基础,通过数字基建与产业创新为文化认同提供持续动力。

在数字技术与乡村社会深度融合的背景下,“三农”短视频不仅是文化传播的工具,更是乡村文化振兴的“数字引擎”。它所建构的文化认同,既根植于传统乡土记忆,又呼应着现代社会的发展需求,为乡村在城镇化进程中维系文化根脉、增强内生动力提供了新可能。未来,随着乡村数字化建设的深入,“三农”短视频或将在激活文化自信、助力乡村全面振兴等诸多层面释放更大的潜能,不断成为连接传统与现代、乡村与城市的文化纽带。

【作者单位:贵州民族大学传媒学院】

随着移动互联网技术的迅猛发展和智能终端的普及,新媒体的传播优势深刻重塑了媒介生态格局,传统广播面临着受众分流、传播渠道单一、互动性不足等挑战,亟须突破固有模式并探索与新媒体深度融合的发展路径。

一、创新思维模式,推动工作方法突破

作为广播节目的制作者与传播者应当建立起正确的认知,明确融媒体时代是时代发展的必然趋势,应以一种积极的心态去看待并适应。同时,日新月异的技术也应当保持敏锐的感知,深入学习并了解多种先进的信息传播技术和多样化的信息传播渠道,理解把传统媒体与新媒体深度融合在一起能够发挥提升工作效率、优化工作方法、增强受众群体满意度等多方面的作用,摒弃以往陈旧的观念,以更加开阔和多元化的思路指导日常工作的开展。

二、创新节目形态,推动内容生产转型升级

依托于新媒体技术,广播节目制作方式的创新将能够取得实质性进展。具体来说,新媒体技术能够提供丰富的信息获取的手段,并为信息的整合分析、采集研究等各个环节的开展提供极大的便利,使节目制作和流程规划拥有更具创新性和开放性的思考路径。在利用来自多种渠道的信息,通过更具创意和灵活的方式将有价值的信息整合起来,使广播节目不论是结构上还是在核心要素上都表现显著的创新性特点,能够与不同受众群体的多样化需求相适应。对内容进行持续创新,能够为广播节目不断发展与完善提供不竭的驱动力,并且内容的创新还需要与节目的流程规划、播出形式等方面紧密配合,形成一套完整且高效的节目制作体系。可利用新媒体大数据抓取热点,用AI工具分析整合信息;通过短视频平台征集听众故事,创新节目结构;结合直播、互动弹幕等新媒体形式,优化播出流程,满足多元需求。

三、拓宽传播渠道,突出受众需求多样性

根据相关数据显示,2023年我国网络音频用户的规模已经超过6.9亿,其中35岁以下的用户群体占比超过70%,这在一定程度上说明年轻用户作为网络生力军,他们对于交互式内容有着更加强烈的偏好。为了适应这一趋势,传统广播的线性传播模式已经逐渐为时代所淘汰,必须进行多维度的数字化转型,在内容形态上需要突破单一音频的输入,尽量融入动态图文、短视频、直播等多媒体元素,比如将电台节目同步制作作为可视化博文,或者在新媒体平台同步直播过程中接入弹幕互动等。同时,在传播渠道上建立“广播+新媒体”的矩阵化运营,保留FM/AM传统通路的基础上,通过蜻蜓、喜马拉雅等新媒体平台实现内容二次分发。

综上所述,笔者从传播生态变革出发,分析传统广播与新媒体的融合路径,旨在探索广播媒体在数字化时代的生存与发展策略。

【作者单位:西藏广播电视台】

融媒体时代促进传统广播与新媒体深度融合的策略分析

□ 容泽机