

短视频时代高校讲好中国故事实践探究 ——以西安外国语大学为例

贺 秋

西安外国语大学, 中国·陕西 西安 710128

【摘 要】高校以培养人才、攻坚科研、传承创新传统文化并开展国际交流合作为办学要以, 讲好中国故事、传播好中国声音是我国高等院校面向新时代应当肩负的时代责任。本文以西安外国语大学为研究对象, 探析短视频时代下, 该校在抖音平台上“讲好中国故事”的实践经验, 为其他外语类院校乃至国内高等院校在短视频时代讲好中国故事提供经验与借鉴。

【关键词】讲好中国故事; 短视频时代; 高校经验

Exploring the Practice of Telling Chinese Stories Well in Colleges and Universities in the Short Video Era - Taking Xi'an Foreign Studies University as an Example

Qiu He

Xi'an Foreign Studies University, Xi'an 710128, Shaanxi, China

[Abstract] Universities aim to cultivate talents, tackle scientific research, inherit and innovate traditional culture, and carry out international exchanges and cooperation. Telling the story of China well and spreading the voice of China well is the responsibility that Chinese higher education institutions should shoulder in the new era. Taking Xi'an International Studies University as the research object, this paper explores its practical experience of “telling Chinese stories well” on the Tiktok platform in the short video era, providing experience and reference for other foreign language colleges and even domestic colleges and universities to tell Chinese stories well in the short video era.

[Keywords] Tell the story of China well; The era of short videos; University experience

【基金项目】2023年度西安外国语大学研究生科研基金项目“短视频时代高校讲好中国故事现实经验与实践创新研究”(项目编号: 2023SS092)

“讲好中国故事”最早在二零一八年的全国宣传思想工作会议上被提出, 其中如何加强国际传播能力建设这一重点问题从彼至今不断被学界、业界所探讨, 并出现了一系列重要论断。党的二十大报告中写道, 加快构建中国话语和中国叙事体系, 讲好中国故事、传播好中国声音, 展现可信、可爱、可敬的中国形象。

学者对我国国际传播领域的既往实践总结为: 传播主体经历了从以政府为单一主体到政府、官方媒体、企业、事业单位、社会组织机构、公民个人等多元主体共同参与的主体形态, 多元主体同频共振讲述中国故事的格局正在形

成。讲好中国故事是为了展现真实、立体、全面的中国形象^[1], 中国形象的建立不仅关外交事业, 对自己形象建立的把控能力也反映了我国在国际上的话语实力与能力。高校以“为党育人、为国育才”为办学初心、教育宗旨, 培养人才、攻坚科研是高校在教育领域的基本职能, 而传承创新传统文化、开展国际交流合作等是高校作为人才交流平台的特殊重要职能, 讲好中国故事、传播好中国声音是我国高等院校建校治学的应有之义。

1 相关研究综述

1.1 高校是讲好中国故事的重要主体

高校成员的主要构成决定了高校是短视频用户的主要阵地。近年来,关于高校讲好中国故事的实践探索集中在讲述的主体、讲述的对象与讲述的形式与载体等方面。

在传播者研究领域主要有两大方向:从行政组织来看,其一,高校新闻教育肩负着为新闻舆论工作培养后备军、输送人才的使命和任务,高校新闻传播院系应自觉贯彻并落实国家新闻舆论工作的要求,把培养讲好中国故事传播者作为自己的使命,以培养传播好中国声音的新闻人才作为己任,自觉履行做好培养中国声音传播者、讲好中国故事的践行者(张程喆,2020)^[2],其二,外国语大学要依托自身区别于其他院校的专业语言学科优势,进入新时代积极掌握互联网技术赋能,站在构建人类命运共同体的高度,不断提升国际传播能力和水平,向世界讲好中国故事,讲好中国共产党故事(姜峰,2021)^[3];从个体实践来看,大学生群体作为中国社会十分活跃的新生力量,不仅具有一定的创新能力和知识素养,亦拥有相应的与外部世界交流的资源 and 平台,在讲述中国故事方面拥有独到优势(张帅,2022)^[4]。

在媒介分析研究领域,有学者聚焦高校校报,作为进行高校舆论宣传、促进校园文化建设、扩大学校社会影响力的重要传统媒体,讲好中国故事是发挥校报功能,建设和谐校园的重要途径(纪玉洪,2018)^[5],有学者聚焦思政课程,在“课程思政”的背景下,高校讲“中国故事”渗透进蕴含思政元素和所承载的育人功能的思政课程中,把传播学的“课程思政”放在“讲好中国故事”的叙事框架下建设(索琼瑶,2020)^[6],有学者聚集于青年大学生喜欢的新型社交媒体,通过新媒体平台生动讲好中国故事,坚定文化自信,是讲好中国故事的重要路径之一;例如,学生工作微信公众平台充分挖掘“互联网+教育、服务”的优势,是着力发挥新媒体在思想政治教育的引导作用,成为引导学生成长成才的重要平台(刘阳,2018)^[7]。

根据上文提到短视频平台的兴起以及其在青少年间的流行,高校顺应短视频时代对如何应用短视频平台传播进行了一系列探索,但针对传播内容的尚未有系统性整理。从媒介分析领域来看,对高校以短视频平台作为传播渠道的研究不断涌现,但针对以讲好中国故事作为传播内容的实践的研究较少;从内容分析领域来看,针对高校在短视频平台上进行讲好中国故事实践的研究较少。

1.2 短视频时代是讲好中国故事的时代背景

中国互联网络信息中心(CNNIC)2023年3月在京发布了

第51次《中国互联网络发展状况统计报告》^[8](后文简称《报告》);《报告》显示,截至2022年12月,我国网民规模达10.67亿,互联网普及率达75.6%。截至2022年12月,短视频用户规模首次突破十亿,用户使用率高达94.8%。早在18年的《报告》中就指出,20-29岁青年是互联网使用的主要人群,并向中老年人群渗透。在我国,正是各大高校拥有着较其他社会组织最大数量的青年人。

抖音作为一款全民化、用户活跃度高,覆盖范围广的短视频应用,是国内短视频平台的代表。不仅吸引了大量青少年的使用,且该平台所能达到的传播覆盖面也是各平台中的佼佼者,可能正是因此全国相当一部分高校选择入驻抖音平台,使用抖音平台以短视频等形式开展宣传工作。抖音短视频于2016年9月正式上线,通过对全国各大高校官方账号的前期调研与观察,从2018年起,各大高校开始陆续入驻抖音平台。陕西本是教育大省、科教强省,众多高校矗立,高校人才云集。经研究发现,相当一部分陕西高校也开始利用短视频平台开始进行讲好中国故事的实践探索。因此针对陕西高校在短视频时代讲好中国故事的现实经验与实践创新应加以研究,展现当下高校的短视频平台传播策略的优缺点,给未来高校在短视频时代的实践创新以启示作用,以拓宽高校讲好中国故事的路径,优化讲好中国故事的能力。

2 短视频时代高校讲好中国故事实践探析

西安外国语大学坐落于陕西省西安市,是新中国最早建成的四所外语院校之一,也西北地区唯一一所主要外语语种齐全的高等学府,学校的属性与背景决定了西安外国语大学拥有讲好中国故事的潜在能力,拥有做好国际传播的实力。西安外国语大学于2018年6月14日发布了抖音平台的第一条作品,是较早通过短视频开展官方传播工作的高校之一。2023年1月,西安外国语大学官方视频号荣获“全国本科高校影响力视频号”,也是对该校官方账号传播力影响力的一定认可。

在内容上,西安外国语大学官方抖音账号的视频内容涵盖了并主要可以分为热点时事、校园生活(校园风景、师生风采、各类活动)、科研教学(学术成果、招生宣传)三个方面;发布形式上主要有短视频、多张图片与文字结合等;视频制作的方法有实景拍摄、画面配音、动画演绎等,像素与剪辑呈现效果一直在稳步提高。

以二十大的召开为节点,二十大之后至本研究时,西安

外国语大学官方抖音账号共发布了196篇作品。通过梳理,其中中国故事的讲述主要围绕以下几个方面开展:

2.1通过节日与习俗的展现实现传播的仪式观。春节、元宵节等传统节日文化作为中华文化的具体形式之一,凝聚着中华民族的集体记忆,承载着中国故事。“传播的仪式观”的提出区别于传统的“传播的传递观”,与“传递观”以信息的传递为主要内核不同的是,“仪式观”考察的是一定时间内信息的传递对一个共同体的维系;在这一过程中不仅有信息的传播与接收,更加强调的是共享与交流。传统节日是各民族风俗习惯乃至名族传统文化的重要组成部分,它承载着民族的记忆、文化,体现着民族的性格、感情,折射出各民族的历史文化意识。中国传统节日就是中国故事的重要组成部分,在官方平台上发布节日相关内容,邀请所有观看的访客一起过节,不仅在共享节日氛围中传递了中国传统节日中特殊饮食、生活习俗、深远历史等节日符号,也交流了以祈福纳祥为代表的节庆主题、以传承中华民族传统美德为目的的节日主要功能,展现了和谐友爱重道德的中华民族形象。

2.2以外语为媒、外语人才为重要力量讲好中国故事。讲好中国故事,表达方式的运用十分重要,“十种外语介绍长安十二种美食”、“多语种录制校园主题歌曲MV”等活动,以外语为根本的传播工具,精确、精准地传播了中华文化;同时,这些贴近日常生活的展现也拉近了与受访者的距离。讲述中国故事的绝大多数对象是母语非中文的外国人。与其依靠外国人对中国故事的吸收与了解,不如一开始就由我们主动运用外语进行讲述,可以最大程度上避免文化的误解与误读。在编码过程中更准确地讲述中国故事,也能最大程度避免解码的偏差。因此深刻把握中国故事的内涵,能够运用新时代媒体技术,通过短视频平台,精确使用外语讲述、讲好中国故事的当代大学生是当下和未来进行个人国际传播的主流力量,承担着民间向世界传播中华文化的历史使命与责任。西安外国语大学正是多语种人才培养的摇篮,不乏优秀的校友已经在国际传播领域甚至在外交岗位上做出了重要贡献,这决定了其拥有进行对外传播的能力,具有讲好中国故事的能力。

3 结语

高校“讲好中国故事”重在找到故事资源,打造讲述渠道、培养讲述人才。高校是优秀文化资源的储备地,是理论创新的重要基地,高校应明确自身责任意识,整合各类

资源,创新策略方法,形成集合力量,切实回答好如何讲好中国故事、传播好中国声音这一时代命题。高校要找准自身资源优势,依托优势资源发力,找到完成高校职能之间的接口,切实担负起自身的职责。

同时,高校要顺应时代发展,积极开拓传播渠道,培养自身全媒体传播能力,厘清国际传播的重点环节,生动讲好高校故事、红色故事、中国故事。做能够澄清谬误,把握舆论导向的专业且及时的发声者,为新时代中国特色社会主义理论指导下的教育事业建设提供有力舆论支持,让世界能够看到、听到新时代的中国。

高校各专业要深入挖掘其所承载的育人功能与学科优势资源,力求在“讲好中国故事”的号召下,培养出以高校学生为重要力量的新青年一代,确保青年能懂中国故事、懂中华民族,有技术、有能力参与到讲述“中国故事”的实践中去。

参考文献:

- [1] 范晨虹,苑一帆.小城故事多:县域主体讲好中国故事的实践与启示[J].新媒体与社会,2022(02):177-192.
- [2] 张程喆.培养“讲好中国故事”的人才才是高校新闻教育的重要使命[J].大学(研究版),2020(06):92-94.
- [3] 姜锋,李岩松.提升国际传播能力讲好中国故事[J].理论导报,2021,(06):48-50.
- [4] 张帅,马博文,盖姣伊等.国际传播视域下大学生讲好中国故事的研究及实践现状[J].教育传媒研究,2022(02):69-73.D0I:10.19400/j.cnki.cn10-1407/g2.2022.02.014.
- [5] 纪玉洪,张建军.高校校报讲好中国故事的实践探究——以《中国海洋大学学报》为例[J].新闻研究导刊,2018,9(22):229-230.
- [6] 索琼瑶.“讲好中国故事”——传播学“课程思政”初探[J].新闻研究导刊,2020,11(12):41+82.
- [7] 刘阳.新型社交媒体如何讲好中国故事——以高校学生工作微信公众平台为例[J].新媒体研究,2018,4(02):15-18.D0I:10.16604/j.cnki.issn2096-0360.2018.02.007.
- [8] 第51次《中国互联网络发展状况统计报告》
<https://www3.cnnic.cn/6/index.html>

作者简介:

贺秋(1997.10-)女;汉族;湖北十堰人;硕士研究生在读;研究方向:国际传播。