

# 抖音短视频对青少年的影响

## ——基于满足与使用理论

范少泽

河北师范大学新闻传播学院, 河北 石家庄

收稿日期: 2024年3月15日; 录用日期: 2024年5月31日; 发布日期: 2024年6月7日

### 摘要

短视频, 也被称为短片视频, 通常在网络新媒体上以5分钟(或更短的几秒)的时长进行传播, 抖音作为近两年很火的社交软件, 其下载量一直处于高位, 但是由于其准入门槛低, 用户媒介素养不一, 出现了很多三俗化的内容。对青少年价值观的塑造产生了显著影响, 因此如何引导青少年建立健康的娱乐方式, 探索加强对网络视频平台的监管很有必要。

### 关键词

短视频, 使用与满足, 互联网治理

# The Influence of Tiktok Short Videos on Teenagers

## —Based on the Theory of Satisfaction and Use

Shaoze Fan

School of Journalism and Communication, Hebei Normal University, Shijiazhuang Hebei

Received: Mar. 15<sup>th</sup>, 2024; accepted: May 31<sup>st</sup>, 2024; published: Jun. 7<sup>th</sup>, 2024

### Abstract

Short videos, also known as short videos, are usually spread in 5 minutes (or less than a few seconds) on new online media. As a popular social software in recent two years, Tiktok has always had a high number of downloads. However, due to its low access threshold and different media literacy of users, there have been a lot of three vulgarized content. The output mode and content of Tiktok have a profound impact on the values and outlook on life of young people. Therefore, it is

necessary to guide young people to establish healthy entertainment methods and explore and strengthen the supervision of online video platforms.

## Keywords

Short Videos, Use and Satisfaction, Internet Governance

Copyright © 2024 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/>



## 1. 青少年使用短视频的现状

使用与满足理论站在受众的立场上,通过分析受众对媒介的使用动机和获得需求满足来考察大众传播给人类带来的心理和行为上的效用。同传统的讯息如何作用受众的思路不同,它强调受众的能动性,突出受众的地位。该理论认为受众通过对媒介的积极使用,从而制约着媒介传播的过程,并指出使用媒介完全基于个人的需求和愿望。随着互联网技术的不断进步,传统媒体作为内容创造者的角色已经发生了根本性的改变。新媒体的用户现在不仅是内容的生产者,还充当着产品的销售者。用户现在可以独立地使用短视频这一新型媒体,从而在内容创作和生产方面取得主导地位。抖音是国内最早出现的移动端短视频产品之一,它具有“短”“快”“活”等特点,深受用户喜爱。抖音平台上的用户可以被分类为网红型用户、追随型用户和浏览型用户这三大类别。所谓的网红型用户,指的是那些因特定或连续的行为在网络上引起广泛关注并迅速受到欢迎的人群,他们是抖音内容的主要创作者;追随型用户,是指那些在观赏短视频时,跟随网红创作者的人,他们希望能像他们那样吸引大量的粉丝,并热衷于参与抖音视频的制作过程;浏览型用户则是指有兴趣或者有能力参与到短视频制作中来,但对自己感兴趣的事物不加思考就直接转发的人群。浏览型用户构成了前两类用户的主要群体,他们主要是短视频内容的购买者和分享者,而不是短视频内容的创作者[1]。青少年作为短视频用户的主力军,在使用短视频的过程中这三种类型均有分布。

### 1.1. 心绪转换：情景切换下的压力释放

心绪转换,即通过媒介提供的消遣和娱乐,能够帮助人们逃避日常压力和负担,获得情绪的宣泄与舒缓。随着现代生活节奏的加快,社会成员普遍具有更大的学习或工作压力,在结束日常劳动后常产生强烈的娱乐与消遣需求。抖音作为一种娱乐性较强的网络媒介没问题点名了微博的特点,聚集了大量的娱乐话题与内容,受众基于“心绪转换”动机,通过接触抖音上的各种娱乐内容,可以从工作情境中摆脱出来,进而带来思维与情绪上的释放感,缓解沉重的压力。

### 1.2. 自我确认：优质内容下的自我提升

自我确认,即自我参照、探索现实和强化价值观。用户通过接触抖音上的各种优质内容获取自我考评的参考框架,从而进行自我认知与反省,实现自我提升。从《中国诗词大会》在抖音上引起网友对古诗词的一度追捧,到《长津湖》《志愿军雄兵出击》等主旋律影视在抖音上的广泛共鸣,受众通过抖音获得了前所未有的自我竞技、心理共鸣体验,不仅能够检验自身认知水平,也能强化社会认同和引起自我反省。

### 1.3. 人际关系：双向互动下的心理认同

人际关系指的是受众通过使用媒介来满足自己的社会交往与交友需求。这里的人际关系有既包括“拟态”人际关系，也包括现实人际关系。而微博平台既有基于熟人关系的互动性，也有基于广泛圈层群体的社交性，受众通过点赞、转发、关注等形式可以建立与他人的双向互动关系，并找到归属圈层，进一步强化群体内的心理认同。例如抖音各大网红博主翻唱的《北京欢迎你》点赞量超 1200 多万，受众通过共同互动评论节目内容，产生圈层内部的情感共鸣。

### 1.4. 环境监测：及时更新下的需求满足

环境监测即受众寻求信息以满足知晓需求。目前，包括人民日报、新华社在内的各大主流媒体都已在抖音注册账号并常态化运作，并且随着公民新闻的崛起，还有众多的抖音“业余记者”跻身于信息传播者之列。受众通过接触抖音，既可以了解国家的政策部署，亦可知晓周围环境的重要变动。例如“丰县女子八孩事件”就首发于抖音视频，后续的处置措施抖音上也均有通告。受众对于变动的信息的需求是永恒的，通过接触抖音亦可满足这一需求，进而把握环境变化，进行环境适应决策。

## 2. 青少年在使用短视频过程中存在的问题

麦克卢汉的“媒介即信息”认为只有媒介才是真正有意义的信息。短视频以其准入门槛低、场景化表达强、社交媒体裂变式传播的特点迅速在全社会范围内掀起追捧热潮。这一新的传播方式契合了青少年群体的习惯，但这一群体正处于价值观形成时期，思维认识和判断能力都不完善，且对于新鲜事物的模仿能力极强，所以就极易受到短视频的影响。

### 2.1. 泛娱乐化影响青少年价值观形成

短视频以 UGC 内容生产为特点，虽然在信息量上具有无可比拟的优势，但由于用户的媒介素养和使用目的不同，其信息内容质量把关滞后。很多的短视频低俗和娱乐等内容来吸引受众注意，而青少年的心理认知发育尚未完善，使得他们难以正确辨别内容的优劣，从而无法做出正确的价值判断。网民在短视频领域的狂欢是缺乏目的性、自律性和自控性，在传播过程中不能保持应有的理性，在宣泄与释放中享受快乐，从而造成在短视频领域的主体性迷失[2]。

### 2.2. 内容参差不齐容易诱发从众模仿

短视频为了获取用户的注意力大多都采用夸张叙事的方法，但是其在拍摄的时候场景衔接和剪辑处理并不是可见的，这些艺术化的处理对青少年而言并不具备完整的辨识性，青少年在缺乏辨别能力与好奇心强的心理驱动下，会对一些危险的专业动作或正确或错误的模仿，容易造成对身体的直接伤害。青少年难以辨别网络虚拟环境与现实环境，容易将自己眼中的似是而非的充满误导的网络环境当作是真实的，在好奇心、模仿欲的诱导下加以模仿和学习，最终产生了不良的后果。例如，山东枣庄小女孩模仿自制爆米花至死、青少年崇拜抖音网红整容追求美丽、直播生孩子追求流量等都是网络中袭来的。

### 2.3. 网络信息茧房带来的视野窄化

各大短视频平台对用户注意力的极力追逐似乎使得算法推荐似乎成了短视频软件必备武器[3]。因此用户的个性化需求能够得到彻底的满足；但仅仅接触某一类固定的视频内容就会将自己桎梏于信息茧房之中，同质化内容的推送将会导致多样化的思考的减少，视野的局限性会带来思维方式的局限性，未成年人会依赖算法推荐技术而逐渐走向固步自封，这不利于未成人的社会化发展。抖音中具备一定的话语

宰制力和公信力的意见领袖将商业意识形态植入自己的日常生活、公共表达中，将商业意识形态隐藏在自己的个性、品位、身份中，有可能将未成年人裹挟在拜金主义、消费主义、视觉享乐主义的陷阱中。这种带有商业性倾向的价值缺陷内容使未成年人过度沉溺于媒介提供的表层信息和通俗娱乐中，逐渐丧失批判能力[4]。

### 3. 短视频效应影响下青少年价值观诱导

抖音、快手等短视频应用受到了很多青少年的欢迎，已成为很多青少年日常生活不可或缺的一部分。面对青少年沉迷于短视频带来的风险与问题，我们应通过多方协同、社会共治的方式，形成网上网下同心圆，协调社会各方资源，共同应对这些挑战。这包括平台、媒体、内容创作方和监管部门等各方的合作，以确保青少年在使用这些短视频应用时能够更好地理解和处理潜在的风险，并提供适当的支持和引导。

#### 3.1. 平台：结合智能技术，加强内容把关

首先，关于平台内容，平台需要制定更为详细的内容审核标准，使内容规范详细化。抖音平台要加强内容审核的把关治理，可以对平台上的短视频创作者进行实名登记，健全用户的投诉机制。例如抖音，微信都有青少年模式，通过此种手段来控制青少年用户的使用时长，抖音需要继续加大青少年模式的技术研发内容，在短视频内容上进行科学合理的甄别，注重对未成年人的价值引导。网络短视频平台应该设立未成年人家长监护系统，有效防止未成年人沉迷短视频。

#### 3.2. 媒体：主流媒体入驻，强化正能量引导

面对受众注意力被泛娱乐化、低俗化内容分散的问题，抖音短视频可邀请主流媒体入驻平台，并为优质内容进行引流，让主流媒体发挥“借镜作用”，给质量参差不齐的网络媒体与自媒体借一面反应自身的镜子，向其看齐。同时，抖音可联手媒体形成多元主体涵化的效果，共同构建正能量的价值体系，维持社会良性运转与共识达成。如央视视频的算法推送系统，注重主流价值观的传递。抖音人民日报输出的内容紧跟国情世情党情，引导人们尤其是青年群体关注国家大事、了解国际形势[5]。

#### 3.3. 监管：完善平台监管，设立特殊监管机制

网络技术不断升级换代，网络空间监管的手段也要同步更新，监管部门要不断升级监管系统、丰富监管手段，提升监管水平，加强人机结合监管技术、内容分级技术等，让技术服务于网络空间监管领域，提升监管效率，改善监管效果。2023年有10多家短视频平台以通知、公告等形式，围绕摆拍造假、展示不当行为、传播错误观念等重点问题，响应整治活动，出台相应举措。

#### 3.4. 内容方：规范传播行为，内容加入提醒

短视频的发布者不要一味的追逐利益而发布三俗、过度娱乐化、偏离主流价值观的内容，以免给未成年人带来错误的导向。例如一些内容创作者在发布有创意性但实际操作中具有危险性的短视频时，会在短视频中添加字幕提示。针对平台上娱乐化过度盛行的现象，抖音平台应当承担起自己的责任，利用有效的方式将不良内容进行遏制，切实将平台拥有的正向引导作用进行充分的发挥[6]。

## 4. 结语

在短视频时代，短视频正在塑造青少年的社交、认知、情绪发展和思维方式，同时促使社会各方更快地适应这些变革。孩子们无法脱离短视频的影响，但短视频并非不可避免的威胁。我们应积极看待短

视频的正面作用，提升孩子的网络素养，使短视频成为他们有益的工具。社会各界的共同努力有助于帮助青少年更好地适应数字化时代，让青少年在与短视频的相互共存中更好地成长，充分利用其潜力，同时避免潜在的负面影响。

## 参考文献

- [1] 贺晴怡. 抖音短视频 App 青年用户使用行为研究——基于满足与使用理论[J]. 中国报业, 2023(10): 248-249.  
<https://doi.org/10.13854/j.cnki.cni.2023.10.097>
- [2] 陈秋萌. 短视频泛娱乐化现象的审思与超越[J]. 传媒, 2024(6): 55-58.
- [3] 王可可. 乡镇小学生短视频沉迷现象研究[D]: [硕士学位论文]. 合肥: 安徽大学, 2022.  
<https://doi.org/10.26917/d.cnki.ganhu.2022.001289>
- [4] 王梦婷, 姚燕婷. 涵化理论视角下抖音短视频对未成年人的影响[J]. 全媒体探索, 2022(8): 125-126.
- [5] 胡露华. 抖音短视频视域下青少年价值观引导研究[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 南昌大学, 2022.  
<https://doi.org/10.27232/d.cnki.gnchu.2022.002660>
- [6] 吕艳清. 抖音短视频平台内容优化与规制研究[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 中南大学, 2022.  
<https://doi.org/10.27661/d.cnki.gzhnu.2022.002008>