

# 短视频视域下的“信息茧房”效应对高校思想政治教育影响探析

孟令昆

(齐鲁工业大学(山东省科学院), 山东 济南 250000)

**摘要:** 短视频内容由于其巨大的流量和庞大的内容体量,以及智能算法催生的信息推荐机制不断成熟和推广,从而形成的“信息茧房”效应,已经在悄然并深刻地影响着网络世界和真实世界,也对当前高校思政教育带来前作未有的挑战。笔者从短视频的定义出发,分析了其行业爆发的主要原因和特点;从“信息茧房”的概念出发,分析了其效应及成因分析,及其在短视频视域下其效应对高校思想政治教育的影响,系统阐释了对青年大学生个体的影响,对思想政治教育工作带来的挑战,以及探索启示与工作创新。

**关键词:** 短视频;“信息茧房”;高校;思想政治教育

## 一、短视频发展概述

### (一)对短视频的定义

短视频即短片视频,是一种互联网内容传播方式。互联网对其定义为:在各种新媒体平台上播放的、适合在移动状态和短时休闲状态下观看的、高频推送的视频内容,几秒到几分钟不等。无论如何界定短视频的时长,说到底,短视频本质是网络视频(在线视频)的一个分支,多数文献在讨论短视频的起源时,往都会以 Viddy(始于2011年的短视频平台)和 Vine(微软公司研发的一款基于位置的网络社交系统)为起点,笔者认为,短视频的内容模式很大程度上参照了内容更加综合的网络视频。

### (二)短视频行业突然爆发的原因

近年来,随着时代的发达,短视频已成为人们生活中不可缺少的部分,网络传播速度也使更多创业人加入短视频制作行业。对于短视频的迅速成长,我从以下几个方面做出分析:一是国家网络通信行业的进步与发展。随着科学技术的发展,4G、5G的普及,网络通信速度变得越来越快,设备的升级,资费的下降,使得流量已经不再是制约用户进行网络内容消费的主要因素;二是手机等硬件行业的发展。手机、平板等设备更新迭代,屏幕变大,清晰度变高,处理速度变快,其价格越来越低,消费者更愿意选择通过观看视频作为消费内容;三是互联网软件的发展。各类视频平台、直播平台、视频拍摄和剪辑工具、视频社区等迎来大爆发,且各类应用越来越简单易学,实操性较强,为短视频提供了充足的工具与平台;四是自媒体行业的发展与进步。在互联网新媒体发展的浪潮下,也催生了一大批有创作能力的个人和组织,面对用户的暴增和内容的需求,自媒体行业已经成为当代传媒中不可忽视的力量。

### (三)现阶段短视频的主要特点

一是视听化,其在内容上比单纯的图文要丰富,感官冲击更强烈,深受各类用户青睐;二是碎片化,其特点是短小精悍,但

有着不少的信息量,此外,评论区互动、话题制造分享、热搜等功能使得短视频承载的信息量更为可观;三是社交化,由于其可以承载话题、评论、分享、互动等功能,使其拥有了独有的社交属性;四是娱乐化,由于其自身特点,很难在短时间内对较难主题进行深拓,其常见内容类型主要概括为娱乐、咨询、才艺、知识、Vlog、宠物、旅行、记录等多种形式。

### (四)“视”不可挡的短视频行业

相较于之前的综合视频平台,短视频一经出现便呈现出爆发式、多样化的发展。体现在用户规模上,目前,市场上的短视频App多达上百个,有数据表明,2018年国内约14亿人口中,习以为常地刷短视频的人数就超过两亿,短视频用户规模和网民使用率均超过长视频的用户规模和网民使用率。截至2020年12月,中国短视频用户规模为8.73亿,占网民整体的88.3%。

综上所述,短视频行业链的崛起和催生的海量的资讯已经无时无刻地影响着我们的生活,已成为一种“视”不可挡的新媒介,正在深刻改变着互联网产业的运营模式,对传统媒体冲击的同时,也在改变着大众获取信息的渠道,其内容推荐和算法模式也持续影响着网民对于客观世界的感知。

## 二、“信息茧房”概述

### (一)“信息茧房”的概念及其效应成因分析

“信息茧房”形容互联网用户在海量信息中以个人喜好选择和接触其感兴趣的信息,对其他内容排斥与无视,长此以往形成的复杂效应。由于“信息茧房”效应,人们逐渐成型所传达的观点与信息都会毫无疑问地被支持和回应,最终形成群体化事件的温床。

“信息茧房”其存在的底层逻辑是“选择性心理”。在互联网上,你可以被动接受任何倾向性的海量信息,一个人完全可以躺平只接受他喜欢的声音,逐渐陷入自欺欺人的“茧房”之中,最终结果就是扭曲了对于客观真是世界的认知。综上,我们可以从这两

个方面区分不同层面的信息茧房,一是某个应用平台造成的茧房,狭义的内容;二是人们整体视野与思维上的茧房,即受对社会的环境的感知偏向,两者相互影响。

## (二)“信息茧房”效应

“信息茧房”无处不在,无时无刻地迎合用户的喜好。有研究表明,当用户使用应用搜索某一个关键词后,或进入某一频道,或在其中重点关注了某些方面的信息,那么当他下次再打开应用时,就会收到各种个性化推荐信息。个性化的推荐让人们不再被热点围绕,不再被排行榜左右,而是足够地享受私人定制化的信息集合。

## 三、“信息茧房”效应对高校思政教育的影响

### (一)对高校青年大学生个体的影响

一是信息获取渠道窄化和过度个性化。虽然短视频信息体量巨大,但是结合上文中的观点,一个人越来越多地依赖短视频平台,就会被短视频大数据推荐的内容所俘虏,从而形成身在“茧房”却不自知的恶性循环。

二是价值取向偏离。大学是大学生思想重塑阶段,由于短视频成本低,门槛低,所以信息传播也是杂乱的,大学生三观还没有成熟,无法正确分辨是否有利信息,容易受到不良信息影响。

三是理性逐渐缺失。如果一个人被遮蔽了理性思维,就无法看到事实,也就无法做出任何有价值的判断。“信息茧房”在当下就会带来这样的问题,一是在网络集群的引导和暗示下,在算法和内容的推荐下,往往会盲目跟风,尤其是作为粉丝群体进行的非理智群体行为,容易造成行为失范和网络非理性行为;二是在缺乏辨别能力的情况下,将网络上的言论和方法论当成“真理”,并深信不疑;三是短视频中充斥着大量的消费信息,弥漫着物质至上的氛围。在这样的环境中,青年大学生参与其中会过早被商业化、消费化价值观所引导,容易接受视频里的消费主义价值观的侵蚀,形成畸形价值观。

四是降低大学生自我约束力,弱化青年学生对客观真实世界的感知力,形成“媒介依存症”,长期以来,大学生会越来越忽略现实社会中的互动,在网络中寻找存在感。

### (二)给高校思想政治工作带来新的挑战

一是对高校思政工作理念的挑战。对于已经形成并固定沿用的经验做法或思维传统,必定在这样的环境下遭受冲击。当前,短视频的兴起和“信息茧房”效应给现今在校学生带来的冲击力比较大,大部分学生浪费了课上的时间刷视频,本该学习到的知识内容并未有效掌握,反而在“茧房”中接收了大量的其他信息,一方面,教师在备课时倾注了心血,但效果不佳,导致“主渠道”难以发挥育人作用;另一方面,在网络上接受的信息对于学生来说不一定都是有益的,甚至有些内容会影响大学生的三观。

二是对高校思政工作话语的挑战。以互联网为基础的咨询传

播内容多以简短、快捷的方式呈现,有些短视频爆款的风格往往也是“简单粗暴”的强行输出,由于没有长时间深思熟虑或缺少考证,只通过片面的图文或评论不能反映出真实事件的原貌。这样一来,主观就对客观事件有了解释,挑战了高校思想政治教育的话语权。另一方面,短视频传播速度很快且多元,不再是局限于自己国家的文化、制度,而是包含了全球不同的文化,实现了文化共享,这样在一定程度上降低了思想政治教育的影响力与吸引力,弱化了高校思想政治教育的话语权。

三是对高校思想政治工作管理的挑战。思想政治教育者传递的信息往往会受到其他信息的干扰或覆盖,弱化了思想政治教育的主导型,海量的信息往往是“泥沙俱下”,多方面侵蚀更是给高校网络阵地的管理带来巨大困难。

### (三)探索启示与工作创新

1.全面提升信息素养,培养意见领袖。在新形势下,做好高校思想政治工作,要因事而化、因时而进、因势而新。只有适应形势的发展变化,用辩证的眼光、联系的观点看问题,才能化被动为主动。一是要互动占领阵地,让教育者们“继续教育”,与时俱进,提升信息素养,不断学习研究高校新媒体传播领域的专业知识,学习研究新形势下的各种互联网工具,为己所用。在内容上鲜活丰富,贴近学生需求,增强引导力。二是要持续发挥课堂主渠道的作用,将正确的思想政治教育与媒体相结合,在提升学生的媒介素养上下功夫,鼓励学生创作优秀作品的同时,也要注意弘扬主旋律,传播正能量。

2.优化联盟,对思想政治教育话语体系进行重构和创造。近年来,高校网络以思想政治教育为主题的新媒体平台普遍建立,且分工明确、主题鲜明。在此基础上,应用好各类平台,着力打造新形势下的思想政治教育话语体系,学习运用网络语言,结合当今时代媒体平台,以青年所接受的网络方式呈现出来,破除传统媒体时代较长反馈周期的意识,对青年人关心的热点问题,要及时回应,及时反馈。

3.运用短视频弘扬正能量。组建短视频思想政治教育研究团队,打造传递属于自己的校园文化,以个性化加标签化、时效性加现场感为结构创作校园原创短视频作品,宣传学校形象,宣传青春正能,增强师生的情感认同。

4.发挥美育、劳育和实践教育的支撑作用,打破“信息茧房”困局。跳出“为你优化”信息的藩篱,增强个体接触信息的丰富性,设置信息推送“把关人”,主动参与内容分类,从技术、人文多个角度去引导,让青年大学生们保持好奇心,走出舒适区,跳出“茧房”之外。

### 参考资料:

[1] 汤广全.“信息茧房”视阈下大学生思维品质的培养和塑造[J].当代青年研究,2018, No.353(02): 53-59.