

# 大学生使用网络微视频的调查报告

——以“长株潭”三地大学生为例

王 勇,赵 靛

(1. 昆明理工大学 艺术与传媒学院,云南 昆明 650500;2. 湘潭大学 文学与新闻学院,湖南 湘潭 411105)

[摘要]以长株潭三市的在校大学生为样本,采用问卷调查和深入访谈方法调查在校大学生使用微视频的情况,发现微视频在大学生中非常流行,已成为大学生日常生活的重要组成部分。微视频不但是大学生的重要娱乐消遣方式,而且是大学生重要的社会交际方式;在校大学生群体也是微视频的重要制作者和贡献者,从某种意义上说,微视频也是当代大学生重要的表达方式。

[关键词]大学生;网络微视频;长株潭

[中图分类号]G210.7;G255.76 [文献标识码]A [文章编号]1674-117X(2013)02-0139-07

## Investigation Report on the College Students' Use of Internet Micro - videos ——Taking the College Students in Changsha, Zhuzhou and Xiangtan for Example

WANG Yong, ZHAO Liang

(1. School of Arts and Media, Kunming University of Science and Technology, Kunming, 650500 China;  
2. School of Literature and Journalism, Xiangtan University, Xiangtan, Hunan 411100 China)

**Abstract:** Taking the college students in Changsha, Zhuzhou and Xiangtan as the researching objective, this paper investigates the students' use of micro - videos through questionnaire survey and in - depth interviews and finds that micro - video is very popular among college students and has become an important part of their daily lives. Micro - video has also become an important way for the recreation and social communication of college students, and meantime the college student group acts as a major micro - video producer and contributor. To some extent, micro - video is an important way of expression of modern college students.

**Key words:** college student; internet micro - video; Changzhutan

微视频,泛指播放时间较短的视频短片。优酷网总裁古永锵认为,“微视频又称视频分享类短片,是指个体通过PC、手机、摄像头、DV、DC、MP4等多种视频终端摄录、上传到互联网进而播放共享,一般短则30秒,长则在20分钟左右,内容广泛,视频形态多样,涵盖小电影、纪录短片、DV短片、视频剪

辑、广告片段等的视频短片的统称。”<sup>[1]</sup>2005年,三个美国加州青年创办了世界上最早的视频分享网站——YouTube,上传的第一条视频就是长度只有19秒的微视频;2006年,YouTube已拥有视频4000多万条,每天有600万人浏览,并被Google斥资16.5亿美元收购;目前该网站排名跃居全球网站前

收稿日期:2013-0-04

基金项目:云南省社科规划项目基金(YB201149);云南省院省校合作项目基金(KKSX201155003);云南省教育厅重点项目基金(KKJD201155014);昆明理工大学人培基金(KKZ3201155012)

作者简介:王 勇(1968-),男,湖南邵阳人,昆明理工大学副教授,博士,硕士研究生导师,主要从事传播理论与实践研究;赵 靛(1988-),女,湖南湘潭人,湘潭大学硕士研究生,主要从事传播理论与实践研究。

十名,在所有网民观看的在线视频中,YouTube 占据了60%的市场份额。<sup>[2]</sup>受其影响,我国本土视频分享网站纷纷创办,目前已达150多家,比较著名的有土豆网、56网、优酷网、六间房、乐视网等,微视频是其重要内容。此外,其他网站也纷纷推出微视频栏目,以至呈现出“网络尽带微视频”现象。

据第29次中国互联网络发展统计报告,截至2011年12月底,中国网络视频用户数量增至3.25亿多,年增长率达到14.6%,在网民中的使用率由上年底的62.1%提升至63.4%;而视频用户中有很大比例的用户使用微视频。<sup>[3]</sup>据艾瑞咨询统计发布的数据,2006年中国网络视频的用户有6300万人,其中有超过5000万的互联网用户访问过微视频网站,已占到中国宽带用户总数的60%。如今,这个数字还在大幅度上升。<sup>[4]</sup>在视频用户中,由于“网络视频,令网民的个性化需求得到了充分的满足:每个人都可以不受时间限制、自由地收看自己喜爱的视频节目;可以成为视频节目的主角,制作并发布原创的视频节目,并有机会获得网民的喜爱和追捧”,<sup>[5]</sup>因此年轻人又最多。据2010年中国网民网络视频应用调查报告,我国国内网络视频用户以年轻人为主,29岁以下的用户占比62.4%;其中学生是网络视频的主要收视人群,学生在网络视频用户中占比达31.1%。<sup>[6]</sup>

那么,目前我国大学生对微视频的使用如何?具有哪些特征?本文以湖南省长沙市、湘潭市和株洲市三地高校的大学生为样本,采用问卷调查和深入访谈的方式对此进行研究。

### 一 大学生使用网络微视频调查

本次研究选取位于长沙市的湖南大学、位于湘潭市的湘潭大学和位于株洲市的湖南工业大学为样本的理由是,湖南大学是“985”工程大学和“211”工程大学;湘潭大学是国务院批准的综合性全国重点大学,是湖南省人民政府和教育部共同重点支持建设的高校;湖南工业大学是湖南省主管、株洲市唯一的综合性大学。三所大学具有一定的代表性,且在校学生均超过3万人。

本次研究采取实地踩点随机抽样的方法来获

取样本,于2011年10月至11月分别在湖南大学、湘潭大学和湖南工业大学校园内学生分布密集处(如图书馆、教室、宿舍、银行等处)随机选择,共发放纸质问卷250份,其中收回有效问卷243份;然后又通过QQ群、校友录、论坛转发等方式另收集到有效电子问卷59份。因此本次调查共收到有效问卷302份。其中,本科生为241人,占样本总量的79.8%,硕博研究生为61人,占样本总量的20.2%。根据各校官网上的校情综述,三校在校学生人数约为9.7万人,其中硕博研究生约为1.7万余人,占总在校人数的17.5%,样本的学历层次构成与三校学生实际构成大体相符。

在采取问卷调查的同时,随机抽取了8份样本进行了深入访谈。

## 二 调查结果

### (一)大学生观看网络微视频的比例

调查中发现,302位受访大学生中有295人表示曾经观看过微视频,占样本总量的97.7%,只有7人表示从未观看过微视频,只占样本容量的2.3%(见图1)。这说明大学生使用微视频的比例很高,绝大多数在校大学生使用微视频。

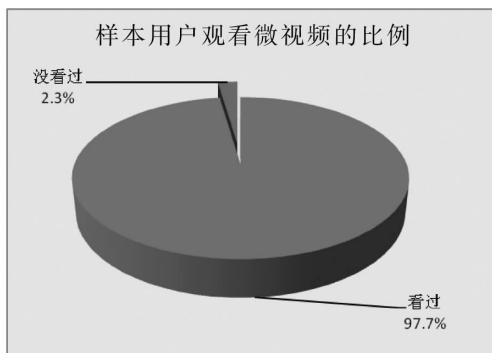


图1 在校大学生使用微视频比例图

### (二)大学生观看网络微视频的频率

调查中发现,在受访的观看微视频的295名大学生中,每天都观看微视频的大学生有115人,占比39%;两三天看一次的有100人,占比33.9%;四五天看一次的有35人,占比11.9%;而一周或更长时间才看的有45人,占比15.2%(见图2)。这说明在使用微视频的大学生中,经常使用的学生较多,每天都使用的占三分之一强,两三天使用一次的也占三

分之一强。这说明大学生使用微视频频率较高。

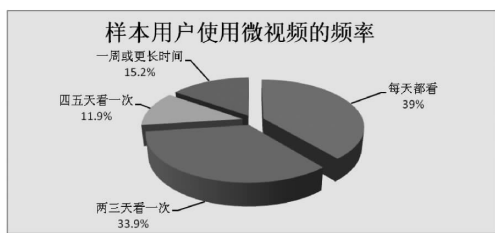


图2 大学生使用微视频频率图

### (三)大学生观看网络微视频的时长

调查结果显示,受访的使用微视频的大学生每次观看微视频平均花费时间在15分钟以下的有108人,占36.6%;平均观看时间为15-30分钟的有99人,占33.6%。这说明大学生观看微视频有三分之二以上的人平均花费时间在30分钟以下,这与微视频篇幅短小,“一般短则30秒,长则在20分钟左右,4.5分钟时长是常态”有关。

另外也有56人表示每次平均观看时间为30-60分钟,占19%;有32人表示每次平均观看时间超过60分钟,占10.8%(见图3)。这说明观看微视频的大学生中有三分之一的人连续观看多个微视频。在深入访谈中,有位大三学生就表示:“我每天打开电脑,先上QQ,然后开‘人人’,看到视频链接就点进去,看完一个再一个,一般会花上一个小时,优酷、土豆天天都看,我几乎大半年没看过电视了。”

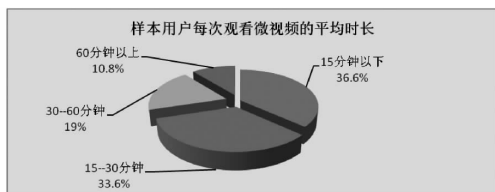


图3 大学生使用微视频时长图

### (四)大学生观看网络微视频的网站

调查发现,受访使用微视频的大学生中,有82.7%的经常观看优酷网上的微视频,有69.2%的经常观看土豆网上的微视频,有61.7%的大学生微视频用户经常观看人人网上的微视频。优酷网、土豆网和人人网是大学生观看微视频最常光顾的三个视频网站。

此外,有40%的大学生微视频用户表示经常观看新浪播客,有18.3%的大学生微视频用户表示经

常观看腾讯视频(见图4)。

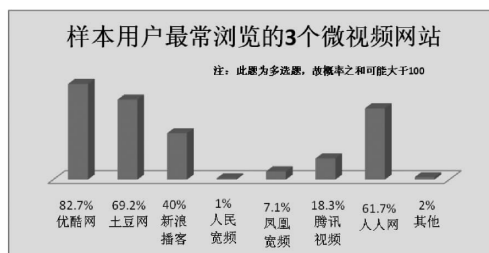


图4 大学生观看微视频的网站图

### (五)大学生偏爱的网络微视频类型

在“你最喜欢看什么内容的微视频”的问卷调查中,受访观看微视频的大学生中有224人表示喜欢看“恶搞、搞笑类视频”,占总数的75.9%;有169人喜欢看“综艺娱乐、体育类视频”,占总数的57.3%;有129人表示偏爱看“影视剧片段”,占样本总数的43.7%;有115人表示喜爱看“音乐、动漫类微视频”,占总数的38%(见图5)。恶搞、搞笑类视频,综艺娱乐、体育类视频,影视剧片段,音乐、动漫类微视频等四类是受访大学生最喜爱的微视频,说明大学生偏爱娱乐性节目,他们观爱微视频主要是消遣娱乐。

此外,也有106位受访观看微视频的大学生表示喜爱“新闻时事类”微视频,这说明大学生微视频用户对新闻时事也比较关注。

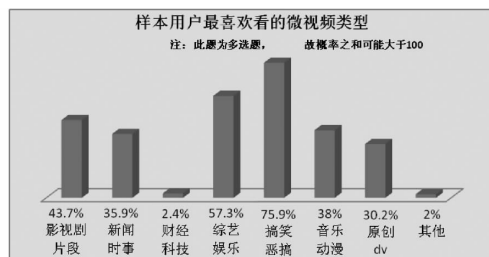


图5 大学生偏爱的微视频类型图

### (六)大学生选择网络微视频的动因

在以“为什么选择在线观看微视频(可多选)”为题的调查中,有295名受访使用微视频的大学生表示,因为微视频“看什么节目、什么时间看可以自由选择没有限制”,占受访使用微视频的大学生的55.9%,排第一;有159名大学生表示,因为微视频“内容丰富、应有尽有,有感兴趣的内容”,占53.9%,排第二;有153名大学生表示,因为微视频“短小精悍,不耗时间”,占51.9%的,排第三;有

143名大学生表示,微视频可以“娱乐消遣、打发时间”,占48.6%,排第四(见图6)。以上调查结果表明,观看自由方便、内容丰富有趣,短小精悍耗时少,以及可以用来娱乐消遣等是大学生选择在线观看微视频的主要原因。

此外,还有约23.1%的受访使用微视频的大学生表示,“有意思的原创短片”也是吸引他们观看微视频的重要原因。

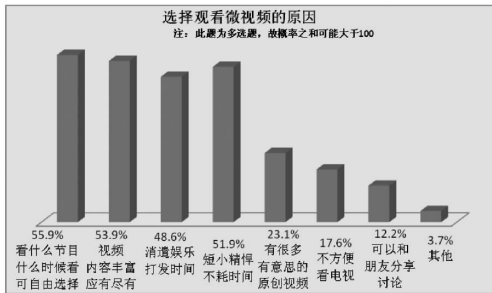


图6 大学生选择观看微视频的动因图

(七)大学生对网络微视频的贡献

著名视频网站土豆网曾打出一个响亮的口号:“每个人都是生活的导演”。这句口号从一个侧面反映了微视频的“草根性”“普众化”特征,即每个人,只要拥有一台摄录设备、一台联网电脑,就可以创作微视频,就可以上传微视频。上传,特别是上传原创微视频,反映一个人或社会群体对微视频的贡献,从一定程度上它可以反映一个或社会群体对微视频的认同和热爱程度。为此,我们特意调查了大学生上传微视频的情况。

调查显示,78.3%的受访使用微视频的大学生反映,在过去半年里从来没有上传过微视频;有14.6%的受访使用微视频的大学生反映,在过去半年里上传过一次微视频;仅有7.1%的受访使用微视频的大学生反映,在过去半年里多次上传过微视频(见图7)。这说明大多数受访使用微视频的大学生上传微视频不积极,在过去半年中上传过微视频的大学生仅占21.7%,不到四分之一,而高达78.3%的受访使用微视频的大学生对于微视频“只观看不上传”,在过去半年里从来没有上传过微视频。

而在过去半年中上传过微视频的21.7%大学生中,又仅有42.2%的大学生上传过原创微视频(见图8)。这说明上传特别是上传原创微视频,在大学生

中只是少数人的行为。

但如果考虑到我国在校大学生数量庞大,则可以推断我国在校大学生上传的微视频和创作的微视频数量仍然是非常可观的。如据教育部2010年的统计数据,我国在校研究生、普通本科生和专科生达23 856 345人<sup>[7]</sup>,按97.7%的大学生使用微视频计算则有23 307 649个大学生使用微视频,按其中21.7%的大学生在过去半年中至少上传过一次微视频计算,那么过去半年中上传过微视频的大学生就达5 057 759人,而按其中42.2%的大学生上传过原创微视频计算,则有高达2 134 374个大学生上传过原创微视频,以每人一条计也达二百多万条,这个数量是非常惊人的,它说明我国在校大学生群体是微视频的重要来源和贡献者。

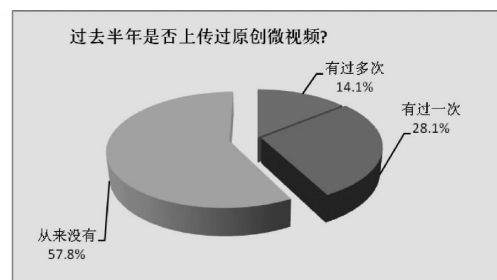
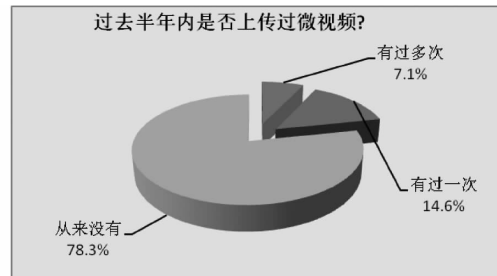


图7 过去半年上传过微视频的大学生比例图

(八)大学生对网络微视频的分享

用户之间彼此推荐和分享是微视频传播的重要方式。2006年,《时代》杂志将“年度创新奖”赠予YouTube,并指出,它改变了互联网传播的规则,创造了一种新方式,让成千上万人以前所未见的规模相互娱乐、教育、感受震撼。分享是微视频的重要特征,每个人都可以创作,每个人都可以上传;每个人在观看后,又可以很方便地推荐和转发给别人分享。因此,微视频又被称为视频分享类短片。也正因为如此,在这次研究中我们特意调查了大学生

对微视频的分享。

调查中发现,71.9%的受访使用微视频的大学生表示,在最近一个月的时间内曾将自己喜欢的微视频推荐给好友分享;23.1%的受访使用微视频的大学生表示,经常将自己喜欢的微视频与同学好友分享;48.8%的受访使用微视频的大学生表示,偶尔会将自己看到的喜欢的微视频与同学好友分享;仅有6.4%的受访使用微视频的大学生表示从未与别人分享过微视频(见图8)。这说明大学生分享微视频的比例非常高,分享微视频是绝大多数使用微视频的大学生观看微视频的后续行为。

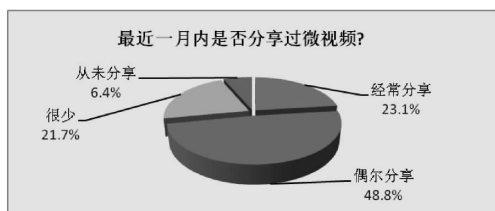


图8 大学生分享微视频比例图

在调查中还发现,在各种分享渠道中,有54.2%分享过微视频的大学生表示,最常使用“人人网等社交网站”来推荐、转发和分享微视频;有47.5%分享过微视频的大学生表示,喜欢使用“QQ等聊天工具与空间功能”进行微视频分享;有35.9%分享过微视频的大学生表示,经常使用“微博”的转发功能来分享微视频(见图9)。从受访使用微视频的大学生中绝大多数与同学好友分享微视频,以及大学生主要使用“人人网等社交网站”、“QQ等聊天工具与空间功能”等社交网络媒体来进行微视频分享说明,大学生使用微视频不但是—种重要的消遣娱乐行为,而且是一种重要的社交行为。



图9 大学生分享微视频渠道图

(九)大学生对恶搞类网络微视频的态度  
恶搞类微视频自胡戈的《一个馒头引发的血

案》恶搞《陈凯歌》的电影《无极》开始风靡网络。恶搞类微视频,一般是指用滑稽、搞笑、嘲讽、夸张等手法表达对某些事物看法的微视频。近年来,各种恶搞《新闻联播》《法治在线》《春节联欢晚会》以及其它主流电视节目、电视剧、电影的微视频层出不穷,成为我国微视频发展中的一种独特现象,并引起了社会的广泛争议,特别是招致了主流文化的批评。那么,大学生们对恶搞类微视频的态度如何呢?

调查中发现,27.1%的受访大学生表示欣赏恶搞视频的创意,认为它们能巧妙地表达观众情绪;66.4%的受访大学生表示保持中立,认为恶搞主流大片、主流栏目是一种无伤大雅的幽默;只有6.5%的受访大学生表示反对恶搞,他们认为这是对电影电视艺术的贬低和破坏(见图10)。这说明绝大多数大学生对恶搞类微视频持宽容,甚至一定程度的欣赏态度。

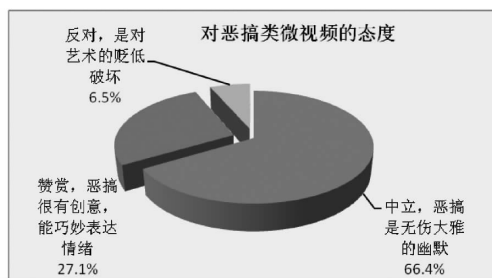


图10 大学生对恶搞类微视频的态度图

### 三 研究结论

就在校大学生使用微视频情况,对长沙、湘潭、株洲三市的湖南大学、湘潭大学和湖南工业大学三所大学的在校大学生随机抽样调查和深入访谈,可以得出以下研究结论:

(一)观看网络微视频是在校大学生生活的重要组成部分

调查发现,在校大学生观看微视频的比例非常高,有高达97.7%的大学生观看过各类微视频,只有2.3%的大学生未观看过微视频,说明微视频在大学生中非常流行;而且大学生观看微视频的频率非常高,有39%的受访观看过微视频的大学生每天都会观看微视频,另有33.9%受访观看过微视频的大学生两到三天观看一次微视频,这说明经常观看

微视频的大学生较多,每天都观看的占三分之一强,两三天观看一次的也占三分之一强;大学生观看微视频的时间也比较长,有63.4%受访观看过微视频的大学生每次观看微视频的时间都超过了15分钟,其中有10.8%的受访观看过微视频的大学生观看微视频时间更是超过了60分钟。这些充分说明,观看微视频已成为我国在校大学生生活的重要组成部分。

其原因,一方面是微视频的内容能满足在校大学生的需要。调查中,有53.9%的受访观看微视频的在校大学生表示,选择观看微视频的原因是因为微视频“内容丰富,应有尽有,有感兴趣的内容”。有48.6%的表示,是因为微视频可以“娱乐消遣、打发时间”,另有约23.1%的表示,“有意思的原创短片”是吸引他们观看微视频的重要原因。另一方面是微视频的传播特征契合了在校大学生的生活特征。在校大学生一般有功课压力,加之课余活动丰富,因此媒介接触时间短、零碎,而且具有不确定性,而微视频可随时随地收看的方便性,以及短小、耗时少的特征正好契合了在校大学生的生活特点。调查中,就有55.9%的受访观看微视频的在校大学生表示,选择观看微视频的原因是因为微视频“看什么节目、什么时间看可以自由选择没有限制”;有51.9%的表示因为微视频“短小精悍,不耗时间”。

(二)网络微视频既是在校大学生的娱乐消遣方式,也是社会交往方式

观看微视频是在校大学生的重要娱乐消遣活动,这从调查中大学生选择观看微视频的动因和类型可以充分说明这一点。在有关择选择观看微视频的动因调查中,有48.6%的受访观看微视频的在校大学生表示,选择观看微视频的原因是因为微视频可以“娱乐消遣、打发时间”;而有关大学生观看微视频的类型调查中,排在第一、二、三、四位的分别是恶搞、搞笑类视频,综艺娱乐、体育类视频,影视剧片段、音乐、动漫类微视频等,选择的大学生分别达75.9%,57.3%,43.7%和38%。这说明大学生偏好娱乐类微视频,观看微视频主要是为了娱乐消遣。

此外,从大学生对恶搞类微视频的态度也说明

大学生观看微视频主要是将其作为一种娱乐消遣方式。与社会主流文化对恶搞类微视频的责难、批判态度截然不同,调查中,高达66.4%的受访大学生对恶搞类微视频持中立态度,他们大多认为恶搞主流影视大片、主流电视节目是一种无伤大雅的幽默。绝大多数大学生对恶搞类微视频持宽容,甚至一定程度的欣赏态度,与他们将微视频视为一种消遣娱乐方式的心态有很大关系。

在校大学生观看微视频不但是一种娱乐消遣行为,而且是一种重要的社会交往行为。大学生在观看微视频后,经常将自认为有意思的微视频向同学好友推荐、转发和分享。调查中,发现71.9%的受访使用微视频的大学生表示,在最近一个月的时间内曾将自己喜欢的微视频推荐给好友分享;23.1%的受访使用微视频的大学生表示,经常将自己喜欢的微视频与同学好友分享;48.8%的受访使用微视频的大学生表示,偶尔会将自己看到的喜欢的微视频与同学好友分享。在调查中还发现,大学生也主要是通过社交网站来分享微视频,有54.2%分享过微视频的大学生表示,最常使用“人人网等社交网站”来推荐、转发和分享微视频;有47.5%分享过微视频的大学生表示,喜欢使用“QQ等聊天工具与空间功能”进行微视频分享。在深入访谈中,湘潭大学一位研究生描述了自己某天普通但真实的上网经历:“打开电脑登录人人网,收到好友留言,点击观看由他推荐的微视频《韩寒厦门大学犀利演讲,他一开口领导就无语了》。尽管这段微视频是由在场的学生用手机拍摄而成的,画质模糊,录音也很差,但丝毫不降低该视频的精彩程度。作为青年先锋作家韩寒在这场关于大国文化的演讲中,观点尖锐犀利,话语中透露出对主流文化的揶揄和讽刺。看完后,我马上点击‘分享’按键,继续向我的好友推荐这条微视频,并加以评论说‘闻者兴奋,酣畅淋漓’。然后登录我的新浪微博,有两位好友@我:‘大学宿舍搞笑版新闻联播,网友神作啊,我眼泪都快笑出来了,你快看!’‘科比的微电影《黑曼巴》,看看我们神一样的偶像’。在欢乐地看完这两个视频后,我还习惯性地对其进行了评论和转发……。其实,还有很多大学生和像我一样是

‘人人控’、‘微博控’,这些活动都是我们每天上网的基本流程。”观看并分享微视频是当今在校大学生日常生活中的一种重要娱乐方式和社会交往方式。

(三)在校大学生是网络微视频的重要制作群体和贡献者

虽然调查中发现,在过去半年中上传过微视频的受访使用微视频的大学生仅占21.7%,不到四分之一,且仅有7.1%的反映在过去半年多次上传过微视频。在这些上传过微视频的大学生中,也仅有42.2%的用户上传过原创微视频。这说明上传特别是创作并上传微视频,在大学生中只是少数人的行为,但如果考虑到我国在校大学生数量庞大,那么大学生上传的微视频和创作的微视频数量也是非常可观的。如据教育部2010年的统计数据,我国在校研究生、普通本科生和专科生达23 856 345人,按97.7%的微视频用户计算有23 307 649个微视频用户,其中21.7%的大学生在过去半年中至少上传过一次微视频,那上传过微视频的就达5 057 759人,而其中又有42.2%的大学生上传过原创微视频,即达2 134 374人上传过原创微视频,以每人一条计也达二百多万条,这个数量也是非常惊人的。事实上,网络上大量热播的微视频大都出自在校大学生之手,如热播的原创公益微视频《一米阳光》出自聊城大学的在校大学生之手,系列微视频《大学生同居的事儿》出自河北传媒学院的在校大学生之手,还有社交网络上热传的微视频《爱不分》是中国首部大学生原创同志情感微电影。在百度搜索输入关键字“大学生版新闻联播”就能搜

索出约有538个相关的微视频。这充分说明在校大学生群体是微视频的重要制作者和贡献者。

总之,微视频在当今在校大学生中非常流行,已成为大学生日常生活的重要组成部分;微视频不但是大学生的重要娱乐消遣方式,而且是大学生重要的社会交际方式;在校大学生群体也是微视频的重要制作者和贡献者,从某种意义上说,微视频也是当代大学生重要的表达方式。

#### 参考文献:

- [1] 杨 纯. 古永锵:微视频市场机会激动人心[J]. 中国电子商务,2006(11):112-113.
- [2][4] 符 彤. 公民新闻理论视角下的微视频网站[J]. 新闻知识,2008(7):62-64.
- [3] 第29次中国互联网络发展统计报告[EB/OL]. [2012-01-16]. [http://www.cnnic.net.cn/dtygg/dtgg/201201/t20120116\\_23667.html](http://www.cnnic.net.cn/dtygg/dtgg/201201/t20120116_23667.html).
- [5] 詹成大. 试析网络视频发展中的问题及其走向[J]. 浙江传媒学院学报,2011(5):91-95.
- [6] 2010年中国网民网络视频应用调查报告[EB/OL]. [2012-03-21]. <http://research.cnnic.cn/html/1298347425d2577.html>.
- [7] 高等教育学校(机构)学生数[EB/OL]. [2012-03-01]. <http://www.moe.edu.cn/publicfiles/business/htmlfiles/moe/s6200/201201/129605.html>.

责任编辑:卫 华