

学者主播：自媒体的新型把关人

顾天钦

宁波大学，315211

【摘要】学者主播走出学术圈成为自媒体发展的新现象。学者主播在自媒体运营过程中有意无意地占据舆论空间，参与和影响舆论引导过程，并且以权威、专业和科学的话语重新分配自媒体平台的话语权力。他们已经成为大众自传播的微型把关节点，是自媒体的新型把关人。打造学者主播把关人队伍的关键在于让学者通过自媒体完成个人价值与社会价值的二重实现。

【关键词】学者主播、自媒体、把关人

【作者简介】顾天钦，男，上海人，宁波大学人文与传媒学院硕士研究生，研究方向为短视频传播。

【通讯作者】顾天钦，通讯地址：浙江省宁波市江北区风华路 818 号宁波大学（邮编 315211），电子邮箱：TianqinJustin@163.com，手机号码：15721402070。

学者主播：自媒体的新型把关人

摘要

学者主播走出学术圈成为自媒体发展的新现象。学者主播在自媒体运营过程中有意无意地占据舆论空间，参与和影响舆论引导过程，并且以权威、专业和科学的话语重新分配自媒体平台的话语权力。他们已经成为大众自传播的微型把关节点，是自媒体的新型把关人。打造学者主播把关人队伍的关键在于让学者通过自媒体完成个人价值与社会价值的二重实现。

关键词

学者主播、自媒体、把关人

一、学者主播：走出学术圈的自媒体人

主播是视频媒介产品内容的主讲者，他们“通过语言或非语言的表达方式推进媒介产品的进程、将媒介内容传达给受众。”(喻国明，2021:11-18)。近年来，诸多学者主播先后“破圈”。中国政法大学罗翔教授因其早先录制的刑法视频课程受到诸多学子的追捧，2020年3月受邀开通B站账号并开始制作和发布视频。截至2021年8月31日，罗翔教授的B站自媒体账号粉丝数已超过1700万。华中科技大学戴建业教授与罗翔的经历相似，在早先录制的诗词课程经网友传播爆火后，其B站自媒体账号粉丝数现已突破250万。有相似经历的学者主播还有国防大学张召忠教授、复旦大学沈逸教授、中国人民大学金灿荣教授、中国人民大学温铁军教授、北京大学戴锦华教授等，他们均已开通B站自媒体账号，并取得较高的影响力。

学者主播作为“微粒化社会”(喻国明，2020:15-21)中的一员，弥散在自媒体网络中。他们凭借着自己的专业知识和独特见解，不断地与其他社会成员互动，逐渐构成其独有的影响圈。在自媒体众声喧哗中，学者主播能够获得关注和聆听，其背后的特点和规律需要有所总结。舆论引导是指“官方和新闻传媒对民间舆论即公众舆论所进行的引导。”(丁柏铨，2014:56-59)在“人人都有麦克风”的自媒体时代，官方和新闻媒体已经较难实现一元主导舆论引导工作，舆论引导工作陷入一种“话语整合的困境”(罗佳，2012:52-55)，取而代之的是多方群体构成的“多元主体”(荆学民，2020:14-26)共同影响舆论引导工作。

学者主播作为中国高等教育的工作者，其工作性质自有的官方背景以及思政育人理念使得他们能够成为自媒体的新型把关人，变成了胡咏(2021:41-51)所说的“大众自传播的微型把关节点”，进而在构建“集体真实”(胡咏，2021:41-51)的过程中对舆论引导产生独特的影响和贡献。目前，较少有外部规制因素激励学者主播发挥把关人作用，如何通过外部规制

让学者主播通过自媒体完成个人价值与社会价值的二重实现，也成为了值得探索的问题。

表 1: Bilibili 平台头部学者主播运营情况

序号	学者主播	所属高校	账号名称	粉丝数（万）
1	罗翔	中国政法大学	罗翔说刑法	1777
2	张召忠	国防大学	张召忠	445
3	戴建业	华中科技大学	戴建业老师	253
4	沈逸	复旦大学	沈逸老师	196
5	金灿荣	中国人民大学	金灿荣频道	121
6	温铁军	中国人民大学	国仁全球大学堂	121
7	戴锦华	北京大学	戴锦华讲电影	29

注：粉丝数据来自 Bilibili 平台，时间截至 2021 年 8 月 31 日。

二、学者主播特色：让专业知识更好地流动

（一）“空中课堂”：“人一课堂”的画面呈现

不同于其他类型主播丰富的画面视觉元素，学者主播的画面呈现得较为朴素。他们内容大多以学者本人作为视觉焦点，所处的场景追求简洁安静。内容的可视化一般为静态的图片和文字，较少有动态的视频作为内容注释，构建出一幅“人一课堂”的画面。大多数学者主播不擅长视频制作技术，在起步阶段以一种简单朴素的画面来完成“空中课堂”，其进入的门槛较低。随着学者主播们的技能和团队专业化，部分学者主播的内容可以做到多机位呈现和丰富的动态视频注释，视频制作水准已经达到较高水平。然而不变的是，他们仍然以“空中课堂”的画面形式将内容呈现给观众。

（二）紧跟话题：实践导向的内容选择

学者主播在选择内容时与日常工作中按体系按教材授课不同，其选择的内容具有很强的话题性。换句话说，学者主播的画面呈现虽然是“空中课堂”的形式，但并非是将课堂搬到“空中”，而是紧跟话题以一种实践导向来完成内容选择。2021 年 8 月“阿里职场性骚扰”事件在网上受到广泛关注，罗翔教授在 8 月下旬选择职场性骚扰作为内容选题发布相关视频，在视频发布的 3 天里就取得了 70 万的播放量，超过 10 万的点赞量。类似的还有沈逸教授在美军撤军后发布中美关系视频，戴建业教授在七夕节发布爱情诗词视频等。这种紧跟热门话题的内容选择方式符合当下碎片化的信息呈现特点，学者主播们针对热门问题以一种权威的社会身份从专业角度传递知识和见解的形式也受到观众的欢迎。

（三）知识流动：满足观众对专业知识信息的需求

以话题引起观众的兴趣，是为了唤醒对专业知识信息的需求。当观众原来储备的理论知识无法指导其看待和处理实践问题时，自然将目光转向了处于专业知识高地的学者主播。学者主播让这些专业知识信息流向观众，完成观众对专业知识信息的使用与满足，进而实现学者主播自身影响力的提升。他们不同于其他知识类主播的地方在于，学者主播提供的知识信息具有专业上的整体视野，既有宏观上的描述和分析，又有微观上的操作和方法。专业知识信息的精准掌握和丰富的实践教学经验也让学者主播们的表达精确简练、自成风格，能让专业知识信息更好地流动。也就是说，学者主播所掌握的专业知识信息，是他们立足于自媒体众声喧哗中的基础，这种难以跨越的专业和经验壁垒是学者本身的职业优势在自媒体竞争中的体现。

（四）输出观点：理性感性结合的交互叙述

学者主播在知识流动的过程中，通常采取理性的叙述方式来完成与观众的信息共意。这种理性的叙述方式指的是聚焦知识信息本身，通过逻辑演绎输出观点，无关对话题的态度和立场。然而，感性的叙述也会出现在学者主播的内容里，这些内容的话题往往是概念模糊的、有感情色彩的、有争议的或是尚未定论的。感性的叙述方式能让学者主播回归“人”的自然身份或者不同属性的社会身份，达成一种与观众地位对等的情感交互，进而输出观点实现共情。换言之，学者在输出观点的过程中，会通过理性和感性结合的叙述方式完成同观众的共意和共情。

三、学者主播作用：重新占领舆论引导高地

（一）结晶知识：占领舆论空间

学者主播生产媒介内容的过程中，也完成了内容承载的话题和知识信息的结晶过程。虽然这样的结晶呈现碎片化的特点，但是借助于自媒体传播，对于在任何时间和地点想要获得这些知识信息的人，这种结晶能够增强知识信息的可接近性，让知识更易得，方便观众取用。结晶方式更像是水凝结成的冰块，当观众要取用时，他们需要先解冻知识，让知识从结晶中流出，完成知识流动的过程。在自媒体平台，知识结晶作为单个媒介产品并非是无所关联的，而是具有可拓展性，能够成为可向外拓展的媒介产品线。拓展的方向有学者主播的媒介内容产品、平台的媒介内容产品和媒介内容产品本身所涉及到的其他媒介内容产品。进而，学者主播可以通过其媒介产品的可拓展性帮助观众以有逻辑的碎片化完成知识信息的体系化。也就是说，内容碎片化的知识结晶增强了知识信息的可接近性，又可以通过知识结晶的

可拓展性完成知识信息的体系化，克服碎片化无法建立知识体系的弊端。从这个层面上，学者主播所生产的媒介产品完成了拉斯韦尔所说的“传承文化功能”(拉斯韦尔，2013:37)，将原本不存在于自媒体平台的知识信息，以符合平台的方式呈现出来，完成在自媒体平台上传承知识的过程。同时，通过学者主播的知识结晶，使得他们能够被“看见”，实现了舆论空间上的占领。

(二) 凝聚共识：参与和影响舆论引导过程

前文提到，学者主播在媒介产品生产时会紧跟话题，在知识流动的过程中实现观点的输出。当学者主播想要输出观点时，他们会采用理性感性结合的交互叙述方式来完成同观众的共意和共情，这样的互动方式在凯瑞(2019:76)看来是“赋予世界凝聚力 (Coherence)”的过程，输出观点的目的并不是“意义再现”，而是“行为构建”。也就是说，学者能够通过媒介产品实现凝聚共识的结果，共识凝聚的过程也是完成“具有言语和行为能力的主体相互之间取得一致的过程”(哈贝马斯，2018:362)。从头部学者主播们的账号发展情况来看，学者主播们确实能够在稳定的产品生产过程中逐步获得影响力，这可以看作是主播和观众双方的行动协调，也就是彼得斯(2016:382)所说的“实现了真正的交流”。学者主播在凝聚共识的过程中，其产品将在知识结晶的基础上再进一步，成为“舆论的结晶”(胡百精，2007:11-16)。具体来说，学者主播的观点附着着观众的互动信息（评论、弹幕、点赞、收藏、喜欢等）会一直存在并累积于自媒体平台网络中，完成一个滚雪球的过程，其凝聚共识的范围和程度也将不断扩大。这意味着，学者主播不仅完成了舆论空间的占领，还能够在舆论空间内逐步凝聚共识，较大程度参与和影响舆论的引导过程。

(三) 驯化平台：重新分配话语权力

驯化 (Domestication) 概念来自于西尔弗思通的《电视与日常生活》，他用这个概念表达“社会主体以日常生活‘规训’传媒技术及其使用形态的过程”(转引自潘忠党，2014:153-162)。基于算法推荐机制，学者主播在自媒体平台发布内容后就开启了驯化平台的过程。学者主播相当于为自媒体平台配备了权威学者、专业知识信息和独特观点，在完成媒介产品生产后，其生产的媒介产品和观众的互动会共同驯化平台，平台算法会主动寻求或者推荐不同学者主播的内容，以满足目标观众的需求。同时，学者主播在平台上的媒介产品会影响平台本身的调性，这种影响虽然微弱，但是久而久之，在同其他自媒体的拉扯中，平台的调性会发生改变。也就是说，学者主播的媒介产品在同观众的互动过程中，不仅会驯化平台对类似内容的推荐，还会使其调性发生改变。B站是调性改变较大的自媒体平台之一，其从原有的二次元、动漫平台逐步拓展至生活和学习分享平台，这不仅是平台自身动力的转型，

更是大量自媒体媒介产品对其驯化后的结果。随着学者主播的媒介内容不断驯化平台，以权威、专业、科学为特点的理性话语会获得更大的声量，进而挤压非理性的话语空间，重新分配自媒体平台的话语权力。

四、打造立体多维的学者主播舆论把关人队伍

学者主播结合话题实现了结晶知识、凝聚共识和驯化平台三项贡献。他们在自媒体运营过程中有意无意地占据舆论空间，参与和影响舆论引导过程，并且以权威、专业和科学的话语重新分配自媒体平台的话语权力，他们已经成为“大众自传播的微型把关节点”（胡咏，2021:41-51），是自媒体的新型把关人。如何激励和管理学者主播发挥他们的把关人作用已经成为一个新的话题。梳理这个话题的关键在于如何让这些弥散在社会中的学者通过自媒体完成个人价值与社会价值的二重实现，进而让他们能在履行本职工作之余积极地参与进来，这需要有外部权力和规制的介入。

一是确定高校作为学者主播的管理主体。学者主播作为高校的教职工，其利益与高校利益深度绑定。一方面学者主播借助所在高校的权威背景完成社会属性的认定，另一方面高校也能从学者主播的自媒体运营中累积影响力。确定高校作为学者主播的管理主体，能够借助两者之间本有的权利责任关系明晰相关界限，并且高校同学者的亲密性比政府和自媒体平台更高，其管理效率也会更高。

二是建立健全学者成为自媒体把关人的激励措施。学者在建设自媒体的过程中存在着诸多障碍，学者或因个人特质、工作精力、实务技能和声誉风险等原因没有意愿或没有能力开设自媒体成为学者主播。高校针对不同的障碍应当制定相应的激励措施，如可以将自媒体内容的发布情况作为晋升评聘和评奖评优的指标纳入考察。浙江大学于2017年规定其本校师生发布的优秀网络文化成果可申报认定为等同于国内核心期刊刊发，浙江大学相关领导认为这个举措能够“发出更多的正面观点、评论，共同营造风清气正的网络环境。”¹高校可以结合“破五唯”和思政工作会议等相关精神，根据本校学者的实际情况建立健全学者成为自媒体把关人的激励措施。

三是搭建学者主播辅助团队。高校可以充分运用自身的人才高地优势，为学者主播搭建搭好辅助团队，辅助学者主播完成选题、拍摄、剪辑和运营等工作。搭建辅助团队不仅能让学者主播克服工作精力不足和实务技能欠缺等障碍，还能在团队工作中完成选题创意和风险审核等内部互动，进而提高学者主播的内容质量。辅助团队的运行模式可以采用学者主播工作室的方式运行，也可采用项目制的流程化、集约化的方式运行。

四是建立完善学者主播的内容审核机制。学者主播的内容审核由内部审核、外部审核两部分构成。内部审核指的是学者和高校对内容的审核,外部审核是指平台审核和观众审核。在内部审核过程中,学者自身和团队对内容的把握起到关键作用,高校审核可以选择专人审核,也可以由辅助团队进行审核,审核的标准应当是内容符合党性和人民性。这里需要注意的是,内部审核过程中要注意把握审核力度,如果过于严格可能会降低学者的积极性,如果过于宽松则可能给学者和高校带来声誉危机。在外部审核过程中,如有风险因素出现应当由学者主播及其团队迅速处理,完成修改或下架。如有较大风险因素引起舆情关注,应当由高校相关部门迅速响应,完成后续处理工作。

注释

1. 浙江大学相关领导的讲话出处详见浙江大学求是新闻网:《浙大新规:优秀网络文化成果最高可认定国内权威学术期刊刊发》,2017年9月16日,<http://www.news.zju.edu.cn/2017/0916/c775a639473/pagem.htm>, 2021年9月4日。

参考文献

- [1] 喻国明,张珂嘉.重识主播:试论媒介化视域下主播符号内涵与影响力触达[J].中国出版,2021(11): 11-18.
- [2] 喻国明.技术革命主导下新闻学与传播学的学科重构与未来方向[J].新闻与写作,2020(07): 15-21.
- [3] 丁柏铨.自媒体时代的舆论表达和舆论引导[J].新闻与写作,2014(07): 56-59.
- [4] 罗佳.论自媒体时代政府话语权的危机与变革[J].求实,2012(07): 52-55.
- [5] 荆学民,于淑婧.自媒体时代的政治传播秩序及中国调适[J].政治学研究,2020(02): 14-26+124-125.
- [6] 胡泳,周凌宇.把关理论与现代社会的重构[J].新闻与写作,2021(08): 41-51.
- [7] 哈罗德·拉斯韦尔.社会传播的结构与功能[M].何道宽译.北京:中国传媒大学出版社,2013: 37.
- [8] 詹姆斯·W·凯瑞.作为文化的传播[M].丁未译.北京:中国人民大学出版社,2019: 76.
- [9] 尤尔根·哈贝马斯.交往行为理论[M].曹卫东译.上海:上海人民出版社,2018: 362.
- [10] 约翰·杜翰姆·彼得斯.对空言说[M].邓建国译.上海:上海译文出版社,2016: 382.
- [11] 胡百精.公共关系的“元理由”与对话范式[J].国际新闻界,2007(12): 11-16.
- [12] 潘忠党.“玩转我的iPhone,搞掂我的世界!”——探讨新传媒技术应用中的“中介化”和“驯化”[J].苏州大学学报(哲学社会科学版),2014,35(04): 153-162.