

新媒体短视频育人机制研究

——以广州市民办本科高校官方抖音账号为例

刘芳

广州工商学院

摘要:随着信息时代的到来和网络技术的不断发展,新媒体短视频平台借助其新颖的形式、强烈的视觉与听觉冲击在互联网浪潮中成了青年高校学生热衷的娱乐社交形式,将新媒体短视频与育人教育内容相结合,是未来高校教育进程中不可或缺的一部分。本研究基于当下新媒体短视频广泛普及的现状,对广州市民办本科高校进行调查,以官方抖音短视频平台的账号运营情况为研究对象,对广州市民办本科高校官方抖音账号的发展中存在的问题进行剖析,并提出发挥新媒体短视频平台的育人机制的创新途径。

关键词:新媒体短视频;育人;高校官方抖音账号

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2023.06.237

随着信息时代的到来,互联网发展势头越来越迅猛,在互联网浪潮中新媒体短视频近几年无疑成了发展中的佼佼者,成了如今互联网娱乐和社交媒体的主流形式之一,抖音、快手等已经成了拥有数亿级用户量的短视频平台。在《2023中国网络视听发展研究报告》中指出:截至2022年12月,我国网络视听用户规模已经达到了10.40亿,超过即时通讯,成为第一互联网应用。截至2022年12月,短视频用户规模达10.12亿,同比增长7770万,增长率为8.3%,在整体网民中的占比为94.8%。新媒体短视频以其视觉冲击力与年轻气息吸引了广大青年大学生的关注与喜爱。新媒体短视频的流行与“随着网络技术的发展,互联网场域已经成为高校思想政治工作的前沿阵地。”¹为此,全国各大高校近年纷纷开设了自己的官方短视频账号,想要将官方视频账号打造成三微一端以外的学校育人平台。

习近平总书记在全国高校思想政治工作会议上指出:“要运用新媒体新技术使工作活起来,推动思想政治工作传统优势同信息技术高度融合,增强时代感和吸引力。”²在短视频流行的当代,高校受教育者与短视频使用人群受众高度重合,各大高校近年纷纷入驻抖音短视频平台开通了自己的官方账号,为研究新媒体短视频

育人机制的发展,本研究选取受众范围较广且阅读量较高其他短视频平台高的高校抖音账号作为主要研究对象,针对广州市民办本科高校的抖音官方账号的发展现状进行分析研究,并与抖音平台中发展较好的高校抖音官方号做出对比研究,找到其中的发展差距,分析广州市民办本科高校官方抖音账号运营中存在的问题并提出相应的激发短视频育人机制的发展对策。

一、广州市民办学校官方抖音账号运营现状统计与分析

随着抖音的持续火爆,广州市各民办本科高校也纷纷创建了自己的官方抖音账号,为此,本研究对广州市15所民办本科大学的官方抖音账号的视频发布总量、获赞总数、粉丝数量等数据进行了统计与分析,以期发现高校在利用新媒体短视频开展育人工作中存在的问题,并针对性地提出解决方案。

经调查后,本研究发现广州市15个民办本科高校在抖音上并未全部创办自己的官方抖音账号,广州白云学院和广州新华学院等6所高校没有注册官方账号,9所高校有专属的官方认定的抖音账号。9所高校共发布1620条短视频,累计获赞28.23万次,粉丝数量为8.29万。

从图1数据可以看出,广州市百分之六十的民办本

表1 广州市民办本科高校开通抖音官方短视频账号情况表

广州市民办本科高校总量	开通高校官方短视频账号总量	开通率	未开通抖音官方短视频账号总量	未开通率
15	9	60%	6	40%

表2 抖音平台广州民办本科高校的流量情况分析

学校名称	抖音ID	视频发布总量	获赞总数	粉丝数量
广东培正学院	培正招生就业处	63	7686	3671
广州城市理工学院	广州城市理工学院	281	12.2万	1.5万
广州软件学院	广州软件学院继续教育学院	121	4571	1020
广州南方学院	广州南方学院继续教育学院	119	5501	1328
广州华商学院	广州华商学院	203	5.2万	1.3万
广州理工学院	广州理工学院	187	3.6万	7502
广州华立学院	广州华立学院	157	5.3万	1.8万
广州商学院	广州商学院	467	564	2.3万
广州工商学院	广州工商学院宣传	22	1066	403

科高校均开设了官方认证账号，有部分高校创建的官方账号的抖音ID不是自己本校的校名，而是以宣传、招生就业命名，反映出民办本科高校对抖音账号用途的局限性。

表2数据表现出广州市民办本科高校官方账号发布视频数量情况较好，有七所超过100条，但视频总获赞数量和单条获赞数量都较少；视频内容多为学校软硬件的介绍，校园环境的展示，招生宣传，学院文化风采等。大多数高校发布的视频都不具有教育、育人价值，高校抖音官方账号的育人功能缺失。

广州市民办本科高校抖音账号的整体运营状况与头部抖音官方账号例如清华大学、浙江大学等官方高校抖音账号的视频发布数量、视频点赞数、粉丝量等都具有较大差距，且视频内容单调，同质化严重，在挖掘新媒体短视频的育人机制方面更是落后较多。

二、高校在利用新媒体短视频开展育人工作中存在的问题

高校特别是民办高校作为面向社会举办的，不以国家财政性教育经费支持的高等学校，想要持续保证生源与好评率，都很重视对学校软硬件设施、校园环境等的打造与宣传。互联网的快速发展以及新媒体短视频的井喷式发展无疑为民办高校的宣传创造了良好的路径，受众群体的高度重合也让抖音这一短视频平台逐渐进入高校的视野。全国各大高校通过积极的创建自己的抖音官方账号，在平台中发布视频内容的方式塑造学校品牌形象，增进学校学生认同感与荣誉感，推动学校宣传。

与此同时，新兴媒介的运营过程中也面临着网络环境复杂、网络舆情监控困难等诸多挑战，多数高校虽然意识到了运用抖音等新媒体短视频平台对学校的好处，但由于运营水平不高，网络素养较差等因素的影响，存在视频内容同质化，视频质量不高，教育内容缺失等方面的问题。

(一) 运营团队媒体运用能力欠缺，专业素养不够全面

大部分高校新媒体特别是新兴媒介短视频平台例如抖音等平台创建的官方账号都是由学校宣传部门或者招生就业部门负责，组建学生团队进行运营。团队大部分未经过专业的网络知识培训以及摄影拍摄技术等的学习，只是对摄影或者写作有兴趣的在校学生组成运营团队成员为账号拍摄视频发布相关内容，大部分成员对于短视频的创作只是简单的对抖音热点的复制粘贴，甚至只是对老师布置的拍摄任务的简单完成，对于短视频育人功能认识不足，创作理念的偏差，对育人功能内涵理解不够深刻，大部分视频内容多为对校园环境以及校园文化活动等简单拍摄与剪辑，作品质量不高。

特别是对于民办高校来说，大部分视频内容多为对学校的宣传，展示学校的软硬件设施以及校园环境，在

迎新开学季报道迎新盛况在广州民办本科高校的抖音官方账号中几乎都有涉及，同质化严重，这些宣传类的视频成了高校短视频的主流内容，而关于就业创业、心理健康、科研创新等对创作水平要求较高，具有一定育人功能的专题视频极为少见。运营团队能力不足，网络素养不高，视频拍摄内容同质化，忽视育人功能的现状，让高校在运用新媒体短视频方面未能形成成熟的育人体系。

(二) 教育者主导性与话语权在新媒体短视频平台上发挥困难

新媒体短视频以去中心化特征，主客体边界模糊，不存在明确的教育与被教育者。思想政治教育的本质是指主导意识形态的灌输和教化。³与传统的课堂教学不同，运用新媒体短视频平台传播知识，对受众进行教育具有受教育者注意力不集中，内容由于时间限制无法系统讲授，对受教育者持续吸引力较低，无法进行实时监控掌握受教育者接受程度等问题。

此外，在新媒体短视频平台，人人皆是主体，都具有发布视频内容的主动性，是创作内容的生产者与传播者，受教育者也拥有主动创作能力与创作权，不同的创作主体以多样化的方式发布议题，表达主体创意与需求。平台内海量的信息与互联网迅速的传播速度，让平台监管难免乏力。由于监管力度不够，短视频平台内容多以娱乐化为主，许多网红为博得流量吸引眼球单纯为了娱乐而娱乐，缺乏价值性的内容，主流文化引领较少，平台中裹挟着历史虚无主义、拜金主义等不良思潮，削弱了主流意识形态的地位，冲击了先进价值观育人功能的发挥，削弱了教育者在新媒体短视频平台上的影响力与话语权。

(三) 高校官方新媒体短视频账号中育人相关内容吸引力及持续作用发挥不足

全国高校抖音平台账号中的许多头部高校官方抖音账号都已经对短视频内容与思想政治教育等育人内容进行了结合运用，但大多数高校的此类视频点赞量与转发量等数据并不理想，甚至有无人问津的情况发生。而广州市民办本科高校的官方抖音账号中的内容甚至都很少涉及育人相关内容。

抖音短视频时长限制一般在五分钟以内，视频信息承载量有限，将传统育人相关理论完整的简洁的在短视频中展示并吸引学生眼球具有一定的挑战。刺激的画面以及新颖的开头虽然可以暂时吸引眼球，但如何保持兴趣，将碎片化的教育变成完整的育人知识进行传播具有很大挑战。

育人工作是一项长期性的教育，需要教育者在特定的环境下对学生进行持续性的通过教学或者其他形式进行教育，短视频平台虽然可以满足学生当下的碎片化需求，但缺乏了育人的长效机制，极易出现育人成果不显

著,教育长效化深刻化难以实现的问题。新媒体短视频平台碎片化的信息传播方式与思想政治教育等育人话题的完整性追求有所冲突,极易出现在传播过程中教育内容的缺失,如何提高育人的整体性和完整性与短视频的碎片化知识传播方式的适配度取得受教育者持续性的关注是当务之急。

三、新媒体短视频育人机制开展路径

以抖音等为主要流行趋势的新媒体短视频风靡全球,高校官方抖音短视频账号的创建无疑是高校顺应流行趋势,抓住当下热点的一个重要举措,官方账号在平台上的表现及内容表达也是对学校的一种宣传,高校官方抖音账号作为高校宣传教育的一个重要力量,应该不断学习抓紧创新,力争为学校育人工作搭建一个与时俱进,亲近学生的平台,更好地释放抖音引导和激励大学生追求真善美、承担新使命的正能量的功能⁴将高校官方抖音账号的育人功能发挥到最大。

(一)加大重视与支持,提高运维团队技术水平与媒体素养

许多高校抖音官方账号建设运营水平参差不齐,头部高校账号内容丰富,粉丝数量与关注度高,学生认可度良好。但大部分广州市民办高校抖音账号呈现出弱势的发展趋势,这与高校对账号的重视程度与运营团队的技术水平等具有一定的关联。创办官方新媒体短视频账号成本不高,但在运营方面存在极大差距,而且大多数学校未将育人功能在账号中呈现,未取得将官方抖音账号功能最大化的效果。头部官方抖音账号例如清华大学、浙江大学等官抖建设较好的高校,不仅领导重视,且在人力物力财力方面的支持和保障也相当充分,而广州市民办本科院校的官抖账号一般都由招生办或者宣传部门召集学生干部进行视频发布,由此可见,高校官方抖音账号需要加强学校层面的重视与支持,提高运营团队的技术和媒体素养。

运营团队应定期邀请专家开展针对性培训,现场进行答疑和交流,深度挖掘表现优秀的学校官方抖音平台的成功经验,学习和借鉴优秀的工作成果并将学习到的内容运用到本校短视频平台的实际工作中,让共享和交流成为常态,通过不断学习实现能力和技术水平的提升,打造内容丰富、流量充分的官方抖音账号,充分发挥其育人功能。

(二)塑造高校“育人网红”,加强价值引领

随着抖音的风靡,不管是在校教师还是学生都拥有自己的抖音账号,校内许多老师或者同学甚至是“网红”级别。

网络的日益发展让育人课堂不仅仅局限于线下的课堂,以网络为载体的场域也是一个可以发挥育人功能的平台。抖音新媒体短视频平台作为年轻人热衷的社交娱乐平台,具有参与性、年轻化的特征,这些特

点有助于让学生在潜移默化中将视频内容入脑入心,教育者应该将抖音流量从简单的泛娱乐内容结合大学生实际需求与社会热点传播育人知识相结合,对抖音视频内容创作进行创新,在保证育人知识充分讲授的前提下对视频内容进行加工,以大学生喜爱的形式进行呈现。

高校可以培育一些教师网红与学生网红,或者与一些已经小有名气的校内网红进行合作,定期结合社会热点与不同的育人主题进行创作,通过对网络热点的挖掘,对新的热点趋势做出预测,并与其他高校官方抖音账号合作打造校园内爆款育人内容视频。在热点的加持下精心创作专题育人视频,以高校校内“育人网红”为主导,吸引校内学生的关注,结合社会热点发布育人相关内容视频,引导学生树立正确的价值观,学习相关知识,寓教于乐,在潜移默化中实现对大学生的教育效果。

(三)提高学生主体辨识力,引导学生主动接受与传播主流意识形态

抖音作为记录生活分享生活的新媒体短视频平台,每个人都有平等的创作权,发言权,大学生作为抖音平台的广大受众,既是抖音视频的观看者也是发布视频的参与者。虽然政府与平台都对发布的视频内容进行监管审核,也出台了相关的法律法规,但在冗杂的信息中,个体的自律与自觉才是最重要的部分,对于视频内容中存在不良社会风气与思潮的,应该主动剔除,坚定社会主义核心价值观,用主流意识形态武装自己的头脑,增强自身辨别力。

除此之外,高校大学生要肩负起祖国接班人的历史使命,在青春年华展现大学生积极向上,青春阳光的状态与活力,积极在抖音短视频平台中参与短视频正能量内容创作与传播。在抖音短视频平台上充分发挥自己的主体能动性,让主流意识形态与正确的价值观在抖音短视频中得到分享与传播。

参考文献

- [1]孟心如.“三微一端”视角下高校网络思想政治教育路径研究[D].大连海洋大学,2023.
- [2]习近平.在全国高校思想政治工作会议上的讲话[N].人民日报,2016-12-09(01)
- [3]陈万柏,张耀灿.思想政治教育学原理[M].北京:高等教育出版社,2015:54.
- [4]骆郁廷,李勇图.抖出正能量:抖音在大学生思想政治教育中的运用[J].思想理论教育,2019(03):84-89.

作者简介:刘芳(1995.9-),女,汉族,山西晋中,研究生,广州工商学院音乐学院辅导员,研究方向:高校思想政治教育。