

网络舆情下大学生文化自信认知态度现状的实证研究

万国良

上海工程技术大学管理学院, 上海

收稿日期: 2023年3月30日; 录用日期: 2023年6月11日; 发布日期: 2023年6月19日

摘要

互联网技术快速发展, 网络媒介的普遍运用和多样化发展正在悄然塑造着高校大学生的世界观、人生观和价值观。作为新时代的大学生, 传承优秀文化、增强文化自信是坚定理想信念, 建设文化自信强国的重要推动力量。因此, 本文运用Python爬虫软件, 从微博中获得了与“大学生”、“文化自信”主题相关的大量网络文本数据, 运用ROSTCM6和ROSTEA分析软件, 对与文化自信相关的内容展开了质性、定量分析, 以此来探索大学生文化自信认知态度现状。并通过问卷调查法以随机抽样的24所上海高校进行调查, 探索高校学生文化自信认知态度现状。对研究结果进行总结, 探析大学生文化自信认知态度的长处和不足, 对提升高校学生文化认同、强化国家互联网监管、创新高效思政教育模式、落实新媒体平台责任等有针对性的建议。

关键词

大学生文化自信, 认知态度, 现状调查

An Empirical Study on the Current Situation of College Students' Cognitive Attitudes towards Cultural Confidence in the Context of Online Public Opinion

Guoliang Wan

School of Management, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: Mar. 30th, 2023; accepted: Jun. 11th, 2023; published: Jun. 19th, 2023

Abstract

With the rapid development of internet technology, the widespread use and diversified development of internet media are quietly shaping the world outlook, outlook on life, and values of college students. As college students in the new era, inheriting excellent culture and enhancing cultural self-confidence are important driving forces for strengthening ideals and beliefs and building a strong country with cultural self-confidence. Therefore, this article uses Python crawler software to obtain massive online text data related to the topics of “college students” and “cultural confidence” from Weibo. Using ROSTCM6 and ROSTEA analysis software, it conducts qualitative and quantitative analysis of content related to cultural confidence, to explore the current situation of college students’ cultural confidence. A questionnaire survey was conducted among 24 randomly selected universities in Shanghai to explore the current situation affecting college students’ cultural self-confidence. Summarize the research results, explore the strengths and weaknesses of college students’ cultural self-confidence and cognitive attitudes, and provide targeted suggestions for improving college students’ cultural identity, strengthening national Internet regulation, innovating efficient ideological and political education models, and implementing new media platform responsibilities.

Keywords

College Students’ Cultural Self-Confidence, Current Situation Investigation

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 文献回顾与问题提出

自媒体时代的快速发展，使得越来越多的大学生能够在各大网络平台上讨论社会问题。作为网络舆论宣传的主要窗口，各种媒介都在秉承“百花齐放，百家争鸣”的文化方针，从家国情怀的高度，坚定地依托自媒体平台探索其传播规律，用心讲好“中国故事”，刻画好“中国梦”，传播好“中国正能量” [1]，这有助于大学生坚定理想信念，促进大学生培养爱国情怀，加强大学生践行社会主义核心价值观，使得大学生加强社会责任感和正确的思想价值观，从而增强其文化自信。基于此目的，对大学生文化自信的认知态度进行研究具有重要的意义，了解大学生文化自信的认知态度的现状，才能更有针对性地解决问题。国内学者已经在网络舆情方面对大学生文化自信方面有一些探究：黄金梓认为高职院校网络舆情治理必须依靠社会主义核心价值观来落实价值指引、实现行为规范、促进功能完善[2]。张洁认为，电视媒体作为面向大众的主流媒体，彰显文化自信至关重要[3]。汪佩认为，我国民众对中国文化自信的培养需要民间舆论的影响，增强网络媒体的传播效果，以更加积极的传播方式来改变互联网网络生态，从而培养网民的文化自信[4]。姜晖认为，文化自信是对本地文化的高度认同，通过文字、图片、声音、影像等各种融媒体平台进行全方位生动展现，可以唤醒居民有关风土人情的集体经验和集体记忆[5]。王萌苏认为短视频热潮的出现可能使得大学生对新时代中国特色社会主义主流文化、革命文化与中华优秀传统文化的培育面临着困境[6]。

大多数学者基于网络舆情研究大学生文化自信时，主要还是研究宏观层面所面临的困境和提升策略

为主，大学生主体的认知和态度较少涉及。因此，本研究试图通过实证研究，从主体视角着手，首先通过高频词汇分析、网络语义分析、情感感知分析，了解网络舆情下高校学生文化自信认知态度的现状，为提升大学生文化自信找准定位。其次，通过对上海市 24 所高校进行问卷调查，探究高校学生文化自信认知态度的现状，从而对引导大学生理智参与网络传统文化舆情传播，增强大学生对传统文化的信心提出有针对性的优化建议，这对于塑造高校大学生的世界观、人生观和价值观有着至关重要的意义。

2. 研究设计

(一) 研究方法

1) 网络文本分析法

通过爬虫等手段收集网络上的文本数据，对收集的数据进行清洗、分词、去停用词、词干提取等预处理操作，接着提取文本中的关键词、主题、话题等特征信息，通过自然语言处理和机器学习算法对文本进行分类、聚类、主题建模。最后将分析结果进行可视化展示，方便用户理解和洞察[6]。

2) 网络问卷调查法

网络问卷调查法是指通过制定详细周密的问卷，要求被调查者据此进行回答以收集资料的方法。本研究通过网络平台和社交媒体进行问卷的发放和回收，并通过问卷星平台录入生成线上问卷链接和二维码，然后分享到朋友圈和有效的微信群获取数据。

(二) 样本选取

1) 网络文本选取

相对于传统的问卷调查等方法，互联网文字的获取成本更低，更客观，更真实，数据量更大，受众更广[7]。微博作为我国最大的公共信息传播平台，到 2017 年日均活跃用户达到 1.65 亿。在微博上，用户可以根据自己的喜好关注、点赞、评论和分享平台上的链接、视频和音乐博客文章，网友评论也较活跃，相关质量和数量上都有保证。本文选取微博上近三年(2020.1~2023.3)间以“大学生”、“文化自信”为关键词为研究样本，以便后续的相关分析。

2) 调查问卷样本选取

通过百度指数对 2022 年 1 月~2022 年 12 月，近一年的“文化自信”这一关键词进行全国网络搜索，结果显示上海市搜索指数排行第四，以及对人群分布进行检索，发现“文化自信”人群的年龄分布最为集中是 20~29 岁，占 34.96%。这一部分的人群对于文化自信最为关注，该年龄段恰好是大学生所处的一般年龄段，因此本次调查的对象定为上海的学生具有一定的科学性。

根据在抽样调查中最低样本量的估算公式，选择可接受的抽样极限误差 E 为 4%，置信度为 95% 即 $z = 1.96$ ，估计比例 P 取 0.5。经计算可得最低样本量为 601。

$$n \approx \frac{Z^2 * P(1-P)}{E^2} = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.04^2} \approx 601$$

为使得所抽取的样本充分有效，以上海市 64 所高校为总体先进行简单随机抽样，抽取出 24 所学校后，根据 24 所高校的学校总人数分配样本量，最终，回收的问卷中有效问卷有 682 份，符合最低样本量需求，其中无效问卷有 119 份，问卷有效率为 85.14%。

(三) 数据选取和筛选

借助 Python 网络爬虫的方式，收集到了近 7000 条网络文本数据，由于评论数量多，文本质量参差不齐，需要对数据进行清理。以“大学生文化自信”作为关键词、剔除重复和广告吹捧、删除一些无效数据、过程描述要具体细致。最终筛选后得到约 5000 条博文和评论。

3. 网络舆情下高校学生文化自信认知态度的现状分析

(一) 高频词汇分析

使用 ROST CM6 分析软件对样本的词频进行分析, 这将更有助于优化问卷的相关问题。在样本数据中, 一个词语出现频率越高, 大学生对该词语的认同感越强, 这反映了网民对与“文化自信”相关的博客条目的深刻印象。文本中出现了 3674 个高频词。在过滤掉与上海旅游目的地形象感知无关的高频词后, 在前 100 个高频词中筛选出 2752 个, 占 74.9%。表 1 清楚地显示了前 100 个高频词文本。

Table 1. A list of the top 100 words in college students' cultural confidence text with word frequency ranking

表 1. 大学生文化自信文本词频排名前 100 的词语列表

词语	频次	词性	词语	频次	词性	词语	频次	词性
文化	116	名词	不见	30	动词	民族	24	名词
中国	107	名词	表态	30	动词	内心	24	名词
加油	97	动词	回家	30	动词	一如既往	22	形容词
厉害	90	形容词	正能量	30	形容词	一代	22	名词
大学	72	名词	女性	29	名词	爱国	22	形容词
交流	58	动词	读书	29	动词	社会主义	22	名词
开通	55	动词	期待	28	动词	问题	22	名词
志同道合	55	名词	振兴	28	动词	同学	21	名词
社会	55	名词	感谢	28	动词	善心	21	形容词
兴趣	55	名词	有意	28	形容词	朋友	21	名词
国家	53	名词	精神	28	名词	学校	21	名词
快乐	52	形容词	学生	28	名词	打败	20	动词
优秀	49	形容词	父母	27	名词	未来	20	名词
自信	48	形容词	人物	27	名词	电影	20	名词
老师	46	名词	乡村	27	名词	和谐	20	形容词
传承	44	动词	美好	27	形容词	自由	20	形容词
努力	44	动词	学会	27	动词	历史	19	名词
人生	43	名词	幸福	26	名词	感恩	19	动词
孩子	43	名词	指路	26	动词	弘扬	19	动词
善良	42	形容词	好久	26	形容词	非遗	19	名词
实践	40	动词	价值	25	名词	思想	19	名词
传统	39	名词	信用	25	形容词	诚信	17	形容词
阳光	39	形容词	意义	25	形容词	法治	17	名词
文化自信	39	名词	文明	25	名词	结婚	17	名词
教育	35	名词	人民	25	名词	衣服	17	名词
青年	33	名词	时代	24	名词	改变	17	动词
好看	32	形容词	善行	24	形容词	漂亮	17	形容词

微博评论中谈论更多的是“大学生文化自信”与“国家”、“社会”、“人生”、“老师”的关系以及各种对“文化自信”的态度，可以推断出在大学生文化自信培养方面，角色的扮演，互联网的运用发挥着至关重要的作用。从“厉害”、“加油”、“支持”、“阳光”可以看出大部分人对待“文化自信”持肯定态度，不可忽视的是，“汉服”、“社会主义”出现频次也很高，这反映了大学生文化自信与这两者具有显著的相关性，是大学生对传统文化有自信、感兴趣或喜爱的重要因素。

围绕词性这一维度，据表格中前 100 个高频词汇的统计可得(见表 1)，主要为名词、形容词和动词，其中名词 40 个，占 40%，大多数与文化自信的中主体有关，包括“国家”、“大学生”、“社会”、“老师”、“大学”等，中国文化自信要素包含了“社会主义”、“优秀传统文化”、“汉服”等。

形容词为 21 个，占 21%，主要是对文化自信态度的评价，如“正能量”、“幸福”、“开心”、“厉害”、“美好”、“诚信”等。正如有的网友提到“支持，喜欢！做到文化自信，不盲目崇洋媚外，传承民族文化，弘扬中华正能量，核心价值！”、“太好了，高扬文化自信。”、“真棒，恢复我们民族文化精神。”以上的语句均体现了对我国文化自信所弘扬的这种精神的赞美喜爱之情，体现了大学生们对文化自信在感知中留下了深刻的印象。

动词 19 个，占 19%，分别是“加油”、“弘扬”、“感恩”、“努力”等。比如“非遗文化一定要得到传承。”、“传统艺术魅力值得传承。”、“弘扬子文化！”、“日行一善，积善成德。人要有一颗善良的心、宽广的心、美好的心、感恩的心，这样才能去帮助有困难的人。”

综上所述，从高频词汇中可以看出，文化自信意味着大学生对一种活的文化信念，一种注入了生命并富有活力的文化。

(二) 网络语义分析

为了更直观地了解大学生文化自信认知和态度特征，探索高频词汇之间的联系，使用 ROST CM6 软件生成网络语义关系图(如图 1 所示)。通过观察可知，整个图的中心为“文化自信”，与其关联的词汇涉及到“大学”、“国家”、“家庭”、“传承”、“精神”的多个方面。另外，与“文化”相连的词汇中有关文化自信传承方面的正向积极词汇较多，说明大学生对文化自信的态度处在一个较为积极的状态。除“文化自信”这一中心词外，还有四个较为突出的中心词：“大学”、“传承”、“弘扬”和“精神”，说明在大学生心中中文化是值得弘扬的。综上，语义网络图中主要是积极或中性词汇，表明大学生对文化自信的认知和态度较好。

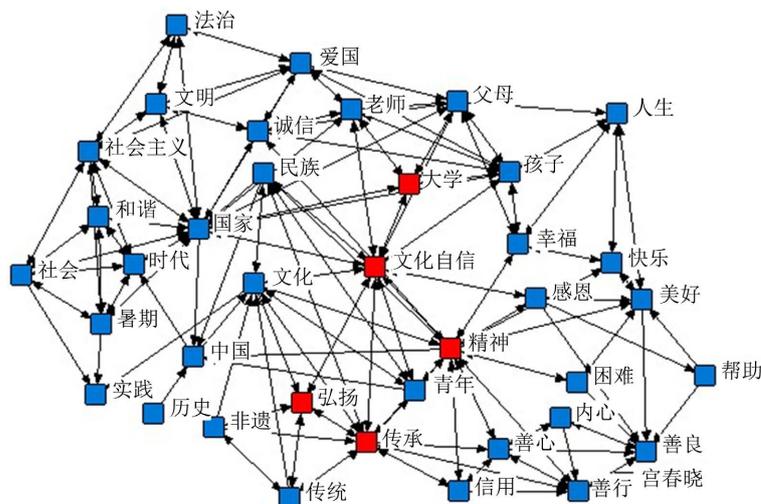


Figure 1. College students' cultural confidence network text semantic relationship network
图 1. 大学生文化自信网络文本语义关系网络

(三) 情感感知分析

通过 ROST EA 软件对采集到的 5993 条数据进行网络文本分析(见表 2), 大学生对文化自信的中性情感占比最高, 中性情感的样本共计 3492 条, 达 58.27%; 其次是积极情绪, 爬虫数据共计 2087 条, 占比 34.82%; 消极情感占比最低, 消极态度的文本数据共 414 条, 占比为 6.91%。由此可见, 大学生对文化自信的认知满意度较高, 对传承我国优秀传统文化持有积极态度。

Table 2. Proportion of college students' cultural self-confidence and emotional perception

表 2. 大学生文化自信情感感知占比

情感类型	占比(%)	强度类型	占比(%)
积极情绪	34.82%	一般: (0, 10]	22.26%
		中度: (10, 20]	6.39%
		高度: (20, +∞)	6.17%
中性情绪	58.27%		58.27%
消极情绪	6.91%	一般: [-10, 0)	4.96%
		中度: [-20, 10)	1.35%
		高度: (-∞, -20)	0.23%
总计	100%		100%

进一步详细分析数据中的正面和负面情绪所展现的文本。在正向情绪感知中, “爱国” “自信” 是被提及最多的。例如: “各个学校按自己审美定义就好, 百花齐放, 爱国就要做个自信的中国人, 爱国就要做个为国奋斗的中国人, 穿什么样的衣服来区分爱国可以作为一种形式, 但不够。” 这句话在点赞量高达 1.3 万的博文 “大学生终于脱掉了洋人的学士服, 开始穿我们的汉服、中山装、五四服。就连毕业典礼都用文言文致辞, 简直不要太棒哦!” 中出现。

而对于占比最高的中立态度, “兼容并蓄”、“吸取精髓”、“矫枉过正” 等中性词谈及颇多。例如: “其实没什么必要, 学位制本来就是舶来品, 现代社会, 兼容并蓄才是自信。” “中国传统文化不可丢弃, 吸取西方文化精髓, 但不可太过崇洋媚外。” 这些评论话语可以看出现在的大学生们都是比较理性, 他们认为文化自信不能拘泥于表面的自信, 不能太过于形式, 而是要取其精华, 去其糟粕, 要学会使用辩证的思维去看待中国文化。

跟高频词汇的结果呈较强一致性, 消极情绪仍需关注。综合数数据分析可知, 消极情绪因素包含 “不喜欢, 有点别扭” “说实话, 毫无美感” “不穿洋人学士服当然好了, 其实也不必汉服的, 这个太老了, 可以设计一种体现新时代的中国服。” 等方面。这些彰显了很多大学生步入大学前心智尚未成熟, 缺乏对社会现实深刻、清醒与理性的认识与足够的实践经验, 缺乏判断能力, 面对多元文化或者价值理念的冲击时容易被带歪带偏。

4. 基于调查问卷的上海市 24 所高校学生文化自信现状分析

上一章节我们运用爬虫和网络文本分析进行了高校学生文化自信认知态度的现状分析, 在此基础上, 为了更加清晰地了解到高校学生文化自信现状, 本文利用 SPSS 对 682 份上海高校学生文化自信的调查问卷进行频率分析和多重响应分析等描述统计分析, 通过实证研究的方式使得文章更具科学性。

(一) 人口学变量分析

在本次调查中(如表 3), 其中男性 338 人, 占比 49.6%, 女性 344 人, 占比 50.4%, 女性填写数量多于男性。在年级方面, 被调查的 24 所高校中大多数学生集中在大三年级, 占比 24.2%, 其次是大二年级的同学, 占比 22.0%, 最少的是大一年级的学生, 仅有 14.7%。被调查的 682 位同学主要是文史类专业, 占比 37.0%。本次调查中, 被调查者中共青团员占比最多, 为 46.334%; 其次是群众, 占比为 32.258%; 然后是中共党员(含预备党员), 占比为 16.129%。在上海市 24 所高校 682 名被调查者中, 对“文化自信”了解程度中, “了解浅层含义, 不清楚深层内涵”占比最高, 达到 45.2%, 其次是“基本了解”的同学, 占比 29.0%, 值得一提的是, 对“文化自信”不了解的同学仅占 5.1%, 因此, 从对“文化自信”了解程度方面的统计分析可知, 目前上海市高校学生对于中国文化的了解可能更多停留在感兴趣阶段, 真正进行学习的较少。同时, 在被调查的 682 位同学中, 有 339 位同学感觉自己对中国文化“比较自信”, 占比 49.7%, 其次是“一般自信”的同学, 占比 29.8%, “非常自信”和“不自信”的同学只占到 16.4% 和 4.1%, 由上述数据可得, 目前高校学生在面对网络舆情冲击下对中国文化认知态度方面较为自信。

Table 3. Distribution of demography variables

表 3. 人口学变量分布

人口学变量		频率	百分比
性别	男性	338	49.6%
	女性	344	50.4%
年级	大一	100	14.7%
	大二	150	22.0%
	大三	165	24.2%
	大四	140	20.5%
	研究生及以上	127	18.6%
专业	理工类	249	36.5%
	文史类	252	37.0%
	艺术类	171	25.1%
政治面貌	中共党员	110	16.1%
	共青团员	316	46.3%
	群众	220	32.3%
是否了解“文化自信”	非常了解	141	20.7%
	了解浅层含义, 不清楚深层内涵	308	45.2%
	基本了解	198	29.0%
	不了解	35	5.1%
高校学生的“文化自信水平”程度	非常自信	112	16.4%
	比较自信	339	49.7%
	一般	203	29.8%
	不自信	28	4.1%

(二) 传统文化态度现状分析

本调查对被调查者对传统文化的态度进行了统计分析(如表 4)。其中,近 55%的被调查者表示了解中华传统文化的某一方面,17.3%的被调查者表示对中华传统文化十分了解,根据调查数据可知大部分的高校学生对中华传统文化的了解程度较高。50.4%被调查者对待中华传统文化持中性的态度,认为中华传统文化需要精华与糟粕并存,养料与毒素同在,仅有 15.2%的被调查者持消极态度,表示传统文化已保守过时。面对互联网+时代涌现出的新兴传统文化类节目,43.3%的被调查者持正面态度,认为这是传统文化生命力旺盛的体现,但是也有 37.54%的被调查者持有负面消极情绪,认为这完全是资本方滥用传统文化。调查显示,5 次主动参与宣传经历的被调查者仅 13.64%,而且对于《经典咏流传》或《中国诗词大会》等文化类综艺节目的观看评率也不太搞,经常观看的仅占 19.2%,占比最少。

Table 4. Distribution of traditional cultural attitudes

表 4. 传统文化态度现状分布

传统文化态度现状	频率	百分比%	
您对中华传统文化的了解程度?	各方面十分了解	118	17.3%
	了解某一方面	375	55.0%
	基本不了解	157	23.0%
	不了解	32	4.7%
您对中华传统文化有什么看法?	积极	209	30.6%
	中性	344	50.4%
	消极	104	15.2%
	没看法	25	3.7%
您对网络上不断出现的传统文化节目持有什么态度?	消极	80	11.7%
	积极	256	37.5%
	中性	295	43.3%
	积极	51	7.5%
网络中,您有几次主动参加过中华传统文化的宣传经历?	5 次以上	93	13.6%
	3~4 次	293	43.0%
	1~2 次	255	37.4%
	0 次	41	6.0%
您喜欢看《经典咏流传》或《中国诗词大会》等文化类综艺节目吗?	经常	131	19.2%
	有时	313	45.9%
	偶尔	204	29.9%

因此总体来说高校学生在主动宣传和通过互联网平台了解中华传统文化方面积极性不是特别高,在一定程度上表明了传统文化宣传创新方面需要加强。但总体而言,上海高校学生对于中华传统文化呈正向态度。

(三) 革命文化态度现状分析

通过对革命文化的态度进行统计分析(如表 5)。其中,有 52.3%的被调查者对革命精神、革命史、党

史有所了解。也有 43.8% 的学生愿意去文化教育网站浏览或者红色文化基地学习党史、红色文化精神。对革命文化基本不了解和不愿意去红色革命文化基地学习的被调查者仅占 5.3% 和 4.3%。综上,上海高校学生对革命文化认知态度较高,但深入接触与学习革命文化的意愿还不够强烈。

Table 5. Distribution of current attitudes towards revolutionary culture

表 5. 革命文化态度现状分布

革命文化态度现状		频率	百分比%
您对革命精神、革命史、党史是否了解?	十分了解	112	16.4%
	了解某一方面	356	52.2%
	基本不了解	178	26.1%
	完全不了解	36	5.3%
您愿意去文化教育网站浏览或者红色文化基地学习党史、红色文化精神吗?	十分愿意	194	28.4%
	比较愿意	299	43.8%
	偶尔	160	23.5%
	不愿意	29	4.3%

(四) 社会主义先进文化态度现状分析

由表 6 可知, 52.5% 的被调查者对社会主义核心价值观基本了解, 24.0% 的被调查者十分了解社会主义核心价值观, 仅有 4.1% 的被调查者没听说过社会主义核心价值观。

Table 6. Degree of understanding of socialist core values

表 6. 社会主义核心价值观了解程度

		频率	百分比
您对社会主义核心价值观的了解程度	十分了解	164	24.0%
	基本了解	358	52.5%
	不了解	132	19.4%
	没听过	28	4.1%

通过多重响应分析(如表 7 和表 8)可知, 在 682 名被调查者中, 高校学生普遍喜欢借助课外书籍了解社会主义文化建设, 其个案数达到 434 人, 在所有被调查者中响应比为 30.4%。其他被调查者则主要是通过网络媒体、学校教育以及社区宣传的途径来了解社会主义文化建设。

Table 7. Understanding channels for socialist cultural construction

表 7. 社会主义文化建设了解渠道

	有效		缺失	
	个案数	百分比	个案数	百分比
了解社会主义文化建设的渠道	682	100.0%	0	0.0%

a 使用了值 1 对二分组进行制表。

Table 8. Understanding channels for socialist cultural construction**表 8.** 社会主义文化建设了解渠道

	响应	
	个案数	百分比
了解社会主义文化建设的渠道	课外书籍	434 30.4%
	网络媒体	401 28.1%
	学校教育	363 25.4%
	社区宣传	229 16.0%

a 使用了值 1 对二分组进行制表。

(五) 外来文化态度分析

在外来文化态度调查中(如表 9), 对外来文化比较了解的被调查者占比为 48.7%, 非常不了解占比仅为 4.84%。有 54.7% 的高校学生认为全球化的时代对我国社会主义文化冲击比较严重, 并且有 54.7% 的被调查者表示偶尔会过外国的传统节日, 仅有 8.4% 明确表示不会过。而面对外来文化, 60.1% 的被调查者表示不喜欢也不排斥, 仅有 4.0% 的被调查者表示会抵制外来文化。综上可知, 上海市高校学生对于外来文化接受度较高, 但同时也认为外来文化会给本国文化带来冲击。

Table 9. Distribution of attitudes towards foreign cultures**表 9.** 外来文化态度现状分布

外来文化态度分析	频率	百分比
您对外来文化了解吗?	非常了解	121 17.7%
	比较了解	332 48.7%
	比较不了解	196 28.7%
	非常不了解	33 4.8%
您会过外国的传统节日吗?	年年都过	108 15.8%
	偶尔	373 54.7%
	有朋友提醒才过	144 21.1%
	不会过	57 8.4%
在全球化的背景下, 您认为外来文化对我国社会主义文化建设的冲击程度有多大?	非常严重	118 17.3%
	比较严重	373 54.7%
	几乎没影响	161 23.6%
	完全没影响	30 4.4%
对于外来文化, 您的态度是?	全盘接受	79 11.6%
	借鉴吸收	410 60.1%
	不喜欢也不排斥	166 24.3%
	抵制外来文化	27 4.0%

5. 结论与建议

(一) 结论

一是通过高频词汇分析、网络语义分析和情感感知分析可知,以文化自信为主题相关的“汉服”、“大学”、“老师”、“社会主义”、“传承”、“支持”、“弘扬”等正能量博文词条给网友们留下的深刻印象,也体现了高校学生对文化自信具有较高的认知态度。然而也包含一些消极情绪,例如,“不喜欢,有点别扭”“说实话,毫无美感”“不穿洋人学士服当然好了,其实也不必汉服的,这个太古了,可以设计一种体现新时代的中国服。”这说明大学生心智尚未成熟,缺乏对社会现实深刻、以及足够的实践经验的判断能力。因此可以分析得出,作为舆情阵地的各种媒介平台在大学生文化自信认知态度培育中所发挥的功能较少,网络媒介的价值引导有待进一步研究。

二是通过对上海市 24 所高校学生的实证研究发现,在网络舆情盛行下,高校学生文化自信的主要特点表现在认知的碎片化,因为在网络社会中,信息通常是比较碎片化的,这些碎片化的信息具有片面性,个别的负面信息极有可能导致大学生对文化的认知产生不清晰、不明确、甚至错误认知等情况。其次,大学生通过网络对中国文化的理解和理解,通常都是有限的,所以很多大学生在面对自己国家的文化时,都会选择“中立”和“摇摆”,很多时候,他们对自己国家的文化理解很深,但是却没有足够的传播。

(二) 网络舆情下提升大学生文化自信认知和态度的策略运用

1) 以价值主导为基石, 强化高校学生文化认同

网络舆情下大学生文化自信培育的工作要坚持以价值自信为出发点,提升高校学生对价值观的认可度。由于网络舆情呈现出不同文化思潮、不同价值观念之间的激烈交锋。因此,首先,自媒体平台必须根据舆情的发展动向,进行“量体裁衣”,制定一套具有逻辑缜密、因势利导的话语展现体系,在理性、有利的时间点,利用各种媒介进行发帖的操作,在与网络舆论形成良性互动的过程中,逐步实现网络舆论的正向发展,从而塑造高校学生正确的价值观念。其次,高校要根据网络时代的发展更新教育观念,认识到学生主体在教育中的重要性,改变传统的教育观念,把价值引领放在教育的重要位置,根据学生的学习习惯和个性化需求,调整优秀文化的整合,确保高校学生在接受思想教育时能较多地展现其对文化价值的认同感。

2) 以治理主体为抓手, 多元共治媒体平台信息监管

从网络媒体的舆情属性来看,要更好地提升大学生文化自信认知态度,就要协同政府、社会、高校、家庭等相关主体共同治理,明确各个主体的相关职责,充分发挥多元协同的治理优势。首先,在自媒体平台网络舆情危机处理上,高校要采取一种积极回应的形式,切不可回避舆情风险,要主动收集相关信息,分析舆情导向,主动发声,阐明立场,与高校学生建立一种双向沟通的模式,以最快速度占取舆论制高点,引导高校学生正确的价值认识。其次,政府需要充分发挥价值引导作用,积极与高校进行合作,对舆情进行监测和预判,帮助高校提升运用大数据收集和处理网络舆情信息的能力。同时完善相关信息监督的政策法规,对于违反法律法规和违背弘扬优秀传统文化的言论,进行实时监控,以免负面舆论扩大,切实维护网络安全。

3) 以提升高校学生文化自信为目标, 建立有效的网络舆论导向机制

在高校学生喜爱登录的主流平台,如微博、B 站、抖音等制作融入优秀文化内容的培育在线通识课程,形成线上线下、校内校外、课内课外培育路径,使其以潜移默化的形态深刻影响高校学生的日常生活。各大媒体平台作为培育大学生文化自信的重要主体之一,应该加强自身法律法规建设,通过建立具有科学性的引导长效机制,结合我国全面依法治国的政策方略,形成具有鲜明中国特色的社会主义法治文化,为高校学生提供向上向善向美的网络环境。只有将主体责任越抓越实,充分发挥自身在建设社会

主义文化强国过程中的引领性作用，探索 and 实现对于中华优秀传统文化实现创造性转化和发展，更好地弘扬中国特色社会主义先进文化，才能实现经济效益与社会价值的统一。

参考文献

- [1] 蔡旭. 基于文化自信理念的自媒体时代网络舆情正向引导研究[J]. 广西社会主义学院学报, 2017, 28(4): 88-92.
- [2] 黄金梓. 社会主义核心价值观融入高职院校网络舆情治理的逻辑与策略[J]. 湖南广播电视大学学报, 2022, 92(4): 68-75.
- [3] 张洁. 电视媒体如何彰显文化自信的思考[J]. 西部广播电视, 2022, 43(S1): 124-128.
- [4] 汪佩. 涵化与认同: 主流媒体在互联网中对文化自信的塑成[J]. 中国新通信, 2022, 24(24): 69-71.
- [5] 姜晖. 融媒体背景下文化自信建设的路径研究[J]. 采写编, 2022, 195(10): 166-168.
- [6] 关凤悦, 魏疆, 董海. 千山景区形象感知研究——基于网络文本分析方法[J]. 统计与咨询, 2022(6): 18-21.
- [7] 张琴. 上海旅游形象感知研究——基于网络文本分析方法[J]. 北方经贸, 2022(4): 137-141.