

## 短视频使用对青少年自我认同的影响及其内在机制

侯慧慧<sup>1,2</sup>

1. 新疆师范大学心理学院, 乌鲁木齐;
2. 新疆心智发展与学习科学重点实验室, 乌鲁木齐

**摘要** | 自我认同是青少年成长的重要课题, 短视频使用被视为一种关键的影响因素。本文系统梳理了短视频使用影响青少年自我认同的表现形式、作用路径及其中的调节因素, 对于建立和完善青少年自我认同具有重要意义。从短视频使用的程度(时长频率/与强度)、形式、动机及内容偏好, 归纳对青少年自我认同影响的具体表现。基于社会比较、使用与满足、刺激-机体-反应三条理论路径阐释其内在作用机制。进一步, 这种影响会受到包括自我同情、年龄、乐观在内的自身因素调节作用, 以及平台算法和反馈机制在内的平台特性因素的调节作用。未来应深化对短视频使用与自我认同之间的本土化研究, 从对象、方法、内容等多个方面拓宽研究领域, 并为家庭、学校和社会提供针对性教育启示, 引导青少年在数字环境中实现健康的自我认同发展。

**关键词** | 短视频使用; 青少年; 自我认同

Copyright © 2026 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/). <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



### 1 引言

随着自媒体时代的兴起, 抖音、快手、小红书等以短视频为主的社交网站快速涌现(张天羽等, 2024)。短视频凭借其碎片化、可视化、强互动的特性, 已广泛渗透至青少年的日常生活。根据中国互联网络信息中心发布的《第54次中国互联网络发展状况统计报告》(以下简称《报告》), 截至2024年6月, 我国新增网民742万人, 以10~19岁青少年为主, 其中青少年占新增网民的49%, 青少年是短视频使用的主力军(中国互联网络信息中心, 2024)。青少年正处于青春期, 需要通过整合自身特质、社会角色与他人反馈, 形成稳定、一致的自我认同, 如果没有构建出健康的同一性, 则有可能出现同一性混乱, 进而引起心理健康等问题(Erikson, 1968)。

作者简介: 侯慧慧, 新疆师范大学心理学院, 硕士研究生, 研究方向: 发展与教育心理学。

文章引用: 侯慧慧. (2026). 短视频使用对青少年自我认同的影响及其内在机制. *心理咨询理论与实践*, 8(5), 262-274.

<https://doi.org/10.35534/tppc.0805032>

鉴于此,国内外学者开始关注短视频使用对青少年自我认同的影响,并开展了一系列实证研究加以探讨。例如,个体浏览的内容越积极,越能提高生活满意度和缓解消极情绪(Masciantonio et al., 2023)。另一项研究表明,过度使用短视频的青少年,在心理健康、家庭和学校状况等方面的问题水平更高(Chao et al., 2023)。然而,专门针对短视频使用对青少年自我发展潜在影响的研究,如自我认同的研究仍然有限。已有研究表明,构建清晰的自我认同在青少年发展的各方面起着关键作用,如个性、身体形象和生活意义等(李宝聪,张雅明,2025;Shin et al., 2016)。本文在前人研究的基础上,结合最新的研究成果,结构性梳理和总结了不同层面短视频使用对青少年自我认同的影响,并进一步归纳和分析这种影响的三条主要作用路径及潜在的调节机制。在此基础上,本文还指出了现有研究的不足,并对未来研究提出了有价值的启发和参考方向。这一工作不仅有助于后续研究者快速、全面地把握使用对青少年自我认同的影响,而且为青少年构建健康的自我同一性、提升心理健康和主观幸福感提供了理论层面的建议。

## 2 概念界定

### 2.1 短视频使用

心理学领域的研究者认为,短视频是一种允许上传几秒钟到几分钟视频的新的在线社交媒体形式(Wu et al., 2021);信息技术领域的研究者认为,短视频是一种社交技术信息平台,允许个体使用手机或其他移动终端,快速、轻松地创建和上传15秒的视频,并与朋友、家人或大众分享(Zhang et al., 2019)。尽管不同领域对短视频的描述侧重点不同,但都包含了以下内容:凭借移动智能终端,创作者能够随时随地拍摄,并用相关软件快速剪辑,制作门槛较低,具有强互动性。短视频使用,是指个体通过移动设备访问短视频平台,进行观看、分享和创作等行为,已成为人们休闲娱乐和社交互动的重要方式。短视频具有易得性、便捷性、娱乐性和共享性,能够满足用户在社交、自我表达和娱乐等方面的需求(Meng & Leung, 2021)。

### 2.2 青少年自我认同

自我认同(ego-identity, 又称自我同一性)最早由埃里克森在个体心理发展阶段论中提出,埃里克森认为,自我认同有两层含义:第一,是个体对自身在过去、现在和未来的一致性和连续性的感受与体验,也就是个体对于“我是谁”“我能成为什么样的人”“我在社会中的角色和地位”等问题的回答。第二,指个体在特定环境中的自我整合。个体在与他人互动的过程中,通过模仿、认同、调节意识和选择行为等方式,积极地构建和完善自我。自我认同是青少年人格发展的重要课题,其本质是青少年在12~18岁同一性和角色混乱的关键期,通过整合自身生理特质、心理能力、社会角色与他人反馈,形成稳定、一致且持续自我认知与情感接纳(Erikson, 1968)。在埃里克森首次提出自我同一性理论后,后续研究者在此基础上进行了扩展, Marcia 根据个体应对自我同一性形成任务的策略和结果,基于探索和承诺两个维度,将自我同一性划分为四种状态:同一性扩散(缺失承诺, 缺失探索)、同一性早闭(作出承诺, 缺失探索)、同一性延迟(缺失承诺, 作出探索)、同一性完成(作出承诺, 做出探索)

(Marcia, 1966)。

### 3 短视频使用对青少年自我认同影响的表现形式

概括来说,短视频使用对青少年自我认同影响的表现形式大体可以分为4类:短视频使用程度、短视频使用形式、短视频使用动机及短视频使用内容偏好。

#### 3.1 短视频使用程度对青少年自我认同的影响

通过对已有研究进行梳理发现,最初考察短视频使用与自我认同的研究主要聚焦于短视频的使用程度,本文认为操作化定义包括短视频使用时长/频率和使用强度两个维度。

短视频使用时长或频率,通常以个体观看短视频每周或每日的时长,以及日常使用频率衡量。研究发现,长时间观看抖音、快手为主的短视频,导致青少年失去时间知觉,时间感知的扭曲会影响青少年对过去、现在和未来的连贯性认知,进而影响其清晰和稳定自我认同的形成(王培莉, 2025)。进一步研究发现,个体在短视频的时间投入与自我认同之间存在正向关联,相较于使用频率低的青少年,过度使用短视频的青少年,可能会面临自我认同的困惑或衰退(韩冬雪, 康晶, 2025)。然而,并非所有的研究都支持这种一致的负面关联。Guo 和 Chai (2024)的实证研究表明,社交媒体使用对青少年心理繁荣潜在的有害影响,并非由使用频率或时长决定,而是更取决于青少年与社交媒体平台之间的情感连接或投入程度(Guo & Chai, 2024)。因此,考察短视频使用强度可能比单纯考察使用时长或频率更具指标意义(Verduyn et al., 2017)。

短视频使用强度,是指短视频融入个体生活的程度,以及个体与短视频的情感联系强度(Ellison et al., 2007),更能捕捉用户与媒介的心理绑定程度。研究发现,短视频使用强度与青少年自我认同发展之间存在显著的负相关关系,并且通过进入沉浸状态的中介作用,会进一步影响青少年自我认同的稳定性(Wang & Wang, 2024)。在更广义的社交网站领域,多项研究也得出了一致结论,鉴于短视频平台是当前社交网站功能最集中的载体,这些发现可提供重要的验证。例如,一项纵向研究发现,Facebook使用强度能显著负向预测青少年的自我概念清晰性的下降,而自我概念清晰性是自我认同构建的基础(Appel et al., 2018)。国内关于社交网站的研究同样表明,包含短视频功能在内的社交网站使用强度与青少年自我认同呈显著负相关,社交比较是其中的关键机制(牛更枫等, 2016)。综合来看,虽然关于使用时长/频率的研究结论尚不统一,但更深入的研究表明,超越单纯时长的使用强度是负向预测青少年自我认同发展更为稳健的指标。

#### 3.2 短视频使用形式对青少年自我认同的影响

尽管上述研究结论支持了关于短视频使用与青少年自我认同之间存在关联的推测,但短视频使用程度只能反映青少年日常短视频使用的基本情况,难以全面揭示短视频对青少年自我认同发展的影响。因此,需深入研究主动性和被动性两种不同形式的短视频使用对青少年自我认同的影响。

主动性创作型使用,是指能够增进沟通交流的信息生成行为,在短视频中指拍摄、编辑并发布短视频的行为(Verduyn et al., 2015)。研究发现,青少年通过参与制作短视频内容,有助于提高自我效能感,

在 Zhang 的研究中,个体通过分享对全球流行文化的偏好,特别是 K-pop 视频,从而加强文化认同和全球社区的联系。相比之下,个体则对汉服(中国传统服装)和手工艺品充满热情,强调这些兴趣加深其对历史和文化的理解,同时通过内容创作支持当地传统,动态的文化探索有助于青少年塑造和确认他们的自我认同。虽然短视频能创造了连接的环境,但也会产生一种高度的自我监视感,使其对保持自己的网络形象感到焦虑,担心缺乏参与会导致社会排斥(Zhang, 2025)。

被动性浏览型使用,是指无明确目的地滚动浏览平台推荐的内容的行为(Verduyn et al., 2015)。其核心风险在于持续暴露于海量、经过精心筛选和修饰的他人生活片段,极易诱发频繁的上行社会比较。大量研究表明,被动浏览与外貌、生活满意度等方面的负面自我评价密切相关(张天羽等, 2024; 李宝聪, 张雅明, 2025)。进一步研究发现,持续的使用短视频为主的社交网站,会通过社会比较倾向阻碍稳定而清晰自我认知的形成,这也进一步说明短视频的使用会对个体自我认同的发展产生消极影响,使个体面临自我不同方面无法统合的风险(牛更枫等, 2016)。纵向研究也发现,青睐于被动性 Facebook 使用的青少年,更容易获得较高水平的身体不满意体验,从而阻碍青少年身份认同的发展(Rousseau et al., 2017)。这些研究结果都表明,被动性浏览短视频会诱发青少年自我认知混乱,进而影响自我认同的构建。

### 3.3 短视频使用动机对青少年自我认同的影响

在分析了使用形式的基础上,探究行为背后的心理与社会动机至关重要。青少年使用短视频的动机,决定了他们体验平台的方式,以及这些体验如何进一步塑造其认知和感受。先前研究已经识别出多种使用动机,包括建立人际关系、获取与分享信息、娱乐消遣、现实逃避及寻求外观反馈等(Guo et al., 2022),这些不同的动机对自我认同产生着分化的影响。唐悦发现,基于易用性、社会交往和娱乐消遣的动机,对自我同一性具有显著的负向影响。其中,社会性动机的作用尤为关键。同伴关系会显著影响青少年的行为与态度(唐悦, 2021)。同伴压力和模仿行为,本质上正是一种源于群体归属需求的社会性使用动机,它驱动个体为避免被边缘化,而模仿同伴的短视频过度使用行为(王培莉, 2025)。正是这种外部动机的内化过程,将为了融入群体而刷短视频的初始行为与自我认同的困惑和依赖联结。与之相对应的是,基于内在需求的使用动机也可能发挥积极的作用。例如,研究显示,信息获取动机和情感满足动机,与个体内部自我认同的发展呈正相关关系(吕昊洋, 2021)。这些研究结果均表明,不同性质的使用动机对青少年自我认知影响存在差异。

### 3.4 短视频内容偏好对青少年自我认同的影响

在分析了短视频使用动机对自我认同影响的基础上,探究短视频平台不同内容类型对青少年构建自我认同同样至关重要,这是因为青少年使用短视频的内容偏好会影响他们的认知和感受,进而影响青少年的行为方式。众多研究探讨了短视频内容偏好与自我认同之间的关联。王玉慧等人的系列实证研究表明,频繁接触美妆、穿搭、健身(尤其是所谓的理想身材)类内容,是导致青少年(尤其是女性)身体不满意的显著因素,会直接冲击其身体自我认同。相关研究表明,青少年接触过多可以模仿的成熟角色模板,会诱发其心智早熟问题,导致其提前遭遇身份确认和角色混乱(王玉慧等, 2021)。例如,频繁

刷感情类的短视频,会使得个体在心理上产生虚假的自我认同,从而干扰青少年对自我身份的理解,造成自我认同的混乱(王培莉,2025)。短视频的内容偏好,并不一定都会对青少年自我认同的构建产生消极影响。有研究发现,青少年会基于一些学习、竞赛获奖、职业规划等内容反思自己,从自身的优势出发,保持积极的学习状态,体现了短视频影响下青少年对人生追求、职业选择的正向强化和引导(杨学文等,2023)。这些研究结果均表明,不同的短视频内容偏好会影响他们的认知和感受,进而影响青少年自我认同的构建。

## 4 短视频使用影响青少年自我认同的内在机制

为进一步考察短视频使用对青少年自我认同的影响,不仅开展了大量实证研究,而且深入探讨了其中的影响路径。短视频通过其独特的技术特性和内容生态,对正处于自我同一性形成关键期的青少年产生多维度心理冲击,其作用机制可基于以下三条核心理论路径进行阐释。

### 4.1 社会比较与自我评价路径

社会比较理论认为,个体具有评价自己的能力,在缺乏客观、非社会标准的情况下,人们往往借助与他人的比较完成自我评价(Festinger, 1954)。短视频平台通过算法,将大量经过精心编辑、呈现理想化外貌、生活、才艺的内容向用户推送给,创造了极易触发上行社会比较(与感知上优于自己的他人比较)的环境(Vogel et al., 2014),他们的身材外貌大多经过精心修饰和美化。长期接触此类形象,可能会使青少年偏执地认为这才是社会公认的美丽标准,并以此严苛要求自己。当这些理想化的标准难以企及时,可能会引发青少年对自己身材外貌的不满,甚至产生内疚或羞耻感(张天羽,张向葵,2019)。对于自我概念尚未稳固的青少年而言,这种比较过程对其自我评价具有深远影响。

研究表明,短视频的视觉化、全息化和高沉浸感特性,使得其中的社会比较更具冲击力。青少年在被动浏览时,频繁接触他人呈现的完美片段,极易启动自动化的比较过程(刘庆奇等,2017)。根据比较的指向,会产生对比与同化两种效应(Buunk & Gibbons, 2007)。在对比效应下,青少年感知到自身现状与视频中理想标准的巨大差距,可能导致自尊下降、对自身特征(如外貌、能力、家境)不满,从而削弱积极的自我认同,甚至引发焦虑和认同扩散(连帅磊等,2017)。尤其是在以视觉形象为主导的短视频平台(如抖音),外貌相关的上行对比对身体意象和自我价值的负面影响已被大量研究证实(黄于飞等,2023)。而在同化效应下,青少年将视频中的榜样视为可企及的理想自我,从中获得启发和动力,可能促进其对特定身份的探索与承诺,属于认同延缓过程中的积极状态(Avci et.al, 2025)。然而,算法构筑的信息茧房,可能使青少年长期接触单一类型的理想形象,导致其不加批判地内化某种狭隘的身份模板,陷入认同早闭,过早、僵化地接纳某种身份而缺乏自主探索(Zhang, 2019)。因此,短视频环境中的社会比较,是连接媒介接触与自我评价、影响认同状态的关键心理机制。

### 4.2 动机分化与身份探索路径

基于使用—满足理论,人们会依据自身的实际需求选择使用某些媒体或媒体内容,满足具体需求,

而需求的满足与否，又会影响后续行为与心理状态（Katz et al, 1973）。青少年使用短视频的动机存在显著差异，这些差异决定了其使用模式，进而导向截然不同的自我认同探索轨迹。个体喜好的差异会引起使用内容的差异。例如，喜爱网游的青少年，会关注一些分享精彩游戏瞬间的视频博主；热衷军事和现代武器的年轻人，可能常常浏览一些战场前线视频，并以此获得满足感。

以往研究表明，短视频可以满足年轻人的信息（认知需求）、娱乐（情感需求）、社交、逃避和个人综合的综合需求。信息需求通常与增加知识、信息和理解有关。情感需求通常与加强愉悦和情感体验有关；社交需求则与家人、朋友和世界的联系有关；逃避需求与使自己远离社会角色有关；个人综合需求与增强自信和地位有关（Bae, 2018）。不同主导动机驱动下的短视频使用行为，对自我认同的建构作用存在差异。以社交互动和身份探索为主要动机的青少年，倾向于进行主动性使用，如创作并发布视频、参与挑战、与创作者深度互动。这种行为本身是一种数字化的自我叙事，青少年通过选择呈现的形象、观点和生活方式，在虚拟空间中进行可能的自我的尝试与演绎，这契合了埃里克森理论中通过社会角色尝试达成自我认同的核心过程（Erikson, 1968）。相反，若主要受娱乐消遣或习惯性消磨时间动机驱动，青少年更可能陷入高强度的被动性浏览。这种使用模式虽然使其获得了短暂的愉悦感，但可能挤占线下深度社交与反思的时间，导致个体沉浸于碎片化信息流中而缺乏对自我的连贯性思考，增加自我认同扩散的风险（Reinecke & Hofmann, 2016）。进一步研究，Zhang 等（2019）发现，平台的个性化程度越高，用户越容易产生对短视频平台的依恋和满足，并最终导致过度使用倾向。青少年正处于自我认知成型期，依赖外部信息和反馈构建自我认同。他们会被困在算法打造的“信息茧房”中，多接触单一审美、片面价值观等偏好内容，而非多元现实，进而导致自我认同单一。因此，短视频的使用与满足影响青少年自我认同的建构，限定了青少年与平台互动的基本方式，极易引发潜在的心理后果。

### 4.3 刺激唤醒与认知—情感整合路径

刺激—机体—反应理论，又称环境心理模型。Mehrabian 和 Russell 提出 S-O-R 理论，该理论认为，外部刺激（S）通过有机体的内部状态（O）引发行为反应（R）（Mehrabian & Russell, 1974）。刺激因素是指使用者所面临的外部环境，即触发或唤起行为的因素；有机体是指包含个体的认知或情感等的内在状态，它中介了刺激与个体反应之间的关系；反应，是指对刺激产生的趋近和回避的态度或行为。该理论为理解短视频使用的即时心理影响提供了路径：在短视频情境中，刺激是平台提供的强感官性、高互动性、碎片化且源源不断的视频流；机体是青少年用户被唤起的认知负荷、情绪状态和自我相关思考；反应则是自我认同清晰度或状态的改变。

研究表明，短视频的强刺激性特征（如快节奏剪辑、高饱和色彩、震撼音效）旨在最大化捕获和保持用户注意力，这会诱发高水平的生理与情绪唤醒（Yang et.al, 2025）。进一步研究发现，个体长期处于高唤醒状态可能会损害执行功能，特别是抑制控制和深度反思的能力，二者正是进行整合性自我认同探索所必需的认知资源（Baumeister, 2014），同时，短视频易于操纵的界面和个性化的内容，以及短视频应用的娱乐性和互动性等特性，让个体感受到强烈的乐趣，激发了用户的好奇心，这些都使得用户易于产生沉浸感（龚艳萍 等，2020）。进一步实证研究发现，沉浸感在青少年短视频使用和自我概念之间起中介作用，具体来说，短视频固有的独特设计特征和技术可供性，有助于在用户之间激发出一种心

流状态。随后,这种高度沉浸和参与的状态,可能会导致个体过度专注于短视频的虚拟领域,从而模糊其线上和线下身份之间的界限。反过来,这种模糊会对自我概念的清晰性和连贯性产生负面影响(Wang & Wang, 2024)。这种处于算法塑造的认知环境中的沉浸感,使青少年处于一种被动接受信息、而非主动建构意义的机体状态,不利于形成复杂、深刻且自主的自我概念。最终,这种状态会导向特定的自我认同反应,即持续的高唤醒与碎片化信息输入,可能阻碍深度自我反思,导致自我概念清晰性下降和认同扩散(Campbell et al., 1996; 董王昊等, 2023)。而对某一类刺激的重复接触与情绪共鸣,则可能加速对某种身份的情感性承诺,导致过早的认同早闭。实证研究表明,被动性社交媒体使用通过增加认知负载和状态焦虑,间接降低了青少年的自我概念清晰性(刘庆奇等, 2017)。因此,短视频使用中的刺激—机体—反应,是连接媒介接触与认知情感、进而影响认同状态的关键心理机制。

## 5 短视频使用影响青少年自我认同的调节因素

### 5.1 个体自身调节因素

年龄是影响自我认同关系关键发展变量,青少年的身份发展具有阶段性差异。Avei等人(2025)的研究证实,低龄青少年的在短视频中更倾向于能力向上比较,更容易强化身份承诺(如明确自身能力发展方向);高龄青少年的观点平行比较更能提升其身份确定性,这与青春期早期侧重能力的探索、晚期侧重价值的认同的发展任务一致。吕昊洋(2021)针对牡丹江地区中学生的研究进一步补充,初一至初三学生对短视频使用中观点平行比较的依赖性更强,其自我认同独立性维度受周围其他人观点的影响显著高于高中生,原因在于低龄青少年群体归属需求更强,更倾向于为了融入集体而放弃独立思考。刘庆奇等(2017)的研究也发现,17~24岁的大学生的乐观特质对上行社会比较的调节效应,显著强于低龄青少年,反映出随年龄增长,个体心理资源的缓冲作用逐渐凸显。

乐观等积极心理特质能够缓解社会比较的消极观念,对青少年自我认同有重要的影响。刘庆奇等人(2017)以1208名大学生为样本的研究表明,乐观水平显著调节上行社会比较的中介效应,低乐观者中,上行社会比较对自尊的负向预测作用和对自我概念清晰性的负向预测作用都很显著;高乐观者中,上行社会比较对自尊的负向作用完全消失,对自我概念清晰性的负向效应也显著减弱。主要是在于高乐观者会将比较后的能力差距,转换为自己可以通过努力改善的空间,即高乐观者会将不足和差距看作进步的空间,而不是自己的缺陷。

自我同情指个体在面对自身的不足、失败或遭受痛苦时,仍对自己抱有同情和怜悯的心理能力(Neff, 2003)。研究显示,自我同情与身体不满意、身体羞耻感呈显著负相关(Ferreira et al., 2013)。干预研究也表明,自我同情能够鼓励个体接受自身的不完美,并有效减少身体监控和外貌比较(Toole & Craighead, 2016)。陈立琛的实验研究证实,自我同情显著调节自我客体化与外貌焦虑、上行社会比较与外貌焦虑的关系,低自我同情者中,上行社会比较对外貌焦虑的正向影响显著强于高自我同情者;高自我同情者能接纳自身不完美,减少以他人的标准评判自我的倾向,从而削弱比较带来的自我威胁(陈立琛, 2025)。

## 5.2 平台特性调节因素

平台为追求用户规模扩张和使用时长增加，将算法作为实现该目标的关键手段。算法推荐模型的核心优势在于能够永久计算和永久算计，用户与算法之间的交互构成一种递归关系：用户行为数据持续反哺算法迭代，算法通过深度学习不断提高推送内容的定制化程度，诱导用户沉溺于构建的“兴趣泡沫”，极大地降低了青少年搜寻比较信息所需的主动性和努力程度（李龙飞，张国良，2022；丁晓东，2020）。Qin 等针对 659 名中国青少年的研究发现，TikTok 的算法推荐通过提升系统质量（灵活性、整合性、易用性），显著诱发心流状态，而心流会通过浓度、时间扭曲等维度强化比较的消极效应，最终加剧自我认同的混乱（Qin et al., 2022）。算法会持续推送用户偏好或曾引发其情绪波动的内容，这极易形成高度同质化的“信息茧房”或“过滤泡泡”。青少年被禁锢在由特定审美标准、价值观念构筑的狭小信息空间中，其所内化的社会比较标准也会变得单一、片面，且被不断强化，失去了在多元现实中校准自我认知的机会（Geschke et al., 2019）。神经科学研究为此提供了证据，观看个性化推荐的短视频，会持续激活大脑负责奖赏加工的区域，并抑制认知控制相关脑区的活动，表明该过程具有诱发过度使用倾向的神经基础，进而削弱理性调控（Su et al., 2021）。

短视频平台的交互设计与反馈机制，极大地降低了社会比较的行为成本。只需要单指“向上滑动”，便可获得丰富不断的信息流，大幅降低了人们获取信息满足所需付出的成本（Su et al., 2021）。如果以用户认知投入为成本、以获取的刺激满足为收益，相比于需要较高认知参与（如玩游戏）或长时间集中注意（如看电影）的活动，短视频使用显然是一种低投入、高收益的资源交换活动。这种高收益性将不断强化短视频使用行为，对于认知发展不成熟的青少年来说，很容易导致过度使用，进而阻碍其自我认同。

## 6 研究不足与未来展望

本文在此基础上，结合我国独特的文化背景与媒介环境，提出了不足与展望。

### 6.1 深化本土化研究

当前该领域的研究范式与理论框架多源于西方，直接套用于我国青少年群体存在一定的局限性。未来研究需在以下方面进行本土化的深化与拓展。

中国社会强调集体主义与相互依存型自我建构（Markus & Kitayama, 2014），这与西方个人主义文化下的独立型自我建构形成鲜明对比。在这种文化背景下，我国青少年进行社会比较的动机、维度及后果可能独具特色。例如，他们可能更关注与圈子（如班级、亲友）内他人的比较，其自我认同可能更易受到集体评价和人际关系和谐度的影响（刘艳，2011）。然而，目前尚不清楚这种集体主义取向是缓冲，还是加剧了短视频上行社会比较的负面效应。集体主义文化下的青少年，更依赖线下人际关系，因而被动性使用危害更大？还是说，为了维护集体和谐与“面子”，青少年会承受更大的维持理想化线上形象的压力？这需要未来的研究将文化取向、个人主义或集体主义作为一个核心的调节变量，纳入短视频社会比较与自我认同的研究模型。

我国独特的短视频平台生态与内容生态需要得到重点关注。国外的研究多基于 Instagram、Facebook

等平台,而国内的抖音、快手、小红书等平台在功能设计、算法逻辑和社区文化上均有显著差异。例如,小红书以“记录我的生活”为核心,充斥着大量关于学习、护肤、健身的干货分享与种草笔记,其营造的精致生活标准,可能构成更为多元和具体的社会比较维度(张天羽等,2024)。同样,抖音的沉浸式全屏设计与强算法驱动,可能使得社会比较过程更为被动和自动化(董玉昊等,2023)。未来研究不应再将“社交媒体”或“短视频”视为笼统的整体,而应深入剖析不同平台、不同内容社区(学习类或颜值类)对青少年自我认同产生的差异化影响。

## 6.2 拓展研究方法视角

一方面,应采用纵向设计与密集追踪方法。青少年自我认同的形成是动态、充满探索与承诺的历程(Erikson, 1968)。短视频使用及其社会比较效应也可能随时间波动。未来研究应采用长期追踪设计,考察短视频使用模式对青少年自我认同发展的长期影响。未来的研究可以通过采用更多样化的方法加强这一测量,包括使用模式的区分(例如,独家观看短视频与创作内容)、动机和消费内容的具体类型。这种更全面的方法,有助于更深入地探索使用短视频对青少年自我认同的影响。此外,使用短视频应用程序对青少年的影响,可能会受到其他变量的影响,包括社交媒体素养和环境敏感性等个人特征(Liu et al., 2020),这些保护因素也有待进一步研究。

另一方面,应融合多种研究范式,深化机制探讨。首先,可结合实验法,通过探讨短视频内容检验社会比较的因果效应。其次,神经科学技术(如fMRI, EEG)的应用潜力巨大。例如, Su等(2021)的研究发现,观看个性化推荐的短视频会激活大脑的奖赏区域并抑制与认知控制相关的网络。未来研究可以进一步探索青少年在短视频中进行上行社会比较时,其大脑中与自我参照加工(如内侧前额叶)、社会疼痛(如前扣带回)相关的神经活动有何特征,从而为社会比较的负面影响提供认知神经科学层面的证据。

## 7 结语

短视频通过创造高强度、多维度、被动化的认知环境,已经深度嵌入青少年的日常生活,并对其自我认同的建构产生复杂的影响。本文通过系统梳理短视频使用程度、形式、动机与内容偏好对青少年自我认同的影响,揭示了其表现形式的多样性;进一步基于社会比较、使用与满足,以及刺激—机体—反应三条路径,阐释了短视频使用影响自我认同的作用机制,并指出个体特征与平台特性在这一过程中的调节作用。影响青少年自我认同的作用机制复杂多样,未来的研究应结合我国本土语境,采用多元方法,深入揭示其内在机理,并将研究成果转化为有效的教育实践和社会政策,最终引导青少年在数字洪流中锚定自我,实现从镜像迷失走向自我确立的健康成长。

## 参考文献

- [1] 张天羽, 张亚利, 张向葵. (2024). 社交网站使用对青少年身体不满意的影响及其内在机制. *心理科学进展*, 32(9), 1514–1527.
- [2] 中国互联网络信息中心. (2024). 第54次《中国互联网络发展状况统计报告》发布. *传媒论坛*, 7(17), 121.

- [3] Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis* (Vol. 68). Norton: W. W. Norton & Company.
- [4] Masciantonio, A., Résibois, M., Bouchat, P., & Bourguignon, D. (2023). Social network sites and well-being: Is it only a matter of content? *International Review of Social Psychology*, 36(1), Article 6.
- [5] Chao, M., Lei, J., He, R., Jiang, Y., & Yang, H. (2023). TikTok use and psychosocial factors among adolescents: Comparisons of non-users, moderate users, and addictive users. *Psychiatry Research*, 325, 115247.
- [6] 李宝聪, 张雅明. (2025). 社交媒体使用对青少年主观幸福感的影响及其心理机制. *心理技术与应用*, 13(11), 691-704.
- [7] Shin, J. Y., Steger, M. F., & Henry, K. L. (2016). Self-concept clarity's role in meaning in life among American college students: A latent growth approach. *Self and Identity*, 15(2), 206-223.
- [8] Wu, Y., Wang, X., Hong, S., Hong, M., Pei, M., & Su, Y. (2021). The relationship between social short-form videos and youth's well-being: It depends on usage types and content categories. *Psychology of Popular Media*, 10(4), 467-477.
- [9] Zhang, X., Wu, Y., & Liu, S. (2019). Exploring short-form video application addiction: Socio-technical and attachment perspectives. *Telematics and Informatics*, 42, Article 101243.
- [10] Meng, K. S., & Leung, L. (2021). Factors influencing TikTok engagement behaviors in China: An examination of gratifications sought, narcissism, and the Big Five personality traits. *Telecommunications Policy*, 45(7), 102172.
- [11] Marcia, J. E. (1966). Development and validation of ego-identity status. *Journal of Personality and Social Psychology*, 3(5), 551-558.
- [12] 王培莉. (2025). 社交媒介使用对留守青少年自我同一性的影响 (硕士学位论文). 西北师范大学, 兰州.
- [13] 韩冬雪, 康晶. (2025). 网络短视频成瘾与青少年自我认同的关系分析. *校园心理*, 23(6), 513-521.
- [14] Guo, J., & Chai, R. (2024). Adolescent short video addiction in China: Unveiling key growth stages and driving factors behind behavioral patterns. *Frontiers in Psychology*, 15, 1509636.
- [15] Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review. *Social Issues and Policy Review*, 11(1), 274-302.
- [16] Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.
- [17] Wang, Y., & Wang, S. (2024). Short-video applications use and self-concept clarity among adolescents: The mediating roles of flow and social media self-expansion. *Acta Psychologica*, 249, 104469.
- [18] Appel, M., Schreiner, C., Weber, S., Mara, M., & Gnambs, T. (2018). Intensity of Facebook use is associated with lower self-concept clarity: Cross-sectional and longitudinal evidence. *Journal of Media Psychology*, 30(3), 160-172.
- [19] 牛更枫, 孙晓军, 周宗奎, 田媛, 刘庆奇, 连帅磊. (2016). 青少年社交网站使用对自我概念清晰性的影响: 社会比较的中介作用. *心理科学*, 39(1), 97-102.
- [20] Verduyn, P., Lee, D. S., Park, J., Shablack, H., Orvell, A., Bayer, J., ... & Kross, E. (2015). Passive Facebook usage undermines affective well-being: Experimental and longitudinal evidence. *Journal of Experimental Psychology: General*, 144(2), 480-488.
- [21] Zhang, Q. (2025). The interplay of technology, family, and identity: Chinese adolescents' self-presentation on Douyin. *Frontiers in Psychology*, 16, 1544224.
- [22] Rousseau, A., Eggermont, S., & Frison, E. (2017). The reciprocal and indirect relationships between passive Facebook use, comparison on Facebook, and adolescents' body dissatisfaction. *Computers in Human Behavior*, 73, 336-344.
- [23] Guo, S., Bi, K., Zhang, L., & Jiang, H. (2022). How does social comparison influence Chinese adolescents' flourishing through short videos? *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(13), 8093.

- [24] 唐悦. (2021). 短视频使用对青少年自我同一性的影响研究 (硕士学位论文). 辽宁师范大学, 大连.
- [25] 吕昊洋. (2021). 抖音短视频使用对中学生自我认同的影响研究 (硕士学位论文). 大连理工大学.
- [26] 王玉慧, 耿靖宇, 王思琪, 雷雳. (2021). 社交媒体身体谈论与身体不满意的关系及作用机制. *中国临床心理学杂志*, 29(6), 1256-1259.
- [27] 杨学文, 李祖超, 刘旭. (2023). 网络直播下青少年价值观塑造的现实境遇及治理对策. *湖北社会科学*, (6), 145-150.
- [28] Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140.
- [29] Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206.
- [30] 张天羽, 张向葵. (2019). 青少年饮食失调: 同伴的表现形式及作用机制. *心理科学进展*, 27(4), 657-665.
- [31] 刘庆奇, 牛更枫, 范翠英, 周宗奎. (2017). 被动性社交网站使用与自尊和自我概念清晰性: 有调节的中介模型. *心理学报*, 49(1), 60-71.
- [32] Buunk, A. P., & Gibbons, F. X. (2007). Social comparison: The end of a theory and the emergence of a field. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102(1), 3-21.
- [33] 连帅磊, 孙晓军, 牛更枫, 周宗奎. (2017). 社交网站中的上行社会比较与抑郁的关系: 一个有调节的中介模型及性别差异. *心理学报*, 49(7), 941-952.
- [34] 黄于飞, 史攀, 陈旭. (2023). 自拍照编辑对女大学生相貌不满意的影响: 有调节的中介模型. *中国临床心理学杂志*, 31(4), 945-949.
- [35] Avci, H., Baams, L., & Kretschmer, T. (2025). A systematic review of social media use and adolescent identity development. *Adolescent Research Review*, 10(2), 219-236.
- [36] Zhang, X., Wu, Y., & Liu, S. (2019). Exploring short-form video application addiction: Socio-technical and attachment perspectives. *Telematics and Informatics*, 42, Article 101243.
- [37] Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.
- [38] Bae, M. (2018). Understanding the effect of the discrepancy between sought and obtained gratification on social networking site users' satisfaction and continuance intention. *Computers in Human Behavior*, 79, 137-153.
- [39] Reinecke, L., & Hofmann, W. (2016). Slacking off or winding down? An experience sampling study on the drivers and consequences of media use for recovery versus procrastination. *Human Communication Research*, 42(3), 441-461.
- [40] Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. Cambridge: The MIT Press.
- [41] Yang, Q., Wang, Y., Wang, Q., Jiang, Y., & Li, J. (2025). Harmonizing sight and sound: The impact of auditory emotional arousal, visual variation, and their congruence on consumer engagement in short video marketing. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 20(2), 69.
- [42] Baumeister, R. F. (2014). Self-regulation, ego depletion, and inhibition. *Neuropsychologia*, 65, 313-319.
- [43] 龚艳萍, 曹玉, 李见. (2020). 短视频应用的特性对用户参与行为的影响: 心理参与的中介作用. *情报科学*, 38(7), 77-84.
- [44] Campbell, J. D., Trapnell, P. D., Heine, S. J., Katz, I. M., Lavallee, L. F., & Lehman, D. R. (1996). Self-concept clarity: Measurement, personality correlates, and cultural boundaries. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(1), 141-156.
- [45] 董王昊, 王伟军, 王兴超, 李文清. (2023). 人机互动视角下短视频沉迷的发生机制. *心理科学进展*, 31(12), 2337-2349.

- [46] Neff, K. D. (2003). The development and validation of a scale to measure self-compassion. *Self and Identity*, 2(3), 223-250.
- [47] Ferreira, C., Pinto-Gouveia, J., & Duarte, C. (2013). Self-compassion in the face of shame and body image dissatisfaction: Implications for eating disorders. *Eating Behaviors*, 14(2), 207-210.
- [48] Toole, A. M., & Craighead, L. W. (2016). Brief self compassion meditation training for body image distress in young adult women. *Body Image*, 19, 104-112.
- [49] 陈立琛. (2025). 短视频使用与大学生外貌焦虑: 自我客体化与上行社会比较的链式中介与自我同情的缓冲效应 (硕士学位论文). 广州大学.
- [50] 李龙飞, 张国良. (2022). 算法时代“信息茧房”效应生成机理与治理路径——基于信息生态理论视角. *电子政务*, (9), 51-62.
- [51] 丁晓东. (2020). 论算法的法律规制. *中国社会科学*, (12), 138-159.
- [52] Qin, Y., Omar, B., & Musetti, A. (2022). The addiction behavior of short-form video app TikTok: Information quality and system quality perspective. *Frontiers in Psychology*, 13, 932805.
- [53] Geschke, D., Lorenz, J., & Holtz, P. (2019). The triple-filter bubble: Using agent-based modelling to test a metatheoretical framework for the emergence of filter bubbles and echo chambers. *British Journal of Social Psychology*, 58(1), 129-149.
- [54] Su, C., Zhou, H., Gong, L., Teng, B., Geng, F., & Hu, Y. (2021). Viewing personalized video clips recommended by TikTok activates default mode network and ventral tegmental area. *NeuroImage*, 237, 118136.
- [55] Markus, H. R., & Kitayama, S. (2014). Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *In College student development and academic life* (pp. 264-293). London: Routledge.
- [56] 刘艳. (2011). 自我建构研究的现状与展望. *心理科学进展*, 19(3), 427-439.
- [57] Liu, Q., Huang, J., & Zhou, Z. (2020). Self-expansion via smartphone and smartphone addiction tendency among adolescents: A moderated mediation model. *Children and Youth Services Review*, 119, 105590.

# The Influence of Short Video Usage on Adolescents' Self-Identity and Its Internal Mechanism

Hou Huihui<sup>1,2</sup>

1. School of Psychology, Xinjiang Normal University, Urumqi;

2. Xinjiang Key Laboratory of Mental Developmental and Learning Science, Urumqi

**Abstract:** The construction of self-identity is a core developmental issue in adolescence, and short video usage has become a crucial external factor affecting this developmental process. This study systematically sorts out the specific manifestations, action paths and moderating factors of the impact of short video usage on adolescents' self-identity, which provides theoretical references for promoting the healthy development of adolescents' self-identity. From the four dimensions of usage intensity, usage pattern, usage motivation and content preference, this paper clarifies the specific effects of short video usage on adolescents' self-identity. Based on Social Comparison Theory, Uses and Gratifications Theory and Stimulus-Organism-Response theoretical model, this paper analyzes the internal mechanism behind the correlation between them. Furthermore, this influencing process is regulated by two types of variables, including individual characteristics such as self-compassion, age and optimism, as well as platform environmental factors such as platform algorithm recommendation and social feedback mechanism. Future research should further promote localized empirical research on the relationship between short video usage and adolescents' self-identity, expand the research scope from research objects, methods and contents, and provide theoretical support for formulating targeted guidance strategies for families, schools and society, so as to help adolescents establish stable and healthy self-identity in the digital media environment.

**Key words:** Short video usage; Adolescents; Self-identity