

新疆高校短视频中的大学生媒介形象研究

□ 张 俊 贺翔宇

【摘 要】随着短视频的迅猛发展,新疆高校短视频影响力也显著增强。高校作为大学生成长的摇篮,对于培养和塑造大学生的媒介形象具有重要作用。本文聚焦新疆高校抖音官方短视频中有关大学生的内容,从视频内容呈现和表现形式两方面进行定量分析,归纳出新疆高校短视频中的大学生媒介形象特征,以期为新媒体时代高校构建大学生形象提供参考。

【关键词】新疆高校短视频;大学生;媒介形象

DOI:10.16763/j.cnki.1007-4643.2024.08.019

据《第53次中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2023年12月,我国短视频用户规模为10.53亿人,占网民整体的96.4%,较2022年12月增长4145万人,与第一大互联网应用(即时通信)使用率间的差距大幅度减小。随着短视频用户规模不断扩大,其带来的传播效果也逐渐扩大,信息传播价值也越来越受到大众认可。其中,抖音、快手、视频号等头部短视频平台发挥各自品牌特色,吸引着大批年轻用户参与使用。以抖音为例,因其具备成熟的商业运行模式、庞大的年轻用户群体、独具特色的短视频背景音乐、便捷的剪辑方式和创作模板,吸引众多高校纷纷到抖音开设官方账号,依托抖音等短视频平台发展高校视频。高校短视频是指面向大学生群体,以教育引导为目的,以校园生活为主要内容,通常时长在5分钟以内的,依托社交媒体进行发布、分享的视频形式,其可以满足学生社交、娱乐、学习等多方面的需求。通过高校短视频对大学生多方位的记录为大学生媒介形象呈现提供新的路径。

一、研究背景

媒介形象是认识外部世界的重要桥梁和参照,在客观存在的事物和人的认知结果之间,媒介形象是一个重要的路径,而且这种重要性随着人们对媒介的依赖度提高而呈现出上升的趋势。大学生媒介形象是指大学生在媒介环境下所表现出来的形象和特质。在当今网络化时代,短视频早已融入人们生活的方方面面。高校短视频作为短视频的一种,遵循着短视频的传播规律,传播着有关国家、地区、高校、大学生等主体的海量信息。通过精心策划,紧跟网络潮流,发布喜闻乐见、富有正能量的短视频,可以进一步缩短社会大众与大学生的心理距离,让大学生的形象更淋漓尽致地展现给大众。青年是推动新时代新疆发展的生力军和中坚力量。在新疆高校短视频的基础上研究大学生媒

介形象有利于探析大学生群体特征,展现新时代新疆地区的青年形象,对展望新疆的未来发展前景具有重要意义。

二、新疆高校官方抖音短视频的内容分析

(一)样本的选择及类目的建构

笔者主要使用内容分析法进行研究。在对新疆大学、石河子大学、新疆师范大学、新疆财经大学、喀什大学中有关“大学生”相关短视频报道进行定量分析之后,通过文本定性分析统计得出结论。本文从2023年1月1日开始选择样本,将截止时间锁定在2023年12月31日,共选取2023年全年的视频,确保覆盖大学生学习、生活的各个重要时刻。

在抽样方法上,因本文的研究时间跨度小,故此选取连续抽样的方法,对新疆大学、石河子大学、新疆师范大学、新疆财经大学、喀什大学抖音官方账号2023年1月1日到2023年12月31日所有报道进行全覆盖搜集,共375份,将与大学生形象构建无关的活动报道、风景图文视频、历史人物、榜样人物报道等视频剔除,共获取有关大学生所有样本283份。

在类目建构上,本文在参照对乡村短视频、城市短视频等研究基础上,总结出基于短视频进行形象塑造的研究方法。国内一般学者主要从研究对象的构成方面出发,对构成方面中的构成要素进行定量统计,根据数据进行分类归纳。因此,本文从内容呈现、表现形式两个方面对高校抖音短视频进行编码,其中表现形式分为视频时长、视频种类、视频音乐;内容呈现分为视频内容和感情色彩。本文基于DiVoMiner平台对视频进行编码后,归纳新疆高校抖音短视频在内容和形式上的突出特点,为研究新疆高校短视频中的大学生媒介形象提供参考。

(二)新疆高校官方抖音短视频特征分析

1.高校短视频内容呈现特征分析

在短视频时代,内容依然是媒体生产传播的立身之本,

更是最核心的竞争力。同时,视频内容也是高校短视频呈现大学生媒介形象的主要方式。从视频内容和视频感情色彩两个方面分析发现,新疆高校短视频内容呈现特征为内容多元、正向情感色彩浓厚。

如表1所示,在高校官方抖音短视频内容以“学生-才艺表演”为主,占比21.91%。大学生才艺表演主要分为三类,分别是富有特色的民族舞蹈、青春活泼的网络热舞和具有代表性的经典舞蹈。民族舞蹈中以维吾尔族、哈萨克族舞蹈为主,凸显出厚重的地域特色,又因民族舞蹈多表演于大型晚会之中,服装的华贵、妆容的精致、动作的优美展现出能歌善舞的大学生形象。在动感热门歌曲的伴奏下,大学生青春活泼的网络热舞展现出热爱生活、追求美的大学生媒介形象。具有代表性的经典舞蹈多表现出怀念青春岁月的大学生形象。此外,高校短视频中“学生-开学”“学生-考试”“学生-爱国”“学生-节日”数量也都占比较大,主要借助正能量题材,呈现出大学生积极向上、热爱祖国的形象。

表1 短视频内容与数量分析

视频内容	视频数量 / 条	样本数量占比
学生-军训	8	3.01%
学生-才艺表演	62	21.91%
学生-开学	29	10.25%
学生-毕业	16	5.65%
学生-考试	13	4.59%
学生-学习	9	3.18%
学生-爱国	35	12.37%
学生-恋爱	3	1.06%
学生-节日	22	7.77%
学生-运动会	13	4.59%
学生-招生	6	2.12%
学生-食堂	5	1.77%
学生-学生卡	5	1.77%
学生-友谊	4	1.41%
学生-校园游戏	15	5.30%
学生-转场变装	21	7.42%
学生-其他	17	6.01%

如表2所示,高校官方抖音短视频感情色彩以“激动”为主,占比37.46%。感情色彩为“开心”“幽默”的视频的数量紧随其后,这说明高校官方抖音短视频内容以正向的感情为主,集中展现高校大学生积极的一面。青春热血的生活风格,滑稽搞怪、自嘲的“幽默”态度,不忘初心、善于捕捉生活中“感动”的时刻,其中也有迷茫、忧伤的情感。这些情感构建起一个有血有肉的大学生媒介形象。这也说明高校短视频作为外界了解高校的窗口,着重于挖掘大学

生身上作为青年的正能量,向社会展现自信、爱国、充满活力的大学生媒介形象。

表2 短视频感情色彩与数量分析

视频感情色彩	视频数量 / 条	样本数量占比
激动	106	37.46%
感动	46	16.25%
幽默	21	7.42%
愤怒	0	0.00%
开心	94	33.22%
忧伤	3	1.06%
无明显情感	13	4.59%

2.短视频表现形式特征分析

在信息爆炸的互联网时代,视频表现形式是吸引观众注意力的关键。独特的表现形式能够使视频在海量内容中脱颖而出,增强视频传播效果。本文从视频时长、视频种类和视频背景音乐三个方面分析发现,新疆高校短视频表现形式呈现短小精悍、直观真实、追求创意、节奏感强的特征。

如表3所示,高校官方抖音短视频时长以15s为主,占比29.68%,短时长一直都是短视频最突出的特点。在注意力经济的影响下,抖音平台的视频追求精彩刺激、吸引眼球的视频内容。受抖音短视频文化的影响,短、平、快也是高校短视频的基本特性。值得注意的是,60s以外短视频在高校短视频中占比23.67%,这说明高校官方抖音短视频在视频时长短的背景下,也依然在尝试延长受众观看视频时间。尽管60s以外短视频的画幅更宽广,呈现的视觉信息更丰富,能够讲述更深层次的校园故事,但是缺乏对大学生生活亮点的捕捉,视频剧情拖沓难以吸引受众注意。因此,高校短视频在“短”和“长”两方面上,要做到“短”中有“神”,“长”中有“亮点”,两者取长补短才能更有效地将大学生的媒介形象展现给受众。

表3 短视频时长与数量分析

视频时长/s	视频数量/条	样本数量占比
≤ 15	84	29.68%
16 ~ 30	68	24.03%
31 ~ 45	36	12.72%
46 ~ 60	28	9.89%
≥ 60	67	23.67%

如表4所示,高校官方抖音短视频种类以创意实拍和记录实拍为主,分别占比47.35%、42.05%。可见,高校官方抖音短视频侧重以“实拍”的形式展现大学生形象。但是,从表4来看,高校短视频的形式过于单一化,除去“实拍”类的短视频,其他4个种类的短视频仅占样本总量的

10.6%，因此这需要高校发掘出更多的视频形式，让不同的视频形式最大化地发挥视频内容的传播效果。

表4 短视频种类与数量分析

视频种类	视频数量/条	样本数量占比
图片	19	6.71%
创意实拍	134	47.35%
记录实拍	119	42.05%
监控视频	2	0.71%
图片+视频	7	2.47%
影视片段	2	0.71%

如表5所示，高校官方抖音短视频背景音乐类型以抖音热曲为主，占比61.13%。视频背景音乐对视频的传播效果、调动受众情绪、表达视频主题情感的重要性不言而喻。以抖音热门歌曲作为视频背景音乐，能够拉近与受众的心理距离，引起用户共鸣，增加视频的吸引力和传播力。但是盲目跟风热门抖音歌曲，易于让受众产生“听觉疲劳”，尤其是视频内容与背景音乐偏离较大时，会不利于视频情感传递，也会影响高校形象的美誉度。这需要高校短视频注重视频内容创作的同时，也要把握好视频背景音乐的选取。

表5 短视频背景音乐类型与数量分析

视频背景音乐类型	视频数量/条	样本数量占比
普通歌曲	106	37.46%
抖音热曲	173	61.13%
无背景音乐	4	1.41%

本文图表均由作者提供

三、新疆高校短视频中大学生媒介形象的呈现

在本研究的283条短视频样本中，新疆高校抖音短视频种类数量最多的前三名分别为“学生-才艺表演”“学生-爱国”“学生-开学”。“学生-才艺表演”中大学生的能歌善舞展现出青春活泼的形象，“学生-爱国”中大学生投身于实践活动展现出热爱祖国、昂扬向上的形象，“学生-开学”中大学生开展富有创意的“迎新活动”展现出拥抱新生活、幽默搞笑的形象。总体而言，新疆高校抖音短视频凸显了一种青春向上、热爱祖国、富有创意的新疆高校大学生形象。

（一）青春美丽，外形出众

J.雷诺兹(J.Reynolds)曾提出：“美是一种本能的感觉(instinctive feeling)。”在大学阶段，学子们正处于青春萌动的生命时期，对于外貌和颜值有着较高的追求。因此，大学生在高校短视频平台上呈现出多样化的美学表达。如，2023年10月11日，石河子大学和塔里木大学官方抖音号共同制作《#合拍手势舞 是好朋友就一起跳个舞吧》。在

这个视频中，两位青春美丽的女大学生在充满童趣的音乐节奏中，表演优雅的手势舞蹈，呈现出女大学生甜美可爱的形象。在真实镜头下，大学生真情实感的释放阐释出新疆的开放、包容、现代和美好幸福。另一些视频通过传统舞蹈来表达美的内涵，如，喀什大学官方抖音号在2023年5月16日发布的《美在舞蹈中诞生 在坚持里开花 志同道合的伙伴们 在彼此的呼应与震荡中聚成炽火》，视频中喀什大学的学生表演传统民族舞蹈，展现出大学生优美的舞姿和自信开朗的形象。

（二）认真学习，勇于追梦

新闻事业是党和人民的喉舌，新闻媒体从业者始终要以党和国家利益为上，维护广大人民群众的利益，因此我国新闻媒体坚持正面报道，以起到一种积极的、弘扬正气的作用。新疆高校媒体通过对梦想和努力的宣传报道，不仅营造起努力奋斗、求知向上的大学氛围，更以青年的向上风貌展现出新疆的美好未来。新疆高校短视频通常以考研、期末考试等为主题，以图书馆、自习室等场所展示大学生勤奋学习的形象，或呈现大学生集体学习的情景，配以激昂的音乐，展现大学生拼搏精神。例如，在2023年12月22日，喀什大学官方抖音号发布的《喀大相见，我们一研为定》视频中，展现了高校图书馆灯火通明，考研学子披星戴月为梦想奋斗的场景。又如，在2023年12月15日，石河子大学官方抖音号发布的《冲破这束缚，四六级加油！》，展示了大学生在图书馆埋头准备大学英语四六级考试的画面，伴随着激励人心的音乐，呈现出大学生认真学习、奋发向上的形象。

（三）热爱祖国，乐于奉献

习近平总书记强调，同人民一道拼搏、同祖国一道前进，服务人民、奉献祖国，是当代中国青年的正确方向。作为新时代的青年，应积极参与社会各领域的建设，为国家繁荣、新疆地区发展贡献力量。在2023年6月30日，新疆财经大学官方抖音号发布的《“少年最英勇，如何不敢梦”美丽中国·乌尔禾百人实践团第一天》展示了响应祖国号召，开展大学生社会实践艰苦训练的场景。同时搭配青春活力的音乐，呈现出大学生为国奉献、团结奋斗的形象。在2023年7月14日，石河子大学官方抖音号发布的《折纸之行，寻梦之旅！石河子大学师范学院赴第十四师224团5连教育关爱社会实践团》中，描绘了大学生与社区孩子们开展教学、手工等互动的场景，大学生积极投身于社会公益实践之中，展现了大学生乐于奉献的形象。

（四）幽默搞怪，富有创意

受到浮夸、搞笑的短视频文化和即时传播的网络媒介的影响，高校短视频也倾向于追求幽默搞笑风格来吸引观众。例如，在2023年11月6日，喀什大学官方抖音号发布

新闻学与文学、史学、哲学的关系

□ 刘彦章

新闻学作为一门独立的社会科学,与文学、史学、哲学有着密切的关系。不论传统媒体还是新媒体,如果要做出深度与成就,就要了解并掌握三者的关系。学界对于新闻学与文学的关系问题,论述较为充分,但新闻学与文学、史学、哲学之间的互为影响的全面关系,学者和业界论述较少或者很少。本文尝试在更加宽泛的人文社科基础上,论述它们之间的关系与影响。


新闻学作为一门独立的社会科学在中国发轫较晚。具有现代意义的报纸,最初出现在清末的洋务运动中。之后,经过一系列实践,催生出了具有中国文化特色、承载时代风云、参与社会变革的近现代化报纸。中华人民共和国成立后,除了北京广播学院培养广播电视记者外,高校中开

设新闻学专业的只有北大、人大、复旦几所大学。新闻人才培养可谓少而精。新闻学发扬壮大渐成显学,是伴随着改革开放逐步独立成军的。也即从二十世纪八十年代开始,新闻学逐渐从文学院系独立,或从文史哲文博学院独立成新的专业,之后迎来大发展时期。此后,新闻学专业越分越细,新闻学、广播电视编导、播音主持、传播学、新闻史、舆论学、广告学、网络舆情、媒介管理、机器人写作等纷纷另立门户。改革开放以来,经济社会快速发展,作为广泛融入当代社会生活的新闻学,由于时代的需要,大有后来居上之势,一时间盖过文学、史学、哲学专业,受到学生和社会的追捧。

新闻见证历史,记录历史,反映生活,易碎而新鲜。但

的《这个系列怎么能少得了喀大新坐骑共享“电动board”呢!!》中,通过劳斯莱斯车的超模广告与长相普通的喀大男生介绍电动board的视频进行对比,以普通土气与高端时尚的风格形成巨大的落差,引发“笑死我了”“喀大你要不要这么好笑”“温馨提示:不用憋笑”等诸多网友评论,展现出高校短视频中富有创意的大学生形象。在2023年2月19日,新疆财经大学官方抖音号发布的《jejejeje~你到校了吗?小财已经准备好迎接大家啦!》视频中,财大学生身着小熊服装在招生海报前蠢萌地“劲歌热舞”,展现了新财大对新生的热情以及大学生搞笑幽默的媒介形象。

结语:

通过对新疆五所高校抖音短视频的研究,笔者发现新疆高校大学生在高校抖音官方号语境下呈现青春向上、热爱祖国、富有创意的媒介形象。新疆高校为弘扬正能量、引领新风尚、展现高校大学生的生机勃勃,将青春热血作为其抖音短视频的主要风格。抖音平台作为高校大学生重要的展播平台,随着新疆高校融媒体中心的建设,高校官方抖音号将进一步加强与各类传媒平台资源整合,为构建更加全面、真实、立体的大学生形象,传播新时代新疆形象,讲好新疆故事提供有力的平台支撑。

参考文献:

- [1] 中国互联网信息中心.第53次《中国互联网络发展状况统计报告》——互联网发展研究[EB/OL].<https://www.cnnic.cn/n4/2024/0322/c88-10964.html>, 2024-03-22[2024-04-17].
- [2] 李嘉瑜.社群理论视域下高校短视频传播策略研究[J].新闻研究导刊, 2021, 12(16): 40-42.
- [3] 王朋进.“媒介形象”研究的理论背景、历史脉络和发展趋势[J].国际新闻界, 2010, 32(06): 123-128.DOI: 10.13495/j.cnki.cjjc.2010.06.024.
- [4] 天山网-新疆日报.自治区党委自治区人民政府印发新疆维吾尔自治区青年发展规划(2021—2025年)_其他文件_新疆维吾尔自治区人民政府网[EB/OL].<https://www.xinjiang.gov.cn/xinjiang/qtwtj/202207/809132cdfae742f9880926d400849609.shtml>, 2024-03-04.
- [5] 孙凡雅.短视频视域下高校形象的自我建构研究——基于中国大学生在线高校抖音短视频榜单的分析[J].西部广播电视, 2022, 43(02): 56-58.
- [6] 徐丹.媒体深度融合下主流媒体短视频内容生产与传播策略[J].传媒, 2024, (03): 37-39.
- [7] 郭玉越.论人体美的双重进化动因[J].美与时代(下), 2023, (11): 58-63.DOI: 10.16129/j.cnki.mysdx.2023.11.027.
- [8] 新华网.习近平给河北保定学院西部支教毕业生群体代表回信 勉励青年人到基层和人民中去建功立业在实现中国梦的伟大实践中书写别样精彩的人生[EB/OL].https://zhijh.youth.cn/yzg/qggh/202011/t20201118_12580159.htm, 2014-05-03[2024-03-03].

(作者单位:新疆财经大学)

编辑:陈珊珊