

青年抖音使用中“丧文化”的流行和引导分析

■ 滕国鹏 林雪婷

(大连理工大学 马克思主义学院 辽宁 大连 116024)

【摘要】作为新媒体时尚的抖音软件以其在精准用户定位、推送内容的个体导向和先进的技术方面占据优势而被青年群体广泛使用,其所渗透的网络“丧文化”值得关注。作为网络亚文化新的裂变形式,“丧文化”的产生、发酵与社会转型期的到来、多元文化的传播、新媒介技术的发展以及商业营销的助推密切相关。“丧文化”在人气居高的抖音短视频中迅速传播流行,对青年存在拉扯效应,尤其是它所具有的另类方式缓解精神压力、主动污名化反转自我保护和现实问题象征下的自我展示三方面的自我调适功能。要在教育中巧妙利用“丧文化”的积极部分,对消极内容进行解构重组。学校和国家政策的因势利导、线上线下协同发力和技术赋能三个方面的举措成为引导的主着力点。

【关键词】青年 抖音软件 丧文化 网络亚文化

DOI:10.16034/j.cnki.10-1318/c.2020.04.014

移动互联网技术的快速发展改变了人们原有的社交模式和娱乐方式,以火山小视频和西瓜视频为代表的短视频行业值此之际快速发展起来。然而,自2017年起,抖音短视频一经出现就抓住年轻人的眼球,超过其他短视频软件跃居首位。抖音在移动网民最受欢迎TOP10APP排行榜中位列第一^①,已经成为年轻人尤其是在校大学生最喜爱的短视频软件。与此同时,抖音视频内容中的消极部分逐渐浮现出来,其中以佛系系列表达为代表,看似无所谓的表情下却透露着一种类似于嘲讽、颓废、消极、不自信的“丧观念”。那么,“丧文化”为什么会与抖音这种视频APP结合,它的出现对青年意味着什么?本研究从抖音中“丧文化”的流行及其双重效应来探讨其对大学生的影响及引导策略。

一、抖音流行与青年“丧文化”

(一) 抖音短视频的兴起

互联网技术的发展和智能手机的普及催生短视频行业的诞生,短视频应用已成为新媒体家族的新贵。以“记录美好生活”为口号的抖音短视频运用前沿互联网技术、立足当代青年娱乐、

收稿日期:2020-05-10

作者简介:滕国鹏,大连理工大学马克思主义学院副教授,主要研究群体社会心理、思政心理学;

林雪婷,大连理工大学马克思主义学院硕士研究生,主要研究思想政治教育。

基金项目:本文系国家社科基金一般项目“规范激活效应下虚拟社会信任的演化与提升机制研究”(课题编号:16BSH091)的阶段性研究成果。

^① 参见 Questmobile 研究院《中国移动互联网2018年度报告》2019年。

社交、生活需求,以吸引青年人为目标,并顺应信息时代的潮流快速拓展至全媒体领域。抖音短视频能在众多短视频软件的竞争中独占鳌头,源于它在用户定位、推送内容和技术新颖性等方面与年轻人追求时尚、渴望酷炫和求异探索的精神高度契合。

精准的用户定位是抖音占领网民市场的主要抓手:突出的优势是产品从形式到内容均聚焦年轻人爱好和风格,并在设计上浑然一体,独特的商业营销方式也围绕年轻人追求个性化的方式打造。抖音着眼于青年碎片化的时间利用和喜闻乐见内容的突出以达到极致娱乐化,并进一步延伸存储音乐和特效,根据用户喜欢的样式制作内容。这与年轻人渴望表达自我和探索新颖事物的需求相重合。在推送内容上坚持极致化个体导向是抖音赢得网民的又一利器:借助于云计算、大数据等技术,抖音推送的内容具有浓郁“个体色彩”,准确掌握每位用户喜好和习惯的推送提升了用户黏性。当然,新颖的技术是抖音获得网民市场的条件保障:抖音整合音乐、社交、特效、滤镜于一身,15秒潮流动感音乐、文本内容、精致背景图像的视频制作,加之全屏高清清晰的画面、随意滑动屏幕切换内容、各种新奇操作的模仿、抖友互动等外在因素使年轻网友乐此不疲地尝试。有研究发现,用户使用社交媒体的首要驱动力是与娱乐和愉快有关的动机^[1],抖音则将用户这种愉快效应尽可能放大,有网友戏称“抖音有毒”。

抖音已成为丰富青年课余生活的主要媒体应用。但由于自身的准入门槛低、初期监管机制不完善等局限性,各种信息无限制海量推送,致使网络“丧文化”在抖音视频中慢慢浮现出来。尤其是广泛流行的佛系一词经过编撰演化为佛系听课、佛系考试、佛系表情包等一类符号,以一种看似无所谓的态度表达着自我嘲讽、颓废的“丧观念”,它与图书馆里出现的“葛优躺”、考场里的“咸鱼趴”以及面对考试成绩的“佩佩蛙”,加之2019年的流行语“我太难了”等自暴自弃的“丧”气息在抖音中迅速汇集并生成各种版本,通过新媒体平台迅速在青年中传播开来。

(二) 抖音中“丧文化”的流行

1. 抖音中“丧文化”的表现形式

2016年以葛优躺为表情包的图片在网络上迅速走红,其原型是1993年葛优在电视剧《我爱我家》中扮演季春生的剧照。季春生颓废地躺在一张沙发上,一副生无可恋的神情,表现出沮丧、萎靡的“丧”气质,“丧文化”的幕布被揭开,此后出现一系列流行、有代表性的符号。总结起来,“丧文化”的表现形式主要有:其一,丧视频推送是网络“丧文化”的基本形式。抖音平台通过精挑细选出当下流行的丧情绪视频以达到“丧文化”的扩大化和精细化,再配上拼贴、挪用、建构而来的符合青年群体心态的丧话语。这迎合了部分青年群体既对无力改变生活现状的一种无奈,又是对自己低沉心态的嘲讽,以此来逃避现实压力和降低自我期待。其二,丧商品的生产与推销。随着“丧文化”流行并对青年人的影响力和粘合度加深,很多商家相继开发诸如丧玩偶、丧茶等产品,通过淘宝等电商平台形成规模化交易。其三,丧表情包的传播与广泛流行。丧表情包的产生是青年群体以拼贴的形式更替话语原有约定含义,利用反讽和自嘲的行为来建构新的话语体系。尤其是有些无法用语言详述写实的感受,用改编的符号则最清晰了然,如“这世界真好,每天都有不同的难过”。

2. “丧文化”反映了青年的自我文化表达

“丧文化”是青年亚文化在新时代条件下的表达形式。萧子扬等较早对“丧文化”界定为,流行于青年群体中带有颓废、绝望、悲观等情绪和色彩的语言、文字或图画,它是青年亚文化的一种新形式^[2]。因而,“丧文化”具有亚文化的普遍性特征,又有与其他亚文化相区别的特殊性,而“丧”就是其独一无二的风格与区分的标志。有学者认为,“丧文化”是通过拼贴改编的方式把网络中流传的心灵鸡汤和表情图片赋予“丧含义”^[3]。同时,“丧文化”是一种典型的青年亚文化,指青年群体的学业、事业、感情等方面在遭遇不顺而失去继续奋斗的动力,表现出颓废

和绝望难以自拔的生活状态^[4]。“丧文化”是亚文化在新的情境下衍生的表达方式,通过拼贴的形式改变原有图文含义使其带有颓废、绝望、迷茫、萎靡等丧特征来表达生活状态的语言,是对青年群体现阶段某种实际心态的反映。青年群体作为互联网的原著民,借助网络平台表达意见、观点成为标注青年群体身份的共识。技术的发展使得他们不仅被动接受网络热浪的席卷,更致力于主动建构属于青年一代特有的网络话语体系与语言风格,网络“丧文化”应运而生。

抖音作为新兴互联网中的宠儿,其简短丰富的内容、动感的音乐、新奇有趣的表达,迎合了当前青年网民的心理需求。“丧文化”借助抖音这一互联网形式,迅速传播开来。由亚文化的分析可知,抖音中呈现“丧文化”个体某种真实态度。然而抖音中的丧并非真实的丧,作为青年亚文化下的沟通策略,更多体现了个体通过一种诙谐、幽默的方式来消解外在环境的负面影响,其内在并非要与主流文化相对立,表面对主流价值观无害的解构实际是从内在汲取积极能量。表现为在“抵抗中适应,解构中同化”^[5]。这也是我们理解青年之“丧”的关键点。

3. 抖音中的“丧文化”本质

“抖音丧文化”是青年群体在抖音短视频中传播带有丧符号含义的图片、表情包和语言,寄托于丧符号的建构来表达内心的悲伤和消极情绪,是对青年群体某种心理状态的真实写照。由于其所表现出来的消极颓废、自我解嘲的主要特点与社会主流文化所倡导的积极奋进的状态差异明显,因此很多人将两种文化对立起来。现今学界对“丧文化”的界定也多呈现颓废主义特性,将流行于青少年中的与颓废、绝望、悲观有关的话语表达、价值观念和行为方式统称为“丧文化”^[6]。正如施蕾所言,是一群80后和90后在网络社交媒体上,用充满颓废和哀伤的表情包、图片、视频、文字来表达自己在现实生活中失去目标和希望、陷入颓废绝望的生存状态^[7]。

如前所述,“丧文化”从文化形态上来说一种青年亚文化现象^[8],是亚文化在当今时代条件下发生新裂变的结果,是一种文化的自我表达,也从属于社会主流文化。“丧文化”来源于青年对主流文化符号的挪用、拼贴和同构并形成自身反讽于自嘲的文化风格^[9]。“丧文化”遵照传统意义上亚文化的产生路径,是青年群体基于情感分享、信息交流、身份认同自发形成的以迷茫、颓废等负面情绪作为主要标识,以挖苦、调侃、嘲讽作为主要语言风格的亚文化^[10]。可以说,无论从产生路径、依托载体、接受群体和内容表征来说,网络“丧文化”都是青少年转型期主流文化下的一种特定附属现象,其内核就是在一定时期所流行的青少年亚文化,因此也就具有亚文化的一般特点。

二、抖音“丧文化”背后的成因

从宏观上看,抖音“丧文化”的形成原因涉及社会层面、经济发展、新媒体技术和时代特点四大要素^[11]。具体来说,有学者认为阶层固化、贫富差距及物质主义的流行是外在渊源,青年人自我确认的需求是内在动机,而网络青年自我解嘲的污名化是其行为逻辑^[12]。因此可以认为,经济社会发展与转型期社会心态的浮躁与失衡是其社会背景,网络新媒体技术的成熟与营销推动是其技术和商业成因,青年人自身困境的反映与积极自我适应是内在原因。而这几个方面的因素又相互交织、互为影响,共同决定了抖音“丧文化”的流行与走势。

(一) 社会转型下“丧文化”的青年受众心理

社会转型期,整体社会结构得到调整,部分群体获得感不强,某些领域存在局部利益和社会资源分配不均。由此引发的阶层流动空间、就业竞争激烈等突出问题,兼有现实消费主义、物质主义思潮冲击,职业期待压力和学业负担与自身调适能力有限等问题共同挤压于青年现实生活场域中,使青年人产生一定程度的焦虑和无助感。此时网络上的“丧系”表达是特定时间节点上青年社会心态的折射,并与青年群体心理和情绪交织。可以说,“丧文化”的产生、发酵到流

行与青年群体的心理期待息息相关。当代青年面临的不再是物质匮乏、资源短缺的危机,而是权力和资本、经济社会、知识和情感、过剩和匮乏,交错相逼^[13]。青年群体在网络空间汇集而形成群体氛围和群体舆论导向,使个人在从众心理的刺激下潜移默化地接收群体信息、内化群体影响、模仿群体行为,跟随集体指向进行“丧文化”的娱乐、幽默表达和反讽话语的狂欢,在一定程度上找到心理归属感和安全感。“咸鱼总有翻身的一天,但是翻身之后,还是咸鱼”的丧心态,其实就是一种很形象的描述。

(二) 多元文化对抖音“丧文化”流行的潜在影响

文化是影响和塑造人们思想观念不可或缺的重要因素。当多元文化中各种社会思潮纷纷涌现,各种思潮在交流交融交锋的碰撞过程中对青年不断产生冲击和潜移默化的影响。

这以后现代主义思潮最为典型。后现代主义思潮具有反传统、反权威、去中心化的价值取向,随着全球化浪潮传入中国,它对“丧文化”流行的影响不可忽视。15秒抖音内容的精致创作、用户提供碎片化、即时化的信息与青年期追求时尚、彰显个性、表达自我、敢于发声并试图打破现有的社会规则和逃避主流文化的规训实时融合,这些都具有非常明显的后现代特点。青年在抖音强大的技术支持下,自主创作和传播与主流认同相反的内容,表达情感共鸣和某种自我反讽,这种反权威的、具有颠覆性、新奇的碎片化内容暗含对自我现状的不满和内心的焦虑,很多丧符号所表达的含义可以从不同角度对个体情绪进行解读和放大,表达了青年群体一种模糊的反理性主义的内在主张。“世上无难事,只怕有心人”改成“世上无难事,只要肯放弃”,把积极向上的内容编撰为消极抵抗的自我解脱。后现代主义从多个角度解读与颠覆传统文本的含义而创造新的解释路径,这与青年“丧文化”通过网络拼贴的形式改变文本原有含义有异曲同工之处。这一现象值得研究者和教育者持续关注。

(三) “丧文化”流行的传媒技术扩展与营销取向的结合

互联网时代,网络成为青年获取信息、开展社会交往的重要平台,也成了“丧文化”产生和流行的土壤。首先,互联网的开放性与平等性为“丧文化”提供生存与扩展空间。各阶层群体在不同时空内交流、传播和表达的观点整合汇编滋生出包括“丧文化”的青年亚文化;其次,层出不穷的网络新技术与智能移动端的结合与应用,尤其是图文编辑应用的快速发展,简化了与“丧文化”有关的图片拼接、创作的难度和流程;最后,新媒体传播范围的广泛性和相对匿名化。在受众面如此之广的新媒体平台,用户观点的表达消解了空间阻隔,“丧文化”得以大面积传播和病毒式的复制。“丧文化”传播和流行的主要空间是移动社交平台,社交媒体的相对隐性使得丧符号经过各种反向颓废、幽默、自嘲的变相模仿与表演操作,在抖音平台中的表达更形象化、立体化、感官化和模糊化,并通过一种群体互动的方式激活能量与娱乐狂欢。完美融合青年群体求新求变求异的特征,充分给予他们表达和传播的自由。同时移动社交媒体助推青年网络“丧文化”凸显了其文化生产力。“丧文化”是青年亚文化在互联网下的镜像,在青年探索和移动新媒体的共同作用之下,通过营销与再生产的互动过程,实现了互联网下“丧文化”的广泛传播与大众流行。从这一意义上来说,青年对“丧文化”再生成的过程,也是其内心在另一场域的自我生命意义再探索过程^[14]。

同时,从互联网技术影响商业文明发展的角度看,“丧文化”流行凸显了借助新媒体的流行广告助推作用。如有网友将“喜茶”调侃成“丧茶”,而商家则顺势推出丧茶作为营销宣传的卖点^[15],体现了“丧文化”广告营销与新媒体热点结合的新型商业文化与经济价值属性。抖音作为商业和新媒体延伸的集合平台推出丧系产品,让消费者应接不暇,潜移默化地接受丧潮流的影响。

三、抖音中“丧文化”的适应功能

大数据的流量研究表明,抖音中“21-25岁粉丝人数占比最多”^①。可以看出青年群体是占领抖音和互联网空间的主力军,超过2.5亿日活跃用户,保持了抖音平台强大的生命力。“丧文化”在网络中的流行与青年群体在互联网空间的“推波助澜”息息相关,而这股群体之“丧”,却给青年带来积极功能与消极体验共生缠绕的影响与效应。

毋庸置疑,首先,抖音短视频所传递的“丧文化”会带来部分青年精神世界空心化,表现为使用者在抖音短视频建构的虚拟世界中尽情的话语和斗图狂欢,消耗了情感和精力。与线上娱乐狂欢获得及时满足相映衬的是线下许多青年将自我封闭起来。他们更愿意在网络中建构与呈现虚假自我,沉迷于网络的虚拟演绎和享乐主义^[16]。其次,会带来一定程度的价值观迷失。抖音中流行的“丧文化”使部分青年迷恋于感官的刺激、即时情绪的融合,其中暗涌的颓废、麻木、消极、娱乐的心态与主流价值观相背离,而两种价值观在相互博弈的过程中,青年由于情绪起伏而愿意接受丧符号来释放压力。加之青年的价值甄别力尚待提升,主流价值观和“丧文化”博弈的张力对抗使得部分青年难以抉择正确的价值取向,造成价值观紊乱与迷失;最后还会影响青年的自我认同和个性完善。由于抖音内容准入门槛低,网络“丧文化”在抖音中多维度、多角度的传播从而把青年裹挟在丧氛围之中,好像“丧文化”即代表主流文化。长此以往,青年产生对自己真丧还是随潮流假丧的界限模糊,两者认识的混淆与角逐容易引发青年自我认同危机。贴上丧标签的印记使青年个性同化,健全人格在“丧文化”的形塑下难以有效辨别。

察觉和预防“丧文化”对青年影响的消极面一直是研究的重点,但是发觉其存在积极一面的合理性也不可偏废,尤其是“丧文化”所具有的自我调整 and 适应功能值得关注。

(一) 另类方式缓解精神压力

社会转型与发展带来竞争的加剧,当前青年面临学业和生活的压力无处释放、就业的压力时刻萦绕的窘境,多重压力的包裹下倒逼他们时刻绷紧心弦。抖音建构的虚拟空间凝聚大量的同辈群体,其中暗含的氛围充当一剂良药把青年们精神压力借助娱乐、反讽、自嘲等温和形式释放出来。既避免现实中与主流文化的主旨发生直接激烈的碰撞冲突,又在一定程度上拉开其情感宣泄的阀门给予他们平稳情绪的新渠道,这也迎合了社交网络使用以娱乐和追求愉快为主的动机^[17]。“丧”式纾解是对混杂社会现实的回应,颓废和不思进取只是情感宣泄的表象,实际的精神内核是青年仍对未来抱有较高的期待值,并愿意在生活中继续奋斗打拼^[18]。暂时的感官娱乐、幽默的自嘲和看似颓废行为帮助青年主动调适压力,而压力的释放有助于其以饱满的热情对待学习和生活。因此,“丧文化”是青年们自我主动稀释和消化不良情绪的手段,目的是缓解现阶段学业、人际及未来发展的压力和焦虑。

(二) 主动污名化反转自我保护

丧系表达以反讽和自嘲的方式让青年认清自我和现实,主动解构无法企及目标以求达到理想与现实的和解,是一种自我保护策略。主动污名化的特点在于自我的主动接受、主动选择^[19],青年借助主动污名化的方式给自己贴上丧标签,甚至用各种流行的丧来包装自身,其背后折射出一种自我保护的内在意图。当青年群体基于社会期待和自身需要用较高标准和要求规范自身成长时,经常会面临着自我期待与现实结果不对等以至产生巨大心理落差。抖音中的“丧文化”可作为他们辅助应对这种落差的自我保护机制,帮助他们正确认识自身所处的外部

^① 参见海马云秒针《2018抖音研究报告》2018年。

环境和加于其身的要求。在无法改变现实状况时,通过主动丧的污名化来降低自身的期待值、减轻外部环境带来的压力,规避无法达成目标而否定自身的怀疑心态。这也突出体现了“丧文化”流行下青年群体的积极适应、主动选择的意愿和加速成长的内在坚持力。

(三) 现实问题象征性解决下的自我展示

“丧文化”是青年群体通过互联网和新媒体的特异性发酵而传播流行的。不过,无论是形象上的消极颓废,语言上的自嘲与丧气,还是行为上的各种晒,其实质都是青年个体为应对社会地位获取压力和自我身份迷失的一种异化方式^[20]。因此,网络“丧文化”是青年人个体自我社会心态的反应。所以说“青年在新媒体中所表现的“丧文化”并非完全的消极抵抗,更多反映当前年轻人正视当下自己问题与困境的心态”^[21]。同时网络中的“丧文化”看似打上了沉重的“颓废”标签,但是从总体趋势上来看,在特定时期和适度的“丧”表达,是网络媒体时代青年努力适应和积极融入主流文化的信号。也有研究者认为,“丧文化”中包含着自我展示和心理压力的双重存在,是一种对主流文化抵抗与放弃抵抗兼具的状态,在其自身风格和行为层面综合了主动晒丧的压力分享、佛系生活的自我解嘲和对成功的话语解构^[22]。青年群体将潜藏的内在真实自我表现出来,既是一种反向的调整与负能量的释放,又为接下来的潜在行为改变积蓄心理能量。

四、抖音短视频“丧文化”的消解与转化路径

抖音“丧文化”对年轻人的成长有着精神纾解和潜在推动作用,但是“丧文化”中消极层面的影响也不容小觑,“丧文化”凸显了青年在特定时期的负面情绪表达,通过新媒体易引发群体情感共鸣,长期萦绕在群体环境中的丧氛围会混淆假丧与真丧的界限,潜移默化地渗透各种消极情绪与观念,最终危害青年人的健康成长。因此,对“丧文化”消极内容的消解与转化也应积极发挥抖音短视频的积极功能,以推动青年人成长为第一要务。

(一) 因势利导: 拓宽青年成长通道与政策基石

抖音中“丧文化”在青年中流行的主要原因是通过线上匿名抒发情绪进而打造网络空间的话语狂欢,得以暂时逃避主流文化规劝。青年希望以幽默、自嘲、反讽的行为缓解压力、降低期待来暂时应对其面临学业负担、人际交往和未来就业所出现的茫然无措与焦虑担忧。因此,要理性看待青年的丧,因势利导的教育会让青年在积极和消极情绪拉扯的张力中主动调适和化解消极情绪。同时,“丧文化”的产生与传播有其固有的消极作用,影响正确价值观的形成。因此从政策设计与社会环境方面给青年大学生提供更多发展机会,拓宽青年发展平台,注重开阔青年人看问题的视野,针对青年在发展中遇到的具体问题给予更多实际的支持与帮助,尤其是注重拓宽青年群体向上流动的职业和成长通道,夯实助力青年积极向上的政策之基。

(二) 协同发力: 以社会正能量引领线上线下并行

抖音一个非常重要的技术优势是迅速的聚集效应,规模庞大的个体迅速融汇成群体环境,线上舆论幻化为重要的风向标和领航器。根据心理学的回音室效应和群体极化现象,在一个相对封闭的环境中,相近的意见像回音一样以各种形式被不断重复,处于其中的人们会认为这些扭曲的现象就是事实,并且会越来越呈现极端化倾向^[23]。“丧文化”正是利用这些不断重复的、花样翻新的海量信息来吸引和影响受众。网络媒体承担正能量的线上舆论宣传可效仿回音室效应理论在抖音上无缝隙、精准化插播主流价值观,利用抖音庞大的用户数量凝结为群体氛围,运用群体舆论吸睛的方式促发正能量的弘扬,即“通俗但不低俗,文化而不诋诃”^[25],引领大学生获取正能量的鼓舞作用。要重视主渠道抖音的开发与传播。例如,勇敢逆行的抗疫战士、默

默守护大山 17 年的护林员、守岛夫妻等。同时线上潜移默化影响要在真实的社会和学校环境中得到印证,其核心路径是以社会整体发展带动个体意识的融合,建立青年“丧文化”的自动融入路径。这种融入表现为表达方式的升级与转化,表达内容的主流化与逐渐趋同化并存。青年人通过丧所进行的自我探索与建构,能够不断发现这种焦虑是一种集体意识而非个体独有的困扰,这也体现了社会发展历史过程中青年不断针对社会的标准进行主动调整和适应的特点。

(三) 技术赋能: 利用抖音传播特点塑造积极社会文化

“丧文化”赢得年轻人的原因之一是其幽默、风趣、娱乐、反传统的表达和抖音强大的技术支撑相配合,因此要在充分了解其技术特点的基础上,在主流文化传播中添加娱乐幽默的形式和贴近青年心理的方式增加其吸引力和感染力。同时要引导青年正确看待抖音的技术特点和关注热点。网络新媒体中“丧文化”的发展传播有其自身规律,主体特点是社会信息的传播呈现迅捷化和碎片化,整个社会热点会快速转换,使得“丧文化”中的各种符号也快速被青年关注、接纳和消解。因此对于青年在短时间内对某些丧符号的关注和使用不必过于紧张。要帮助他们合理使用抖音等短视频工具,发挥其正向和积极的功能。此次抗击疫情中通过抖音等社交媒体所传播的许多小视频,感动亿万国人,成为全国人民万众一心、众志成城抗疫的精神动力,这些制作精美新奇、真实而鲜活的小视频,从不同角度、不同侧面呈现了大爱、责任、团结和勇气等正能量,借助抖音等新媒体快速传播,达到了良好的宣传效果和最大化的社会效益。

[参 考 文 献]

- [1][17] Luchman J N, Bergstrom J, et al. A motives framework of social media website use: A survey of young Americans. *Computers in Human Behavior*. 2014 (38).
- [2][19] 萧子扬 常进锋 等《从“废柴”到“葛优躺”: 社会心理学视野下的网络青年“丧文化”研究》,载《青少年学刊》2017 年第 3 期。
- [3] 董扣艳《“丧文化”现象与青年社会心态透视》,载《中国青年研究》2017 年第 11 期。
- [4] 张晓庆《“丧文化”背景下的青年积极社会心态培育研究》,载《中国青年研究》2019 年第 6 期。
- [5] 魏志赞《中英文媒体对丧文化报道偏见的话语分析》,武汉大学 2018 年硕士学位论文。
- [6] 程现昆 闫嘉琳《新媒体时代“丧文化”现象及其成因探析》,载《新闻研究导刊》,2019 年第 7 期。
- [7][8] 施 蕾《无力颓废与抵抗消解——网络“丧文化”现象解读》,载《福建师范大学学报》(哲学社会科学版) 2017 年第 6 期。
- [9][22] 庞雨晨《亚文化视角下 90 后“丧文化”的风格及其意义》,浙江大学 2018 年硕士学位论文。
- [10][14] 刘朝霞 王 瑜《新媒体视域下青年网络“丧文化”传播研究——以流行词“佛系”为例》,载《中国青年社会科学》,2019 年第 3 期。
- [11] 高凌波《网络传播中的“丧文化”现象研究》,苏州大学 2018 年硕士学位论文。
- [12] 燕道成 马苏苏《网络“丧文化”现象浅论》,载《当代青年研究》2018 年第 5 期。
- [13] 杜骏飞《丧文化: 从习得性无助到“自我反讽”》,载《编辑之友》2017 年第 9 期。
- [15] 马倩倩《新媒体环境下丧文化现象解读》,载《北方传媒研究》,2018 年第 2 期。
- [16][21] 蒋建国 李颖欣《网络情绪表达与价值观引领——对“丧文化”的反思》,载《长白学刊》2018 年第 6 期。
- [18] 李玉竹 刘新玲《大学生“丧”文化现象心态剖析及对策——基于思想政治教育视角》,载《福建师大福清分校学报》,2018 年第 6 期。
- [20] 张 玲《亚文化资本视野下的青年“丧文化”研究》,中国社会科学院研究生院 2019 年硕士学位论文。
- [23] 彭 兰《网络传播概论》,北京: 中国人民大学出版社 2017 年版,第 156 - 157 页。
- [24] 骆郁廷 李勇图《抖出正能量: 抖音在大学生思想政治教育中的运用》,载《思想理论教育》2019 年第 3 期。

(责任编辑: 王俊华)