

短视频社交媒介的舆情传播与风险防范

◇ 丁 晓

一、短视频社交媒介舆情传播特点

(一) 舆论主体多元化, 网络舆论博弈加剧

随着移动智能终端的不断革新, 短视频的拍摄与制作变的简单化、智能化, 人人都可以低成本参与信息传播, 成为舆论的生产者。舆论传播主体不再限于单一身份, 而是集信息发布者、参与者、接受者三位于一体。在全民皆为传播者的时代, 技术赋能降低了短视频信息生产、传播的门槛, 多元舆论博弈加剧, 刺激舆情的产生。一方面, 短视频媒介易于管理、操作简单, 满足了用户信息获取、娱乐、社交等需求, 社会普及率不断提高, 加速了信息传播; 另一方面, 短视频集合了图文、音频、影像等多种符号信息, 高信息量还原事件原貌, 更容易获得受众关注, 引发情绪反应和情感共鸣。

(二) 多平台同步传播, 信息交互融汇加速

随着4G网络的普及和宽带提速降费政策的落地, 自媒体用户从PC端转向移动端, 短视频媒介也随着用户激增迅速发展壮大。《2021年中国网络视听发展研究报告》显示, 截至2020年12月, 我国短视频用户规模达8.73亿, 占网民总数的88.2%, 日均使用时长超过120分钟。短视频媒介的涌现、风靡, 为受众提供了新的信息接收、传播载体。与传统的图文相比, 以视频为载体的现场信息, 具有更强的感官冲击, 能在短时间内激发公众的表达欲望, 使舆情信息在短视频平台、“两微一端”、贴吧等社交平台同步反复传播。多平台的交互融汇, 使网民的信息交流、舆论表达多平台渠道裂变传播, 加之用户体量巨大, 极易形成“遍地狼烟”的舆情矩阵效应, 加大舆情处置难度。

(三) 内容推送精准化, 受众知识视野受限

服务计算能力的优化和互动化的交流体验方

式, 使短视频深受公众喜爱, 成为情绪宣泄、求助答疑、表达言论等多元化信息交流的场所。服务计算科学在短视频平台的运用增强了推荐算法, 形成了“去中心化”的精准推荐模式。它突破了地域、语言等限制, 以受众的行为习惯挖掘、识别用户的视频兴趣标签, 精准匹配和投送受众感兴趣的内容, 使受众形成平台依赖。长此以往, 受众的关注点会被禁锢在“信息茧房”中, 信息获取闭塞、视野受限, 造成正负面两极化阅读信息量激增。一些不良媒体和网络大V利用精准算法和网民所处的特殊环境, “加工”视频内容, 传播不实信息, 激发网民情绪, 加剧舆论极化效应, 影响舆论发展方向。

(四) 舆论热点圈层化, 互动传播更加隐蔽

网络舆论圈层化是社交媒介应用最为显著的特征之一, 圈层内部群体多以情感、文化、兴趣爱好、价值观等“趣缘”或“业缘”为纽带聚集在一起, 在圈层交流中获得情感慰藉或价值认同。2019年开始, 抖音平台先后推出“关注”功能、熟人视频社交App“多闪”、抖音群等业务, 短视频媒介的圈层化现象逐步显现。但是, 圈群内部隐性闭塞、主题不同、各有特色, 形成虚拟化圈群和“信息茧房”, 导致群组内部与现实环境的接触逐渐弱化, 造成用户思维相对固化, 负面言论出现时易形成代入感, 互动频次加剧, 圈层内部信息逐步被转载、扩散至社会层面。加之信息发布的匿名性、隐蔽性, 圈层内部信息极易快速扩散形成社会热点舆论话题。

二、短视频社交媒介舆情传播风险探析

(一) 舆论生态重构, 助燃舆情生成发酵

短视频通过关系强化或结构变革将原有的社会公共空间解构、重塑, 形成了一个“拟真”的多元复杂社交生态, 增强了舆论交流的互动性、动态性。在这

一舆论生态下,我国的短视频舆情呈现“后真相”的特点。“后真相”时代,公众的情感表达受事件客观真相的影响,引导舆情走势的不再是事实真相本身,而是公众直接化、感性化、情绪化的情感表达。当舆情事件与自身利益密切相关时,公众会特别关注、换位思考,这样会激发他们情绪的发泄,催化舆情产生。图文、音视频集合的短视频在某种程度上更容易瞬间激发公众情绪,产生“移情效应”,带动更多的网民、意见领袖、大V等参与互动,“助燃”舆情纵深传播、快速发酵,加大舆情监测管控风险。

(二)信息传递失衡,舆论倒逼反复回流

与常态化的舆情事件推进相同,短视频社交媒介舆情事件的发展演变也是以信息传递的不对称与失衡现象呈现的。舆情潜伏期,事件处于调查阶段,信息接收方对于涉事主体、涉事内容尚不清楚,造成“看事看一半”的假象,信息传递易出现失衡现象。求知欲、好奇心驱使网民通过短视频社交媒介的智能检索和服务计算功能推动事件重回热点,舆情进入爆发期。此时,若缺乏高频次的回应,会造成信息传递的再次失衡,网民信息接收、政府事态处置均会处于被动状态。加之围绕事件新的短视频的曝光,事件矛盾点随之增加,容易形成新的舆情燃点,可能将进入平静期的舆情再次推回爆发期,引发舆情回流,造成舆论倒闭、舆情反复,若处置不当,会带来严重的形象危机和声誉风暴,给政府社会治理、企业生产经营等造成巨大影响。

(三)把关机制弱化,伦理失范行为频发

在言论自由的智媒时代,网络准入门槛低、发声渠道多、用户身份隐秘性强,很难像传统媒体那样明确一个“把关人”,对网络信息进行过滤和控制,多数情况下“把关人”在网络舆论中是被弱化或失语的。而用户大多凭借自己的兴趣和价值取向进行内容的生产传播,加之网络新技术的崛起和信息审核监管的缺位,给虚假、低俗信息提供了滋生的温床,导致伦理失范行为频发。在流量至上、泛娱乐化的短视频平台,伦理失范行为主要表现在以下方面:一是为了博眼球、吸引公众进行的恶意拼接、摆拍等虚假视频信息;二是为了攫取流量红利、迎合受众心理创作的劣质歌舞、搞笑段子、危险动作视频等低俗信息;

三是未经他人授权,模仿、传播他人创意作品的侵权行为。

(四)舆论话语权差异,加剧沉默螺旋效应

移动端的智能化和短视频媒介的低门槛为公众的视频制作、传播提供了便利,消除了社会身份差异,重塑了舆论交流空间,每一个公民都有了平等发声的机会。公众的意见表达反映了网络舆情,但短视频的分发推荐机制则会造成话语权差异,导致公共话语权在网络空间得不到真正体现。短视频媒介一般以点赞数、评论数、完播率、转载量等指标评估视频优劣,优秀的作品会被反复推送,形成强者愈强、弱者愈弱的“马太效应”。在复杂的多元舆论场中,遇事不发声或只有少部分人发声的群体,会随着舆情发展成为舆论场的弱势一方,造成“沉默螺旋”效应。以受众喜好推送视频内容的短视频媒介会加剧沉默效应,造成舆论场的“主流”舆论可能只代表少数利益群体,真正的民意被淹没,导致政府不能获取正确的民意导向,影响处置决策的科学性、合理性。

三、短视频社交媒介舆情风险应对策略

(一)善用智能技术,以科学监测实现精准应对

首先,政府要树立算法思维,建立智能化舆情治理新范式。基于大数据技术、人工智能算法建设舆情分析、预警、应对系统,通过智能化的文本挖掘、聚类分析、预警内容生成实现舆情信息的分级、分类预警应对,使事前预判、提前应对成为现实。其次,要善用舆情数据特征,使被动应对变为主动纾解。短视频舆情具有开放性、交互性的特征,通过智能算法收集、筛选、识别,准确掌握特定群体的诉求、预期,变被动为主动,实现舆论争议的精准治理。对于政府和媒体而言,可以更加科学精准地回应民众诉求、展开事实报道;对于短视频平台而言,可以更好地实现精准化分发、圈层化引导。再次,要用主流价值驾驭“算法”,优化内容生产、强化舆论向心力。算法驱动下的短视频传播已步入“毫秒时代”,信息触点更多、燃点更高、治理难度更大,这就要求在“算法”中植入主流价值观,通过优化内容生产传播,让权威声音第一时间到达受众,压缩不实信息、网络谣言发酵

传播,占领主流高地,共筑强大舆论话语权。

(二)加强信息公开,以信息普惠解构舆情风险

政府和媒体与公众相比,具有先天的信息主体优势,更有可能掌握权威的信息和证据。面对当下复杂的网络舆论环境,政府和媒体要主动作为、行动起来,善用信息优势,加强信息公开,弥补公众因信息差造成的舆情回流和次生舆情危机。政府要建立多渠道、立体化的新媒体传播矩阵,以信息普惠占领舆论引导制高点。新媒体已成为公众获取新闻热点的主要渠道,各级政府要与时俱进,顺应信息化发展趋势,积极入驻抖音、快手、微博等新媒体平台,以多渠道、立体化的媒体传播矩阵实时回应公众关切,通过公平对话、有效互动来解答公众疑惑,以信息优势解构短视频事件可能引发的舆情危机。媒体要加大宣传报道力度,以客观解读引导舆论正向发展。媒体要秉承客观公正的新闻态度,发挥好自己的技术优势、人才优势、公信力优势,加大对政府处置措施的宣传解读,把公众关注点引导到正确的方向上,化解不良信息的无序发酵。报道前尽量厘清事实真相,结合公众疑惑点和兴奋点客观真实反映舆情;在后续报道中要根据事态发展,深度挖掘分析短视频舆情,科学设置议程。

(三)自律法治并重,以内容监管降低伦理失范

首先,要加强平台自律,树立正向价值标杆,营造清朗舆论环境。一方面,完善平台审核发布机制,提高平台准入门槛。强化视频内容把关,建立“智能监测+人工辅助”审核发布机制,加强对恶意、虚假内容的甄别和筛查,从信息源头防范低俗谣言类短视频的传播。另一方面,完善平台反馈机制,建立“负面清单+黑名单”制度。进一步畅通用户监督举报渠

道,对于不良舆论内容,下架审核阻止传播,违禁内容列入负面清单,违规用户列入黑名单。其次,应考虑颁布应对短视频舆情治理的法律法规,规范网络秩序。还应加大舆情监管的治理力度,定期开展短视频舆情专项治理行动,惩戒网络炒作、虚假言论等行为,形成“有法必依、执法必严、违法必究”的常态化舆情治理模式,情节严重者予以处罚。最后,平台要定期推送上网公约、平台使用细则等内容,增强用户网络安全意识和内容自查意识,规范信息发布,压缩谣言传播空间,营造良好有序的短视频舆论生态。

(四)重视意见领袖,以正向引导打捞沉没声音

短视频社交媒介的舆情引导需要借助“意见领袖”的资源,发挥其正向影响力,促进、协助舆情传播与引导。智媒时代,各级政府要积极筹建壮大“意见领袖”队伍,从体制内培育一批政治素养高、熟悉网络、思维敏捷的“意见领袖”,或与知名“网络意见领袖”合作,形成舆情应对联动机制,高举网络舆论引导的旗帜,就民众关切的热点话题同步开展网络宣传,彰显主流价值观。同时,要积极打捞“沉默的声音”。对于短视频舆论中较弱的声音,政府要从“大舆情”观出发,多渠道、全方位地收集舆情、听取民意,联合“意见领袖”引导民众敢于说出真实想法,摒弃从众心理,做到实事求是、独立思考。此外,应加强“意见领袖”言论监管,预防可能出现的不当言论,或带有个人情绪偏见、过于主观的观点,将潜在的舆论风险化解于无形。

作者简介:丁晓,河南省社会科学院文献信息中心研究实习员。

(摘自:《科技传播》2022年第19期)