

# 新媒体时代少先队教育阵地建设与发展进路研究

## ——基于四个省域微信公众号推文的分析

西南交通大学希望学院 任楠欣

**摘要：**作为目前最关键的新媒体平台之一，微信公众平台已经基本形成体系。然而，少先队组织结合该平台建设教育阵地的相关研究却相对薄弱。鉴于此，本研究使用内容分析法对四省域省级少先队公众号建设成效进行研究。结果显示：少先队公众号推文主题相对单一；呈现形式以传统图文混合为主，忽略受众获取资讯新偏好；推文标题类型多平铺直叙，多元化风格不凸显；推文频率不稳定，推送类型以多图文为主；评论区板块建设缺失，空白亟待填补；宣传工作不到位，用户群黏性欠佳。本文旨在深入分析现阶段少先队公众号建设成效，探讨发现可供借鉴的经验，为新媒体时代下少先队教育阵地的转型升级提供发展进路。

**关键词：**少先队；微信公众号；推文；教育阵地；新媒体

### 一、时代诉求与发展困境

2021年1月，《中共中央关于全面加强新时代少先队工作的意见》明确了推进少先队组织、工作及服务上网的要求，并强调在全媒体时代下提高少先队思想引领力的重要性，特别强调了加强少先队新媒体平台建设。<sup>[1]</sup>尽管全国各地的少先队组织积极响应国家号召，陆续在新媒体领域发展了微博、公众号、抖音等教育阵地，但在实际推行中，少先队组织观念变革不彻底、发展动力不足、影响力范围有限等问题依然存在，导致新媒体阵地建设工作难以达到预期效果。因此，如何真正实现“建好用好少先队新媒体阵地和构建少先队传媒体系”<sup>[2]</sup>，成为少先队组织在新媒体时代战略转型中亟待解决的问题。

作为新媒体时代信息传递和交互的关键场域，微信公众平台对于少先队教育阵地建设发展具有重要意义。微信公众平台的全面应用不仅为少先队教育提供了强大的工具，也为组织在新媒体时代更加灵活、高效地运作提供了崭新的可能。在微信公众号迅速壮大的背景下，结合实际情况探讨少先队教育阵地建设面临的困境及其原因，不仅有助于推动

新媒体时代下少先队组织工作的创新改革，还对实现少先队的教育宗旨和目标具有重大实践意义。

### 二、研究设计与过程

#### (一) 样本抽取

课题组对全国各省份的少先队官方微博公众平台进行综合摸查，根据公众号运营情况进行分层划分，同时结合2021年教育部公布的小学生人数统计概况，选择在校生人数相近的J、S、A、H四个省域作为研究对象，采用构造周抽样法在四省域2021年的推文中进行样本采集。相关研究显示，一年内两次构造周样本的抽取足以可靠地反映总体情况<sup>[3]</sup>。课题组以三个构造周为单位，从中随机抽取了192篇推文，以全面了解四个省域少先队官方微博公众账号的运营状况。

#### (二) 分析方法与类目构建

内容分析法是一种用于客观、系统和定量描述传播内容的研究方法。<sup>[4]</sup>课题组以少先队省级官方微博公众账号为基础，利用数据挖掘软件如SPSS、DiVoMiner<sup>®</sup>、NVivo等对官微推文样本进行整理；结合内容分析法类目构建准则制定具体的编码表（见表1），通过对编码表各类目的频次概况以及相

关系进行分析(见表2),进而讨论依托微信平台发展的各省少先队教育阵地建设效果,最后提出少

先队阵地建设发展进路。

表1 类目编码表

发布方式	推文发布时间	1. 0:01—3:00 \2. 3:01—6:00 \3. 6:01—9:00 \4. 9:01—12:00 \5. 12:01—15:00 \6. 15:01—18:00 \7. 18:01—21:00 \8. 21:01—0:00
	推送类型	1. 单图文消息 2. 多图文消息(头条) 3. 多图文消息(非头条)
发布内容	推文主题	1. 新闻与通知类 2. 少先队基础知识类 3. 少先队活动展示类 4. 辅导员相关专题类 5. 综合知识普及类 6. 其他
	推文形式	1. 纯文字 2. 纯图片 3. 纯视频 4. 纯音频 5. 图文混合 6. 视频加文字 7. 音频加文字 8. 三种及以上形式混合
	标题类型	1. 直述主题 2. 数字式 3. 强吸引式(包含“最”“必”等词) 4. 悬疑解密式 5. 引人遐想型 6. 其他
	推文风格	1. 实用 2. 感动 3. 有趣 4. 其他
推文(互动)成效	推文阅读量	1. 0—200 \2. 201—400 \3. 401—600 \4. 601—800 \5. 801—1000 \6. 1001—10000 \7. 10001 以上
	推文点赞数	1. 0—20 \2. 21—40 \3. 41—60 \4. 61—80 \5. 81—100 \6. 101—200 \7. 201 以上
	推文在看数	1. 0—20 \2. 21—40 \3. 41—60 \4. 61—80 \5. 81—100 \6. 101—200 \7. 201 以上
	推文精选评论(对推文内容、对象)的情感表达	1. 无 2. 共鸣 3. 喜爱 4. 建议 5. 吐槽 6. 其他

表2 类目相关性卡方检验矩阵

	阅读量	点赞数	在看数
发布时间	52.486**	65.874**	58.029**
推送类型	66.722***	39.837***	49.495***
推文主题	53.636**	66.326**	55.965*
推文形式	54.221**	54.486*	43.863
标题类型	65.327***	50.010**	50.103**
推文风格	52.506***	65.066***	66.152***

注:0.05水平(双尾)下,相关性显著用“\*”标识;在0.01水平(双尾)下,相关性显著用“\*\*”标识;在0.001水平(双尾)下,相关性显著用“\*\*\*”标识。

### (三) 信度检验与编码

内容分析法的信度又可以被称为“编码员间的信度”。为了确保研究的可靠性,三位编码员经过讨论,在对研究目的、问题、类目定义及编码规则等方面保持一致性的基础上展开编码工作,随后,随机抽取40%样本测试。信度分析采用内部一致性信度克朗巴哈系数(Cronbach's alpha)作为鉴别指标,计算公式为:Cronbach's alpha =  $m / [(m - 1)(Meanr) + 1]$ (Meanr为平均相互同意度)<sup>[5]</sup>。经计算,信度达0.94,因此能够将此分类作为后续编码基准,进行编码工作。

## 三、研究结果与分析

通过内容分析法研究发现,少先队教育阵地建设在新媒体领域板块仍有较大的发展空间,特别是对于少先队微信公众平台的搭建,需要进行整体布局,在把握组织发展要旨的同时彰显时代特色。

四省域公众号的推文主题总体上集中于展示少先队活动、传递基础知识以及发布新闻通知等,缺乏多样化的话题讨论;推文呈现形式以传统图文混合为主,忽略受众获取资讯新偏好;推文标题通常采用平铺直叙的方式,与当下涌现出的各种创新标题相比,缺乏吸引力;推文风格呈现出单一和枯燥的特征,多元化风格不凸显;推文频率不稳定,推送类型多以图文为主;此外,公众号的目标群体未建立完全,互动机制也存在不足,需要进一步加强评论区建设。

从四省域的具体情况来看,S省少先队公众号的推文传播效果最为显著,该公众号在推文阅读总量、点赞数以及在看数方面明显领先其他三省。详细结果分析如下:

### (一) 推文成效概况

公众号建设成效受多种因素的影响,其中,

“阅读量”“点赞数”“在看数”以及“评论”是公认的具有强说服力的影响因子。在 192 篇样本文章中，仅有 2 篇推文显示评论，均来自 S 省公众号。研究主要通过观测“阅读量”“点赞数”“在看数”三个指标来评估少先队公众号推文成效。

下表为四省域少先队公众号推文成效概况统计数据（见表 3）。首先，从阅读量分析，推文阅读量在 0—200 低位区间占比较高的是 J 省和 A 省，占比分别为 55.20% 和 48.28%，S 省在此区间内的推文占比为零；推文阅读量在 1000 以上高位区间占比较高的 S 省和 H 省，占比分别为 93.75% 和 16.67%，这表明 S 省的推文在引起广泛关注方面效果显著。其次，从点赞数情况分析，推文点赞数在 0—20 低位区间占比较高的主要是 A 省、J 省和 H 省，分别为 93.10%、87.20% 和 83.33%；点赞数在 101 以上高位区间占比最高的是 S 省，为 50.00%，显示出 S 省的推文在用户中有相对较高的认可度。最后，从在看数情况分析，推文在看数在 0—20 低位区间占比较高的是 A 省、J 省和 H 省，分别为 96.55%、92.80% 和 83.33%；在看数在 101 以上高位区间占比最高的是 S 省，为 46.88%，显示出 S 省的推文的受欢迎程度较高。

表 3 推文成效（阅读量 \* 点赞数 \* 在看数）

推文成效指标	J 省	S 省	A 省	H 省
阅读量 0—200 占比	55.20%	0.00%	48.28%	33.33%
阅读量 1000 以上占比	1.60%	93.75%	3.45%	16.67%

表 4 内容形式 \* 推文成效 交叉制表

内容形式（频数统计）		纯文字	纯视频	图文混合	视频加文字	音频加文字	三种及以上
阅读量	0—200 区间频数（%）	8 (9.41%)	1 (1.18%)	57 (67.06%)	4 (4.71%)	1 (1.18%)	14 (16.47%)
	1001 以上频数（%）	2 (5.88%)	3 (8.82%)	13 (38.24%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	16 (47.06%)
点赞数	0—20 区间频数（%）	16 (11.03%)	1 (0.69%)	90 (62.07%)	8 (5.52%)	1 (0.69%)	29 (20.00%)
	61 以上频数（%）	1 (3.45%)	3 (10.34%)	11 (37.93%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	14 (48.28%)
在看数	0—20 区间频数（%）	16 (10.46%)	1 (0.65%)	93 (60.78%)	8 (5.23%)	1 (0.65%)	34 (22.22%)
	61 以上频数（%）	1 (4.17%)	3 (12.50%)	11 (45.83%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	9 (37.50%)
总计		N=44	N=12	N=275	N=20	N=3	N=116

首先，从阅读量分析，纯文字形式推文阅读量在 0—200 低位区间占比为 9.41%，1001 以上高位区间占比为 5.88%；纯视频形式推文阅读量在

推文成效指标	J 省	S 省	A 省	H 省
点赞数 0—20 占比	87.20%	12.50%	93.10%	83.33%
点赞数 101 以上占比	4.80%	50.00%	3.45%	0.00%
在看数 0—20 占比	92.80%	12.50%	96.55%	83.33%
在看数 101 以上占比	2.40%	46.88%	3.45%	0.00%

综合来看，S 省在推文成效各项指标上表现出色，其他省份则可能存在推文吸引力不足或者目标受众范围较窄等各类问题，需要通过改进推文质量、增加吸引力和提高互动性等方式来提升推文的成效。

## （二）问题探究与分析

### 1. 推文主题单一，或与受众需求脱节

通过对主题与成效两个变量进行交叉制表可以发现，阅读量在 1001 以上区间的推文主题以少先队基础知识为最多，共有 14 篇，占该区间总样本的 41.18%；获赞最多的主题分别是少先队基础知识和活动展示；在看数高位区间占比最多的主题为少先队基础知识。综合来看，不同推文主题在推文成效的阅读量、点赞数和在看数上表现出差异，其中，少先队基础知识主题在高阅读量和高点赞数方面表现相对较好，而其他主题则在不同程度上呈现出表现力欠佳的状况。

### 2. 推文形式传统，忽略受众获取资讯新偏好

表 4 展示了内容形式与推文成效之间的交叉制表。以下是对表格数据的分析说明。

0—200 低位区间占比为 1.18%，1001 以上高位区间占比为 8.82%；图文混合形式推文阅读量在 0—200 区间占比最高，为 67.06%；视频结合文字或

音频形式在推文阅读量中整体表现欠佳；三种及以上形式混合推文阅读量在0—200低位区间占比为16.47%，1001以上高位区间占比最高，为47.06%。其次，从点赞数分析，三种及以上形式混合推文点赞数在61以上高位区间占比为48.28%，相比其他推文形式在获赞成效中表现更好。最后，从在看数分析，三种及以上形式混合推文在看数在61以上高位区间占比最高，为37.50%。

通过以上分析发现，推文内容形式在推文成效上具有明显的差异，其中三种及以上形式混合推文在阅读量、获赞数及在看数中的表现整体较好。如

S省少先队公众号，常采用党史动画片、少先队员童声广播站与图文融合的创新表现形式。

### 3. 推文频率不稳定，推送时间分散

经过对时间类目的详细分析得知（见表5），下午3点后至当晚凌晨发布的推文在互动效果方面相较于其他时间段表现更出色。与其他省域相比，H省少先队公众号的推文互动效果较差，可能与其推文发布频率有关。H省推文发布时间相比其他省域呈现出不规律的波动趋势，这增加了建立和维系公众号核心用户群的难度，因此，该公众号在传播目标的达成方面面临严峻挑战。

表5 发布时间 \* 推文成效 交叉制表

推文时间（频数统计）		6:01—9:00	9:01—12:00	12:01—15:00	15:01—18:00	18:01—21:00	21:01—0:00
阅读量	0—200 区间频数（%）	0 ( 0.00%)	9 ( 10.59%)	15 ( 17.65%)	35 ( 41.18%)	8 ( 9.41%)	18 ( 21.18%)
	1001 以上频数（%）	1 ( 2.94%)	3 ( 8.82%)	2 ( 5.88%)	8 ( 23.53%)	12 ( 35.29%)	8 ( 23.53%)
点赞数	0—20 区间频数（%）	0 ( 11.03%)	15 ( 0.69%)	22 ( 62.07%)	61 ( 5.52%)	21 ( 0.69%)	26 ( 20.00%)
	61 以上频数（%）	1 ( 3.45%)	2 ( 6.90%)	3 ( 10.34%)	12 ( 41.38%)	5 ( 17.24%)	6 ( 20.69%)
在看数	0—20 区间频数（%）	0 ( 0.00%)	15 ( 9.80%)	22 ( 14.38%)	66 ( 43.14%)	20 ( 13.07%)	30 ( 19.61%)
	61 以上频数（%）	1 ( 4.17%)	2 ( 8.33%)	2 ( 8.33%)	9 ( 37.50%)	6 ( 25.00%)	4 ( 16.67%)
总计		N=3	N=46	N=66	N=191	N=72	N=92

### 4. 评论区板块建设缺失，互动质量待加强

在对四省份的少先队公众号推文评论区情况进行统计时发现，近200篇样本推文中仅2篇推文有评论留言。作为省级官方账号，在发布文章后通常会吸引一些积极的读者群体，而少先队公众号评论人数却寥寥无几，这显然与微信公众平台特有的评论区筛选功能和展示权限有关。由此可见，目前省级少先队官方微博对于双向互动板块的建设似乎尚未给予足够的关注，运营者们显然低估了评论区板块建设对于传播效果和增加意义的潜在影响。

### 5. 宣传工作不到位，用户群黏性欠佳

研究结果表明，相当一部分少先队公众号处于低效建设阶段。经过内容分析发现，少先队前期宣传工作不充分，缺乏与各单位、部门间的沟通和联动，导致公众号用户群建设尚未实现预期目标。因此，有必要加强对少先队官方微博的宣传和普及介绍，通过多种方式扩大用户群，增加用户黏度。

## 四、发展进路展望

### （一）定位策略：明确三类受众群体，增加用户黏性

明确少年儿童、少先队辅导员及少年儿童的家长是少先队公众号主要受众群体，在了解受众群体特点的基础上推送定制化内容。如对于少年儿童群体，推送内容应采用新颖丰富的形式，以引起他们的注意；对于少先队辅导员，则需更专注于提供专业化的阅读内容<sup>[6]</sup>；至于少年儿童的家长，应以直接明了的总结式文字为主，以适应其碎片化阅读的习惯。同时，通过与学校、社区、少年儿童实践基地等相关部门的良性互动，增加曝光度及宣传效果，扩大关注人数，打造中心性突出和具有鲜明服务性质的公众平台，提升少先队教育阵地的教育与传播实效。

### （二）发布策略：稳定时段发布，保持合理频率与数量

为提高公众号的记忆度，应在固定时间段内稳

定发布消息，培养读者每天打开公众号进行浏览的习惯。此外，每次推送的图文消息数量不宜过多，最好保持在1—3条。过多的推文不仅增加了运营成本，也不利于质量把控；同时，过多的图文推送也易导致读者失去阅读的欲望。

### （三）内容策略：积极调整改进，贴合受众新媒体使用特征

#### 1. 推文主题多元化

根据高成效推文的内容分析，应推送更贴近少先队员、辅导员和家长生活的“干货”和具有地方特色的“趣文”，以满足受众的需求和偏好，提高推文传播成效。推文主题要注重实用性、趣味性和区域特色。

#### 2. 推文形式丰富化

针对新媒体的使用特点，可以在传统图文形式中融入当下受众喜爱的音视频形式，提高信息传递的生动性。短视频形式尤其适合少年儿童，通过搭配合适的背景音乐，能够更加生动地呈现内容，同时更有效地传递教育信息。

#### 3. 巧用标题及排版策略

标题命名可采用多种方式，可以采用“数字式+强吸引式+引人遐想型”，例如，采用引人遐想、悬疑解密等类型的标题，以引发读者好奇心，吸引读者点击。同时，舒适、亮眼的推文排版能够

吸引受众深入阅读，留下良好的印象。

#### 4. 加强内容生产，凸显自身特色

着力创作与少先队教育宗旨相关、符合目标受众兴趣和需求的优质微信内容，确保推文质量。同时，建设少先队特色栏目，如“红领巾广播站”，通过邀请学校的少先队员和辅导员投稿，增加用户互动，提高阅读量。

### （四）运营策略：建立专人运营机制，确保有序发展

少先队微信阵地的建设需要有专业的运营团队和制度体系的支持。建议引入有成功经验的新媒体运营团队，或向此类人才进行适当的政策倾斜，确保对公众号运营基础的充分了解与把控，最后配合少先队工作者最大程度地提高建设成效。

### （五）互动策略：打造少先队专属性质评论板块，促进用户参与

加强评论互动区的构建，特别注重培育与发展具有少先队特色的评论和互动。借助话题讨论和有奖问答等手段，激发用户积极参与讨论的热情，鼓励他们进行内容传播和分享。良性有序的评论互动循环将有助于提高用户关注度，增强公众号的教育传播效果。

（本栏责任编辑 林频）

## 参考文献：

- [1] 中华人民共和国教育部. 中共中央关于全面加强新时代少先队工作的意见 [DB/OL]. (2021-02-04) [2021-01-31]. [http://www.moe.gov.cn/jyb\\_xxgk/moe\\_1777/moe\\_1778/202102/t20210204\\_512507.html](http://www.moe.gov.cn/jyb_xxgk/moe_1777/moe_1778/202102/t20210204_512507.html).
- [2] 共青团中央. 共青团中央 教育部 全国少工委关于印发《少先队改革方案》的通知 [DB/OL]. [2017-02-22]. <http://www.gqt.org.cn/documents/zqlf/201702/P020170222601415891244.pdf>.
- [3] 任学宾. 信息传播中内容分析的三种抽样方法 [J]. 图书情报知识, 1999 (03): 29.
- [4] 丹尼尔·里夫, 斯蒂文·赖斯, 弗雷德里克·G. 菲克. 内容分析法: 媒介信息量化研究技巧. 稷美云译 [M]. 北京: 清华大学出版社, 2010: 24.
- [5] Neuendorf K. A. *The Content Analysis Guidebook* [M]. Thousand Oaks. CA: Sage Publications, 2002: 153.
- [6] 李佳. 专业化视域下少先队辅导员队伍建设的现状及对策探析 [D]. 导师: 张奎明. 曲阜师范大学, 2017.