

主流媒体短视频对大学生思想的影响与研究

邵歆晨

(江西师范大学 新闻与传播学院 南昌 330022)

摘要: 主流媒体历经新技术的推进与发展,积极融入短视频平台,形成掌上传播的主流媒体短视频。近年来,主流媒体短视频在公众和新媒体层面具有更大的话语生产与传播影响力,其传播渠道亦重构了党媒的话语体系和传播影响力体系。现阶段,在我国社会转型发展大背景下,社会群体的多元化、差异化、茧房化已日趋突显,我国大学生作为一个极具社会媒介影响力的群体,在网络媒介中已成为占领整个社会舆论主战场的主力群体。本文运用5W理论分析主流媒体短视频对大学生思想的影响困境因素,为进一步增强主流媒体短视频对大学生的思想引导力打下良好基础。

关键词: 主流媒体;短视频;影响力

1 引言

互联网技术的快速发展,让新闻传播领域发生了革命性的变革。因短视频传播模式的介入,主流媒体对大学生的影响力出现后劲不足的情况,这已成为急需解决的难点之一。

根据,中国互联网络信息中心发布了第48次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2021年6月,我国网民规模已达10.11亿¹,越来越多的群众更愿通过新兴媒体获取信息,大学生更是将互联网作为获取信息的主要途径。自媒体时代稀释了传统媒体的影响力,改变了整个媒体版图。思想是行动的先导,价值是行为的标准。在人人皆媒的自媒体时代,短视频平台成为媒体新潮流。网络大V热衷负面炒作,大量“网红”沉迷于流量炒作,以打擦边球的形式传播有悖于主流价值观的视频内容,更有“键盘侠”不问真相,非理性化表达观点,激发偏激性态度。综观抖音平台,因存在着泛娱乐化的平台特质,党媒与短视频平台的融合出现主流导向弱化的现实隐患。在抖音短视频平台的娱乐暗涌下,国内外群众往往借助短视频的娱乐外壳开展反主流价值观的内容传播,潜移默化地侵蚀大学生的理想信念教育,从而威胁社会意识形态安全,意图崩塌培育时代新人的目标。非理性化观点充斥于网络公共话语空间之中,成为裹挟民意的网络暴力洪流。

当舆论场喧嚣尘上,主流媒体传播主流价值的声音需恂恂善诱,以理性去说服、用感性去打动,对大学生开展思想价值引领,在大学生群体中赢得话语的主动权。主流媒体在融媒体时代,如何整合传统媒体和新媒体资源,破除单一的思想引导方式,有针对性地对大学生群体开展社会主义核心价值观的新一轮内化过程,做到以正确思想引导分散性、片面性、偏激性的观念,探索主流媒体内容的“柔性传播”,培养一批理想信念坚定,弘扬正能量的青年意见领袖去传播社会主义核心价值观,共同营造网络文明空间。

2 研究理论与方法

(1) 5W传播模式

1948年,拉斯韦尔明确提出了传播模式的五个基本要素,即:谁(Who),说了什么(Sayswhat),通过什么渠道(InWhichChannel),对谁说(ToWhom),取得了什么效果(WithWhatEffect)²,在传播学学科中可以概括为传播者→讯息→媒介→受传者→效果五个要素。拉斯韦尔的“5W”传播模式是早期传播学中的经典理论,被广泛应用。他所发表的《社会传播的结构与功能》这篇文章也被称之为传播学的纲领性著作。



图1 党媒短视频的“5W”模式

1.传播者

在传播过程中,传播者是信息传递的起点,是对信息进行选择、整理、加工的重要“把关人”。主流媒体作为媒介组织中的核心媒

体,它在短视频平台中扮演着传播者的角色,对大学生群体开展一定的内容传播。

2.讯息

讯息即为传播内容,是传播过程中的核心部分。讯息的含义是传播者向受传者进行传播的信息,其中要经过媒介传播,在媒介传播的过程中,讯息会经过筛选,无意义的讯息会被媒介平台过滤,因此传播者对受传者需传播具备一定价值含量的信息。主流媒体通过短视频媒介平台,向大学生传播时政类讯息,时政类的相关内容就是党媒短视频内容的核心部分。

3.媒介

媒介是传者实现讯息传播的具体手段。它意指传统媒体和新媒体。例如,广播、电视、三微一端、抖音等。主流媒体在短视频平台进行内容传播,其时效性和持久性是传播效果实现的一部分,加之大学生作为受众在短视频平台进行点赞、评论、转发等信息参与,皆可体现党媒短视频对大学生的影响程度与效果。

4.受传者

受传者是信息的接收者。党媒短视频因内容的特殊性,对大学生的内容传播无法依据大学生的喜好和兴趣进行相应的推送,在此情况下,主流媒体短视频对大学生的实际传播效果如何,这是本论文需重点研究的问题。

5.效果

效果意指讯息在传播者通过传播媒介被受众接收后,受众在认知、思维、选择层面的影响程度,是否对他们的世界观、人生观、价值观产生了一定的作用。主流媒体短视频对大学生的传播影响力是指主流媒体短视频对大学生群体的传播效果的研究,主流媒体在短视频平台能否对大学生产生一定的影响,传播效果如何,是本篇文章需要深入探讨的问题。

(2) 研究方法

笔者以人民日报抖音号为研究主体,选取10位大学生进行深度访谈,10位大学生分别为五所高校不观看人民日报抖音账号发布信息的大学生,学历类别包括本科生、硕士研究生、博士研究生,专业涵盖文科类、理工类、艺术类,共五男五女,深度访谈研究对象较为全面

客观,结合深度访谈内容分析主流媒体短视频对大学生思想的影响力弱的具体因素。

表2-1 访谈对象基本信息

姓名	性别	年龄	学历	专业	学校
杨X	女	24	研究生	数学	江西师范大学
王XX	男	20	本科生	新闻学	江西师范大学
董XX	男	23	研究生	法学	南昌大学
胡XX	女	21	本科生	教育学	南昌大学

曾 X	男	23	研究生	计算机科学与技术	江西财经大学
张 X	男	28	博士生	金融学	江西财经大学
李 XX	女	20	本科生	汉语言文学	南昌工程学院
代 XX	男	21	本科生	建筑工程技术专业	南昌工程学院
李 XX	女	25	本科生	视觉传达设计	江西科技学院
胡 XX	女	24	本科生	护理学	江西科技学院

3 主流媒体短视频对大学生思想引导力影响困境

本章节为影响力困境分析,重点结合深度访谈等结论,从传播者、传播信息、传播渠道三个层面,详细阐述主流媒体短视频对大学生思想引导力影响困境

3.1 传播者:“引领人”效果不足

主流媒体融入短视频平台缺乏融合思维。在媒体融合的趋势之下,主流媒体想借助平台影响力扩大传播力,因此往往注重内容层面的广度,忽略平台定位融的深度,将传播时政内容的全当作媒体融的思维。笔者以人民日报为例对党媒短视频的内容架构分析发现,人民日报的内容分布主要涵盖于时政热点/国际热点、民生生活、科技创新、人物/群体等四大类别,其中通过筛选发现时政热点、民生生活、人物/群体三个类别共计 148 条中,以大学生为主体进行传播的内容不超过 5 条(5-1),由此可见主流媒体短视频针对大学生群体的视角传播是极为缺乏。

表 3-1 人民日报抖音号传播内容分布

主题内容	样本单位	样本量	时间流域
时政热点/国际热点		50	
国家政策		23	
民生生活		47	
科技创新		46	
竞技体育		14	
温情故事		18	
经典剧影		27	2021 年 5 月 30 日
抗击疫情	人民日报抖音号	23	—2021 年 11 月 30 日
齐心援疆		23	
经典人物		12	
人物/群体		51	
外交部发言		18	

大学生作为具备主观判断力和认知力的群体,对含有宏观式说教思维的内容较为排斥。主流媒体短视频在内容层面是以宣传党的政策、路线、方针为主线,为群众提供最为权威的解读;在传播视角层面是站在中国共产党的角度开展正向的引导。笔者在对未观看过主流媒体抖音账号发布信息的 10 位大学生进行访谈时发现,在对人民日报抖音号的内容改进层面提出建议时,对象 1、对象 3、对象 5、对象 6、对象 7、对象 10 认为,人民日报抖音号在内容与视角层面会注重“教”,缺乏“领”的思维。特别是主流媒体短视频在内容选取层面与大学生群体的粘附度低、紧密度低。在内容选取和文案表达层面,看似变换多样实则新意较少。在短视频文案表达层面,直接包含对社会、道德、文化等价值观阐述,给予大学生群体道德教化的说教之感。在被说教化的领域中,大学生作为说教对象会对主流媒体信息产生免疫特征,会从根源层面不去关注主流媒体的相关内容,直接拒绝对主流媒体信息的接收。大学生若是对主流媒体本身的性质产生刻板印象,主流媒体的引领效果会随之下降,其影响力效果必然弱化。

3.2 传播信息:“宏观式”表达显著

以时政为主体的主流媒体短视频是引导主流价值体系传播的重要内容,在新闻话语表达中,人民群众与政府是联系着的两个主体,主流媒体的特征与属性,可直接影响人民群众的价值观。但在海量信息、传播快捷、无界交互的信息传播时代,主流媒体给予大学生群体的传播影响力却占据较小的一部分。笔者通过深度访谈发现,大学生不关注/不看党媒短视频的主要原因之一是内容形式单一和内容表达拘于宏观。笔者对未观看过党媒类抖音账号发布信息的大学生进行深度访谈发现,对象 1、对象 3、对象 4、对象 6 皆认为大学生对党媒短视频关注度低和兴趣度低的原因在于内容形式单一、内容题材选取宏观、内容表达同质化,创作新意缺乏和传播受众过于宽泛,较少考虑到大学生群体的内容关注。

主流媒体短视频的信息传播必然涵盖在特定时代下的社会主义核心价值观和文化认同的渗透过程。因此相对于其他短视频的内容,主流媒体短视频的信息结构是相对宏观化和固定化,内容本身是围绕社会主义核心价值观展开,具备创新性的可能性并不大。当然,传播影响力不限于内容本身,还包含语言和非语言两种,不同传播形式的展现,皆会带来不同的传播效果。首先在信息内容层面,主流媒体短视频虽立足新闻真实性,但未直面大学生关注的热点话题,未转变主流媒体信息单一的议题传播,缺乏大学生关注的社会议题;在信息传播空间层面,短视频碎片化的传播特征进一步扩大受众的覆盖面,但针对于主流媒体短视频的信息传播空间因缺乏打造多元党媒传播矩阵,单一的结构传播较易出现从信息层面对大学生的割裂传播;因此固定化的信息传播对大学生的传播产生弱影响力的现状。增强影响力度而言,笔者在对未观看过党媒类抖音账号发布信息的大学生进行深度访谈时发现,对象 3、对象 7、对象 8 认为党媒内容单一化传播易产生内容距离感和吸引弱化感,党媒内容与大学生群体的距离感,成为党媒短视频对大学生传播影响力弱的重要原因之一。

3.3 传播渠道:“渠道”割裂传播

现今,大学生接触主流媒体信息过程,主要通过课堂主渠道和三微一端平台。课堂主渠道主要是理论性知识构建学习渠道,三微一端是实时主流媒体信息的接收渠道。从整体性、系统性、集中性来说,理论性教育是基础,平台渠道是拓展。两类轨道各自发挥,未开展实质性的融合教学。笔者通过深度访谈发现,大学生通过新媒体平台对主流媒体信息关注较多的传播渠道是微博和新闻客户端,实际能够发挥思想引领作用和具备一定影响力的思政课堂的传播效果其实并不佳,主流媒体短视频在传播渠道中处于单轨道中的孤立位置,因抖音平台娱乐性强的特性,掩盖短视频领域主流媒体传播渠道的价值性。

马克思主要理论、社会主义核心价值观等是大学生非常熟识的教学内容,在空洞、教科书般的教授形式之下,大学生对党媒信息基本概念已产生刻板性的无趣印象,高校的思政教育如何结合新时代的内容特征和传播渠道,开始强化对大学生群体的思想引领,需要从教学形式和内容层面进行相应的调整。价值观教育不仅仅是从课堂里教育出来,更多的是在个体反思中批判出来的,在一定空间之下,大学生对价值困惑的探讨,通过“课堂+短视频+互动交流”的三条轨道一致性的传播渠道可促进大学生对贴近日常生活的主流媒体信息进行价值观的思考,促进个体自我反思下的成长。

参考文献:

[1]中国互联网络信息中心.第 48 次《中国互联网络发展状况统计报告》

[EB/OL].http://www.cnnic.cn/gywm/xwzx/rdxw/20172017_7084/202109/t20210923_71551.htm,2021-9-23

[2][美]哈罗德·拉斯韦尔.社会传播的结构与功能[M].谢金文译.上海:复旦大学出版社,2003 年

基金项目:江西省社会科学规划办公室项目“大学生群体中党媒短视频传播影响力的提升路径研究”项目编号:21QM90