

自媒体“泛娱乐化”趋势的社会心理成因分析与应对之道

张盛威

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年10月21日; 录用日期: 2024年12月9日; 发布日期: 2024年12月23日

摘要

自媒体的“泛娱乐化”趋势在内容的设计与形式的传播上已经偏离了常规的轨道, 无限放大了网络媒体的娱乐化、功利化功能, 逐步消解着社会心态的稳定性, 形成了社会焦虑突增与社会责任感突减等客观问题。积极应对这一趋势, 要正确认识和合理把握自媒体“泛娱乐化”趋势背后的社会心理成因及其对个体与群体的影响, 从内容生成、内容消费、内容传播、内容创新等领域持续发力。

关键词

自媒体, “泛娱乐化”, 社会心理, 成因分析

Analysis of the Social Psychological Causes of the Trend of “Pan-Entertainment” in Self-Media and the Way to Cope with It

Shengwei Zhang

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: Oct. 21st, 2024; accepted: Dec. 9th, 2024; published: Dec. 23rd, 2024

Abstract

The trend of “pan-entertainment” in the self-media has deviated from the conventional track in terms of content design and form of dissemination, infinitely enlarging the entertainment and utilitarian function of the network media, gradually destabilizing the social mentality, and creating objective problems such as a sudden increase in social anxiety and a sudden decrease in the sense of

social responsibility. In order to actively address this trend, it is necessary to correctly understand and reasonably grasp the socio-psychological causes behind the phenomenon of “pan-entertainment” in the self-media, as well as its impact on individuals and groups, and to make continuous efforts in content generation, content consumption, content dissemination, and content innovation.

Keywords

Self-Media, “Pan-Entertainment”, Social Psychology, Cause Analysis

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/>



Open Access

1. 引言

随着网络“快餐文化”的进阶式发展，自媒体正以一种颠覆式、冲击式的态势进入网民的视线，并高度迎合了网民的信息猎奇、时间消遣、寻求刺激等心理，呈现出“泛娱乐化”的趋势。自媒体的“泛娱乐化”是指网络空间内自媒体作为信息传播的载体在传播的过程中，对政治、经济、文化、社会等各方面内容进行过度夸张化、低俗化、虚假化的无序包装，通过弱化媒体舆论引导、网络育人、信息服务的正面功能，无限放大网络媒体的娱乐化、功利化功能，从而赚取流量并实现盈利的一种趋势(向长艳, 2020)。自媒体的“泛娱乐化”在内容的设计与形式的传播上已经偏离了常规的轨道，对社会心理稳定造成了极大冲击，是新时代心理健康社会化支持体系建设的实践中不可忽视的一大现状。

研究自媒体“泛娱乐化”趋势具有重要的社会意义。这一趋势过度追求眼球效应，导致平台内容生产的同质化倾向，进而引发了一系列社会问题。深入探究其成因和影响，有助于制定有效措施，引导自媒体行业健康发展，推动自媒体内容创新，建立健全的行业自律机制，从而维护社会心态稳定，促进社会文化繁荣，提升公众媒介素养，并推动自媒体行业的可持续发展。

2. 社会心理学视角下研究自媒体“泛娱乐化”趋势的理论基础

2.1. 需求层次理论

马斯洛的需求层次理论是人本主义心理学的重要理论之一，它提供了一个理解人类行为动机的框架。这一理论描述了人类动机的发展顺序，通常被描绘成一个金字塔结构，从底层到顶层分别是生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求和自我实现需求(马斯洛, 2022)。在自媒体“泛娱乐化”趋势中，该理论的应用更为深入。人们不仅会在满足基本的生理需求后诉诸网络追求娱乐和社交，而且在自媒体平台上寻求自我实现的需求也得到了满足。例如，用户通过创作内容、互动评论和获得点赞来满足自我表达和尊重的需求，这些都是“泛娱乐化”内容能够迅速流行的心理基础。

2.2. 群体动力理论

社会心理学中的群体动力理论是研究群体内部成员之间的相互作用和影响的理论，它对于帮助人们理解群体如何形成、发展、运作以及如何影响其中的个体成员具有重要意义(库尔特·勒温, 2014)。群体动力理论在自媒体“泛娱乐化”趋势中的应用主要体现在：群体成员之间的互动不仅仅是信息交换，还包括情感共鸣和集体认同的构建。自媒体平台上“泛娱乐化”的内容往往能够激发用户的共鸣，形成特定的社区文化和群体认同，而这种群体效应又反过来进一步推动了“泛娱乐化”内容的扩散和流行。

2.3. 认知失调理论

认知失调理论在解释自媒体用户行为时尤为重要。该理论指出,当个人的行为与态度不一致时,便会产生认知失调(利昂·费斯汀格, 1999)。自媒体为了吸引流量,可能会制作低俗、夸张的内容,用户在消费这些“泛娱乐化”的内容时,可能会感到自己的价值观和行为之间的不一致,产生认知失调。这种失调可能导致用户调整自己的态度以减少不适,或者通过选择性关注和解释信息来维持内心的平衡,进而影响其态度和行为。这种心理机制是自媒体“泛娱乐化”内容能够持续吸引用户的重要原因。

2.4. 文化工业批判理论

阿多诺和霍克海默的文化工业批判理论为分析自媒体“泛娱乐化”趋势提供了批判性的视角。文化工业批判理论认为,大众媒介生产的标准化、商品化的文化产品会导致文化同质化(寇瑶, 2017)。自媒体“泛娱乐化”趋势可以看作是文化工业在网络时代的一种表现,它通过提供浅层次、易消化的内容来迎合大众口味,从而加剧了文化消费的单一性。也就是说,自媒体平台上的内容生产往往追求商业利益最大化,导致了文化产品的标准化和同质化。这种趋势不仅削弱了文化的多样性和深度,还可能导致公众批判性思维的退化。

3. 自媒体“泛娱乐化”趋势的社会心理成因分析

3.1. 媒介环境变迁

互联网技术的飞速发展,使得自媒体平台如雨后春笋般涌现,它们为个体提供了更为广泛的话语权和表达空间。这一变化不仅极大地丰富了信息来源和渠道,也深刻影响了信息的生产和消费模式。媒介是“人体的延伸”,越来越是人的“心理的延伸”,因此对用户心理层面的价值观测与把握便成为了解用户媒介行为及规律的关键入口(喻国明, 方可人, 2020)。自媒体的兴起,使得内容创作不再局限于专业的媒体机构,普通个体也能参与到内容的制作和传播中来。媒介的环境变迁一方面促进了信息传递的多元化和民主化,另一方面也带来了一系列的社会心理问题。

自媒体内容的过度竞争和同质化是一个显著问题。由于平台众多,创作者数量庞大,为了在激烈的市场竞争中脱颖而出,许多自媒体创作者不得不追求内容的娱乐化和刺激化。这种现象导致了内容的品质参差不齐,一些低俗、虚假、甚至有害的信息也趁机泛滥。这些内容往往以猎奇、煽情、夸张等手法吸引眼球,容易引发用户的负面情绪,如焦虑、恐慌、愤怒等(尹瑞雪, 2024)。

为了提高用户体验和平台粘性,大多数自媒体平台对用户进行个性化内容推荐,这一方法无疑易于造成信息茧房效应,即用户长期接触到的都是与自己观点和兴趣相似的信息,从而导致视野狭窄和认知偏差(严三九, 李星雨, 2022)。广告和流量变现成为许多自媒体创作者的主要收入来源,这导致他们在内容创作时更加注重点击率和用户粘性,而非内容的深度和质量。这种以商业利益为导向的内容生产模式,不仅损害了信息的真实性和客观性,也容易导致用户的信息过载和选择困难。

3.2. 受众心理需求

在当今快节奏、高压力的现代社会中,人们面临着前所未有的心理压力。工作、生活、社交等多方面的压力使得人们对于轻松、娱乐的社会心理需求越来越强烈(豆勇超, 2023)。自媒体平台上的“泛娱乐化”内容正好满足了这一需求。它们通常轻松幽默、易于消费,能够带给用户短暂的快乐和放松,成为人们缓解压力、寻求心理慰藉的重要途径。

人们对于新鲜事物和刺激感的需求也是推动自媒体内容发展的重要因素。在信息爆炸的时代,用户对于内容的新鲜度和独特性有着更高的期待(张勇军, 黄雅芸, 2023)。自媒体创作者为了吸引和保持用户

的关注，不得不不断创新，推出新颖独特的内容。这种对新鲜感和刺激感的追求，不仅推动了自媒体内容的多样化，也使得一些过于追求眼球效应的内容得以流行。

然而，这种过度追求娱乐化和刺激化的内容消费模式，也带来了一些负面影响。一方面，用户可能会由于过度消费这类内容而产生依赖，导致现实生活中的人际交往和深度思考能力下降(Jagadeeswari et al., 2024)。另一方面，这种内容消费模式也可能导致用户的注意力分散，难以集中精力进行长时间地学习和工作。如何协调内容的娱乐性和营养价值，是自媒体创作者和平台管理者需要深思的问题。

3.3. 商业利益驱动

自媒体平台的盈利模式主要依赖于广告和流量变现。广告商通常愿意在点击率和用户参与度高的平台上投放广告，因其能带来更高的曝光率和潜在的销售转化。由此，自媒体创作者和平台为了获得更多的广告收入和用户流量，不得不追求更高的点击率和转发量(孙晶, 2024)。这种商业利益的驱动，使得自媒体内容的生产和传播越来越倾向于“泛娱乐化”。

在这种商业模式的推动下，自媒体创作者往往会采用一些吸引眼球的手法，如夸张的标题、猎奇的图片、搞笑的视频等，以吸引用户的点击和分享。这些手法虽然能够短期内提升内容的点击率和传播度，但长期来看，也会降低内容的品质，甚至引发一些不良的社会影响(王传领, 2022)。此外，自媒体平台的算法推荐机制也会加剧这种现象。平台为了提高用户粘性和使用时长，会倾向于推荐那些能够吸引用户点击和观看的内容。这种算法导向，使得那些“泛娱乐化”的内容更容易被推荐给用户，从而获得更高的曝光和流量。

过度追求商业利益和点击率的做法使得用户难以从中获得有价值的信息和知识，也可能导致用户对于自媒体内容的信任度下降(朱芷瑶, 2024)，影响自媒体行业的健康发展。因此，自媒体创作者和平台管理者需要在追求商业利益和内容品质之间找到平衡。

3.4. 文化价值观渗透

随着全球化和网络文化的深入发展，西方文化价值观对中国社会的影响日益显著。西方文化中强调个人主义、自由表达和娱乐至上的价值观，与中国的传统文化价值观和社会心理模式有所不同。这种文化差异和社会心理取向在一定程度上影响了自媒体内容的生产和消费模式，进而对自媒体“泛娱乐化”趋势产生了深远的影响。

西方文化中强调个人主义和自由表达的价值观，也为自媒体创作者提供了更多的表达空间和机会，促使他们创作出更加多元化和个性化的内容(何茜, 2018)。然而，这种自由表达的氛围，也为自媒体行业的发展带来了新的挑战。中西方文化之间存在差异，我们不能简单地照搬西方的文化价值观，应当在尊重和保护本国文化传统的基础上，吸收和借鉴西方文化的优点，推动自媒体行业的健康发展。

4. 自媒体“泛娱乐化”趋势的个体影响和群体影响

4.1. 对个体的影响

首先，过度追求娱乐化和搞笑化的内容容易导致个体对于现实世界的认知和价值观的扭曲。自媒体平台上的内容往往是为了吸引眼球而制作的，可能会夸大事实、传播不实信息或者采取极端的观点。长期接触这样的内容，个体可能会对真实世界产生误解，甚至接受一些不健康的价值观。

其次，长时间沉浸在自媒体的虚拟世界中，也可能导致个体的心理健康问题。个体转向自媒体和网络空间去寻求娱乐和消遣，在现实生活中往往感到空虚和无聊，“机不离手”的现象如今比比皆是，增加了个体焦虑和抑郁的潜在风险(龚劲丹, 龚吴蔚, 2023)。此外，自媒体平台上的内容往往是碎片化的，

这可能会影响个体的注意力和集中力。

最后，自媒体“泛娱乐化”趋势使个体越来越倾向在网络空间进行交互和寻求共鸣，导致现实社交能力下降。一个典型的例子是“玩梗”的现象。“玩梗”指的是在网络社交中，通过引用流行的网络段子、搞笑图片或视频来与他人交流。这种行为在一定程度上成为了一种潮流，只有熟悉并能够灵活运用这些梗，才能被认为是跟上潮流的一份子。例如，当某个热门电视剧或电影中出现了一个引人发笑的片段，这个片段很快就会被网友制作成表情包或段子，在自媒体平台上广泛传播。不了解这个“热梗”的人在与他人交流时可能会感到困惑，甚至被排除在话题之外。这种现象虽然增加了网络社交的趣味性，但也导致人们在现实生活中的社交能力受到影响。过度依赖网络“热梗”进行交流，使得人们在面对面的沟通中缺乏深度和真诚，甚至出现交流障碍。

4.2. 对群体的影响

首先，自媒体作为信息传播的重要渠道，其内容的过度娱乐化容易导致社会价值观的传播失衡。自媒体平台上的内容往往更注重娱乐性和吸引力，而忽视了信息的真实性和深度。这可能导致一些不健康的价值观和生活方式得到传播和推广，从而影响社会的健康发展。

其次，自媒体“泛娱乐化”趋势也可能导致公共议题的关注度下降，用户往往更倾向于关注轻松愉快的内容，而忽视了社会问题和公共事务。在“泛娱乐化”内容的挤压下，公共议题在媒体和公众视野中的比重逐渐减少，长期的“泛娱乐化”内容消费可能导致公众对社会问题的敏感度降低，对公共事务的兴趣和参与度产生不利影响(Qu & Saffer, 2023)。“泛娱乐化”的内容往往不鼓励深层次的思考和分析，削弱社会成员的批判性思维，使得公众对于社会现象和政策的批判能力下降。

最后，自媒体“泛娱乐化”趋势也可能影响社会的文化创新能力。文化创新需要深度思考和独立见解，而过度追求娱乐化和搞笑化的内容，可能导致创新和深度思考的能力下降。“泛娱乐化”的内容忽视了对文化深度和多样性的探索和表达，导致文化内容的同质化和低俗化。此外，自媒体“泛娱乐化”趋势加剧了西方文化对中国社会的影响，导致本土文化传统和价值观的边缘化(杨军敏等, 2014)。

5. 自媒体“泛娱乐化”趋势的应对之道

5.1. 提升创作品质，完善自律机制

在自媒体内容生成领域，创作者们通过提升内容质量、建立自律机制和不断学习进步，不仅能够有效提升自身的专业形象和影响力，还能为整个行业注入正能量。针对自媒体“泛娱乐化”趋势的这一应对之道，对于塑造积极网络环境、传播正确价值观具有重要作用。

第一，自媒体创作者应提升自身的专业素养，注重内容的深度和质量，而不是仅仅追求点击率和流量。这包括对事实的准确报道、深入地分析、以及有见地地评论。创作者应致力于提供有价值、有教育意义的内容，而不仅仅是追求短暂的注意力。创作者和平台应承担起社会责任，确保内容不传播错误信息，不宣扬不健康的价值观，确保信息的真实性、准确性和公正性。

第二，建立行业标准和自律机制，鼓励和奖励那些具有社会责任感 and 道德底线的内容生产者。平台不妨探索设立奖项、提供资金支持、增加曝光机会等方式来实现这一目标。同时，自媒体行业内部也应不断凝聚共识，对违反道德底线和社会责任的行为进行谴责和惩罚。

第三，自媒体创作者应不断学习和提升自己的专业技能，关注社会热点和用户需求，提供有针对性的内容，并确保内容的专业性和吸引力。平台应加强对自媒体创作者的管理和培训，提高他们的社会责任感和道德意识。

5.2. 引导理性消费，培育媒介素养

在自媒体内容消费领域，引导理性消费和培育媒介素养已成为应对信息泛滥和提升公众信息辨识能力的关键途径。这一举措能够帮助公众辨别信息真伪、追求有价值的内容、促进健康信息消费习惯的养成，构建更加理性和成熟的网络传播环境，从而塑造积极网络文化、提高国民素质，有效应对自媒体“泛娱乐化”趋势。

首先，通过教育和宣传，提高公众的媒介素养，使人们能够辨别信息的真伪和价值。在学校、社区和工作场所开展媒介素养教育，教授公众如何批判性地分析媒体信息，如何识别潜在的偏见和误导，以及如何寻找可靠的信息来源。鼓励用户主动选择和消费有价值、有深度、有品质的内容，而不是仅仅追求娱乐和刺激。

其次，建立用户反馈机制，让用户参与到内容质量的监督和评价中来。平台可以完善监督举报功能，让用户可以更高效无忧地反映自媒体违规内容，同时也可以通过考查评论与点赞分享数据等方式，了解用户对相关内容的看法和态度。这些反馈可以帮助平台更好地了解用户需求，调整内容策略，提升内容质量。同时，也可以鼓励公众参与话题讨论，培养他们的批判性思维和独立判断能力。

最后，平台应尝试加强对用户的引导和教育。通过弹窗提示、信息推送等方式，提醒用户注意信息质量和来源。此外，平台也可以设置每日阅读或观看时间限制，鼓励用户合理安排时间，避免过度沉迷于“泛娱乐化”内容。

5.3. 加强平台监管，规范内容传播

在自媒体内容传播领域，加强平台监管和规范内容传播是确保网络环境健康、消解自媒体“泛娱乐化”趋势的重要一环。政府和相关部门的严格监管、平台对于算法推荐机制和内容审核机制的优化、创作者之间沟通合作的加强，既能有效过滤和清除违规内容、保护用户权益，还能提升整个行业的水平、营造积极向上的网络空间。

其一，政府和相关部门应加强对自媒体平台的监管，确保内容的生产和传播符合法律法规和社会道德。通过税收优惠、资金支持等方式，鼓励自媒体平台生产和传播积极健康的内容。制定明确的自媒体管理规定，对违规行为进行处罚，定期进行审查，确保其运营合规。

其二，平台应优化算法推荐机制，鼓励和推荐那些有价值、有深度、有品质的内容。这一算法推荐机制不仅要考虑用户的兴趣和偏好，还要考虑内容的质量和影响力。通过算法优化，减少对低质量、过度娱乐化内容的推荐。平台还可以通过人工编辑和机器学习相结合的方式，提高推荐内容的准确性和多样性。

其三，建立健全的内容审核机制，及时清理和处理违规内容，保护用户的合法权益。平台应建立专业的审核团队，对发布的内容进行实时监控，确保及时发现问题并采取措施。利用技术手段，如人工智能、大数据分析等，辅助内容审核工作(周明洁等, 2020)，提高审核效率和准确性。加强与创作者的沟通和合作，共同维护良好的网络环境。定期举办创作者培训，提高他们的法律意识和职业道德。

5.4. 鼓励内容创新，兼顾社会价值

在自媒体内容创新领域，积极鼓励创作者探索多样化表达方式、支持具有社会价值的项目、建立行业交流和合作平台等措施，对于推动行业健康发展、提升社会文化水平具有重要作用。为有效应对自媒体“泛娱乐化”趋势，要立足社会主流价值导向激发创作者的创新能力、满足用户多元化需求。

一方面，鼓励自媒体创作者进行内容创新，探索多样化的表达方式和内容形式。创作者应立足社会主流价值导向，不断尝试新的内容题材、叙事结构和传播方式，以吸引和满足不同用户群体的需求。政

府应当支持和奖励具有社会价值和创新精神的自媒体项目，对在内容创新、社会贡献等方面表现突出的自媒体项目和创作者进行鼓励和表彰，激励更多的创作者投入到高质量内容的创作和主流价值文化的宣传中去。

另一方面，建立行业交流和合作平台，促进自媒体行业的健康发展。定期举办行业研讨会、交流会、培训课程等活动，为自媒体从业者提供学习和交流的机会。尝试建立行业联盟或协会，适时修订行业标准和规范，推动行业自律和健康发展。平台应加强对自媒体创作者的支持和培养，提供技术、资金、流量等多方面的资源，帮助他们提升内容质量和创新能力。平台可以设立专门的创新基金，支持创作者进行内容研发和实验；也可以提供数据分析、用户反馈等信息，帮助创作者更好地了解用户需求和市场趋势；还可以与教育机构、研究机构等合作，开展自媒体相关的教育和研究活动，培养更多的专业人才，推动行业的可持续发展。

6. 结论

研究发现，自媒体“泛娱乐化”趋势的形成是多方面因素共同作用的结果，包括媒介环境的变迁、受众心理需求、商业利益驱动和文化价值观的渗透。这一趋势对个体心理健康、社交能力和认知模式产生了负面影响，同时也对社会文化创新能力和社会责任感建构造成了损害。

为了应对这一趋势，需要从多个层面发力。首先，自媒体创作者和平台应提高内容品质，注重社会责任和道德底线，通过提供有价值、有教育意义的内容，满足用户需求。其次，用户自身也需提高媒介素养，理性消费自媒体内容，主动选择和接触高质量信息。此外，政府和相关部门应加强对自媒体平台的监管，确保内容生产和传播的合规性。最后，推动自媒体行业的健康发展，注重内容创新和社会价值，通过建立行业交流和合作平台，促进从业者之间的学习和交流。

综上所述，自媒体“泛娱乐化”趋势是一个复杂的社会现象，需要社会各界共同努力，以实现自媒体行业的健康发展和信息环境的优化，维持社会心态稳定。

参考文献

- (德)库尔特·勒温(2014). *人格的动力理论*. 北京理工大学出版社.
- (美)利昂·费斯汀格(1999). *认知失调理论*. 浙江教育出版社.
- (美)马斯洛(2022). *动机与人格*. 中国青年出版社.
- 豆勇超(2023). 泛娱乐主义的社会心理成因与对策. *思想政治教育研究*, 39(3), 45-51.
- 龚劲丹, 龚吴蔚(2023). 大学生“社交媒体依赖”的心理干预. *教育理论与实践*, 43(27), 46-50.
- 何茜(2018). 西方文化渗透下我国网络意识形态安全发展态势与对策研究. *中国社会科学院研究生院学报*, (3), 55-63.
- 寇瑶(2017). *文化批判与审美乌托邦*. 中国社会科学出版社.
- 孙晶(2024). 自媒体失序现象及其治理路径. *传媒*, (17), 88-90.
- 王传领(2022). 论新媒介环境下文艺价值的重构与向度. *学习与探索*, (8), 177-183, 192.
- 向长艳(2020). *自媒体言论表达与规制*. 河南大学出版社.
- 严三九, 李星雨(2022). 智能分发平台的信息茧房现象伴生的合法性风险探究——基于理性主义视角. *当代传播*, (4), 18-22.
- 杨军敏, 段明明, 徐波(2014). 文化差异对创新机会识别能力的影响——基于社会网络视角. *科技进步与对策*, 31(19), 6-9.
- 尹瑞雪(2024). 自媒体平台乱象的心理学成因及治理对策. *心理学进展*, 14(9), 32-36.
- 喻国明, 方可人(2020). 传播媒介: 理论认识的升级与迭代——一种以用户价值为逻辑起点的学术范式. *新闻界*, (3), 34-41.
- 张勇军, 黄雅芸(2023). 用户失连与重连: 媒体角色与用户期待互动研究——基于对 16 家媒体负责人的深度访谈. *中*

-
- 南民族大学学报(人文社会科学版), 43(8), 159-168, 187.
- 周明洁, 穆蔚琦, 郑蕊, 等(2020). 网络信息与技术在社会心理服务体系建设中的应用. *科技导报*, 38(22), 17-24.
- 朱芷瑶(2024). 媒体使用与媒体信任之间的关系研究. 硕士学位论文, 长春: 吉林大学.
- Jagadeeswari, J., Sabari, V., Priyadarsini, A., Dayana, B. A. A., & Cecyli, C. (2024). Adolescents Internet Dependence and Its Associated Behavior Problems. *Journal of Pharmacy and Bioallied Sciences*, 16, S3016. https://doi.org/10.4103/jpbs.jpbs_534_24
- Qu, Y., & Saffer, A. J. (2023). Issues, Publics, Organizations, and Personal Networks: Toward an Integrated Issue Engagement Model. *Journal of Public Relations Research*, 35, 209-235. <https://doi.org/10.1080/1062726x.2023.2227300>