

新媒体环境下高校学生生态保护意识调研及提升策略

李天然 高 昂

(辽宁大学, 辽宁 沈阳 110000)

摘 要:地球是人类赖以生存与发展的家园,人类在不断地追逐经济的迅猛发展,生产力的不断提高以及科技的发展,互联网的出现和普及在很大程度上推进了人类的文明进程,并引领我们进入了新媒体时代,^[1]自18世纪60年代的第一次工业革命开始,人类在提高了生产效率的同时也让环境污染进入人类的视野,生态环境的可持续发展提上日程。学生是一个国家的希望与未来,在接受文化培养的同时,信息时代下,如何培养学生的环境保护意识,寻求环境与人类的和谐共生,是个值得思考的问题。为了进一步了解学生实际的环保意识状况,更好地培育高校学生的环保意识,笔者在沈阳职业技术学院使用了网络调查问卷的形式进行生态意识调查。

关键词:新媒体环境;高校学生;生态保护意识

中图分类号: G641

文献标志码: A

文章编号: 1674-8883(2020)04-0212-02

在本文的研究中,笔者认为调查问卷的形式可以更好地找到高校学生生态意识的薄弱环节,以此提出提升策略。此次调查问卷为社交软件发放形式,共28道题,收回129份问卷调查,调查结果真实有效。

一、关于高校学生生态环保意识的现状调查与分析

随着城市的发展,人口越来越密集,人们在公共场所经常能看见随地吐痰、乱丢纸屑的现象,校园里也可见随处丢的纸屑、瓶子、烟头,破坏了校园的生态环境。行动先从意识开始,为此,本次调查问卷设置了几个关于平日里生活垃圾处理问题,以此了解在校大学生日常生活中的环保意识。您在扔垃圾的过程中,是否想过要进行垃圾分类?您了解垃圾分类吗?下列哪几项是可回收垃圾?如果您外出的时候附近无垃圾桶,如何处理您的垃圾?

调查显示,15.5%的同学不会刻意去进行垃圾分类,有81.4%的同学仅对垃圾分类了解一点。部分同学甚至认为剩菜剩饭和果皮是可回收的垃圾。

众所周知,在最近几年,外卖行业有了很大程度的发展,各种外卖APP平台的出现进一步促进了外卖产业的发展。APP“饿了么”的一项数据统计结果表明:目前,我国外卖市场用户规模已经超过6亿,在2016年,每周消费超过3次的用户所占比例达到了63.3%,其中,外送的大部分食物都使用一次性餐盒、筷子。数据表明,一个塑料袋使用时间仅为25分钟,而从降解时间来看,却达到了几十上百年。对此,问卷提出以下几个问题:在外带食品时,是否会索要一次性餐具?一次性餐具是否是当下生态保护迫在眉睫的问题?64.34%的学生不会主动拒绝商家提供的一次性餐具,47.29%的同学认为一次性用具的泛滥是需要尽快解决的生态环境问题。在环保意识调查中,43.41%的学生自觉环保意识并不强,而当代大学生的环境保护意识大部分是从家庭教育、学校课堂了解到的,89.15%的学生愿意主动学习生态保护的相关知识,并通过社交媒体、自媒体平台、客户端等新媒体手段去了解更多相关知识。

二、新媒体环境下高校学生生态意识提升策略

新媒体深刻地影响和改变人们的个人信息和教育方式,相关研究发现受众对新媒体具有依赖性。^[2]调查结果表明,新媒体的存在已经广泛影响了生态文明,通过新媒体进行生态文明教育是时代对我们提出的新要求。利用新媒体的渠道引导学生学习生态文明的相关知识,并形成生态文明意识,促使其对生态文明理念形成广泛的认同。因此,我们需要运用新媒体的便利

手段,提升生态文明素养在高校中的教育价值,深入学习生态文明理念。

(一) 外卖及淘宝等购物平台应主动宣传环保意识

新媒体改变了学生的生活方式,“吃饭用外卖,扫货用网购”已经成为当下高校学生生活的新方式。由此,外送跑腿和快递行业也兴旺起来,遥远的亲人也可以用快递家乡口味的方式寄去对孩子的思念。但无论是快递还是外卖,都少不了塑料、纸箱的使用,外卖行业每天消耗大量一次性餐具。因此,这些相关平台以及学校食堂有责任,更有义务在用户下单购买的同时提醒用户垃圾处理方式以及宣传相关的生态环保知识。可以通过APP进行公益广告的宣传,对不需要一次性餐具的用户给予奖励,学校食堂更需要鼓励学生在校食堂吃饭,避免外带所产生的垃圾。

(二) 利用新媒体方式开展环保教育课堂

从校方的角度来说,可以组织学生通过新媒体观看关于保护生态环境的影片。《海洋》等环保类纪录片通过生动的画面能够引起学生的兴趣,激发其热情,进而积极地去学习相关知识,并通过班级的社交媒体进行生态环保的相关交流,定期举行知识问答比赛等来增加学生环保意识宣传和教育的能动性。学校更可以效仿已经开展绿色环保公众号的内容推送形式来向学生开展生态环保意识教育;同时,校园可设置垃圾分类管理机构,以班级为单位进行垃圾分类处理,并有所奖励,实现线上教育,线下实践相结合的有效方式。

(三) 新媒体宣传结合线下环保公益活动

学校是教书育人的地方,在教书育人的同时也应该让学生付诸实践,承担社会责任。高校可通过自媒体平台进行环保宣传手段的比赛,比如环保宣传海报,环保类视频大赛,让学生用其自身的优势积极参与到生态意识宣传中,一边汲取知识,一边宣传知识。在活动中,学校的自媒体平台可以借鉴如网络BBS(电子公告板)的贴吧形式,让学生针对环保话题展开个人意见探讨和相关知识的分享。也可以通过以社团为单位进行线上组织,线下活动,带着宣传海报到企业和社区进行生态保护和垃圾分类意识的宣传,如此一来可以大大增强学生的环保实践能力,从而拓展宣传面。

由于目前的种种原因,环境已经遭到破坏,我们需要做的不仅仅是制止当下破坏生态环境的行为,更需要做到改善身边的环境。不仅需要从个人做起,政府和高校更需要担负起自己的社会职责,通过新媒体手段加强对生态环境保护意识的宣传和教育。^[3]依

据《环境保护法》的有关内容,环境保护包含两方面的含义,其一是保护环境,其二是对污染的防治。

三、结语

2017年10月,习近平总书记明确提出了坚持人与自然和谐共生的观点,指出我们要形成并坚持“绿水青山就是金山银山”的思想,要切实做到节约资源与保护环境,重视生态环境,以最为严谨的态度对待环境保护问题;坚持绿色的生活与发展路径,为社会大众创造良好的生产生活环境,为全人类的生态保护工作贡献我们的力量。^[4]而我们作为社会的先行者,不仅要丰富自己的知识,更要认识到环境给我们带来的生机与希望。人类无法每天在雾霾下呼吸,无法饮用被污染的水,无法面对毫无生气的生态环境。然而,目前的情况是,环境在持续恶化,我们应该进一步强化生态保护意识,建立完善的环保知识体系,利用传统与新媒体结合的方式推进高校学生生态保护意识的增强,为全球可持续发展尽一份自己的努力,为再现我们的

绿水青山不懈努力。

参考文献:

- [1] 英国工贸部. 能源白皮书 [Z]. 2003-02-24.
- [2] 何永艳. 新媒体阅读与全民生态环保知识的宣传 [J]. 科技传播, 2019, 11 (23):179-181.
- [3] 屈朝霞, 齐秀强. 新媒体时代大学生生态文明行为培育实证研究 [J]. 华北电力大学学报 (社会科学版), 2017 (04):111-116.
- [4] 十八大报告 [EB/OL]. 新华网, <http://www.Xj.Xinhuanet.com/2012-11/19/c-113722546-8.htm>, 2017-04-11.

作者简介:李天然(1991—),女,辽宁沈阳人,辽宁大学新闻与传播学院2018级新闻与传播专业硕士研究生在读,研究方向:传播学。

高昂(1990—),男,辽宁沈阳人,辽宁大学国际教育学院辅导员。

(上接第69页)它受到新闻传播规律的制约;舆论战也是一场战争,这决定了它也受到战争规律的制约。如何在网络舆论战的开展中协调好两者关系,使两者相互兼顾、实现统一,是一项值得思考研究的问题。

关于新闻传播规律与舆论战规律的矛盾关系,笔者认为主要存在以下两个方面的问题:

一是保密与公开的矛盾。“军事行动中的头等大事是不让敌人得到任何有价值的情报,而报界和广播界的头等大事则是尽可能扩大宣传。”^[6]美国五星上将艾森豪威尔的这句话准确概括了军事信息的保密性特点和新闻报道的公开性特点。军事信息有很多都属于国家机密,军事秘密可能直接决定战场态势和胜负成败,对外发声和向外传播时必须树立政治意识和大局意识,不能信口开河、造成泄密事件。而从新闻传播规律出发,最高级的军事秘密往往具有最高级的新闻价值,是受众和舆论最为关切的对象。在舆论战中,如此棘手的悖反难题该如何解决呢?一方面,新闻媒体要及时地公开有关信息,回应受众的舆论关切,满足民众对战争动态的关注需求;另一方面,信息公开必须有一定原则,不能完全公开,对军事行动计划与目标等都必须严格保密,确保军事行动的顺利完成。例如在伊拉克战争中,美军第一次在战争中采取了“嵌入式”报道方式,^[7]600多名来自美国和世界各国的新闻媒体记者,被“嵌入”军队的作战单位,他们与部队同吃同住,观察战争的实际进程,实现了对新闻媒体硬控制与软控制的有机结合,既满足了广大公众对战争报道的浓厚兴趣,又提升了舆论宣传的力度和效能。总之,只有将战时新闻舆论管控艺术运用得恰到好处,才能打好一场漂亮的舆论战,塑造舆论、争取认同。

二是虚假与真实的矛盾。在新闻传播学领域,新闻真实性是新闻的基本原则和根本属性,被视为新闻的生命。而在军事领域,军事欺骗是一种常用的战术手段,所谓“兵者,诡道也”,正说明了诡道性是战争的内在要求。那么,该如何看待身兼双重特性的舆论战中的虚假与真实呢?一方面,媒体在战时状态下可能没有坚守真实性,而是助力己方军事行动和舆论斗争需要,以传递己方信息、误导敌方判断。比如在伊拉克战争中,“萨达姆被炸死”“伊拉克第51步兵师集体向联军投降”等消息都是美军通过媒体释放的“烟雾弹”,真假难辨、扰乱敌军。^[8]另一方面,军事欺骗具有

其特殊的时间限制和环境条件,媒体不能因此弃其公信力于不顾。在特定的情景下,想要发挥军事欺骗的效果,首先媒体必须具有权威性、公信力和可信度,否则很容易陷入舆论被动,媒体在舆论场上也将逐渐失去威力和效应。

四、结语

著名军事记者朱金平曾给舆论战下过一个定义:“地球上自从有了人类就有了舆论,有了阶级就有了战争。舆论与战争如影随形,紧密结合,使战争变得越发神秘莫测、光怪陆离。不知不觉间,舆论就成了军事力量的重要组成部分。”舆论战,即舆论与战争的结合,其背后是新闻传播规律与战争规律的结合,既对立又统一的辩证关系要求我们用全面、统筹的思维和眼光去审视和处理二者的联系与区别。这也启示我们,必须研究把握现代新闻传播规律和新兴媒体发展规律,充分运用新闻传播学原理来助力打好每一场网络舆论战,这将是一项持续的和重要的时代性课题。

参考文献:

- [1] 喻国明, 曲慧. 边界、要素与结构:论5G时代新闻传播学科的系统重构 [J]. 新闻与传播研究, 2019, 26 (08): 62-70+127.
- [2] 韩卫怡. 新媒体条件下军事新闻中的网络舆论战发展态势综述 [D]. 复旦大学, 2013.
- [3] 王贵滨, 王林. 舆论战须遵循战争与传播双重规律 [J]. 军事记者, 2006 (02):41-42.
- [4] 孙铮, 李强. 近几场高技术战争中的舆论战及其启示 [J]. 南京政治学院学报, 2005 (S1):126-127.
- [5] 顾永兴, 张国军. 信息化条件下美军舆论战方式之剖析 [J]. 军事历史研究, 2007 (02):121-126.
- [6] 刘寒青. 从观念到立法——美国新闻界与知情权法典化进程 [D]. 中央民族大学, 2011.
- [7] 刘晖. 嵌入式新闻报道的渊源、效果与伦理评价及对中国的启示 [J]. 西北大学学报 (哲学社会科学版), 2013, 43 (03):138-143.
- [8] 许鑫. 美国媒体伊拉克战争报道研究 [D]. 南昌大学, 2005.

作者简介:赵宇(1995—),男,湖北巴东人,硕士在读,研究方向:网络舆论传播。