

短视频发挥教育功能要厘清五个观念

近几年来，短视频用户增长很快，据《2021年全国未成年人互联网使用情况研究报告》显示，2021年我国未成年网民规模达到1.91亿；在未成年人网民中，经常在网上看短视频的比例为47.6%。2019年底，中国青少年研究中心在全国选取了北京市、辽宁省、广东省、江苏省、河南省、安徽省、广西壮族自治区、内蒙古自治区共8个省（市、自治区）16个市（区/盟）96所中小学对小学四年级至高二的学生进行了问卷调查，共回收有效问卷10095份。调查发现，65.6%的中小學生使用过短视频APP。这意味着短视频应用在中小学生的网络使用中已经占据很大份额。

短视频内容丰富、可视性强、生动形象，短小有趣。短视频不仅给青少年带来快乐，也是青少年获得知识的重要渠道。调查数据显示，有65.6%的中小學生认为短视频有利于拓宽知识面，58.4%认为短视频可视化的学习方式很有趣、57.6%认为短视频可以看到专家或权威的讲解、55.9%认为短视频更方便交流。这说明，多数中小學生非常认同短视频的知识教育功能。因此，知识教育类短视频内容也很受中小學生欢迎。超过三成（32.8%）中小學生最喜欢知识教育类短视频内容，在搞笑类、动漫游戏类、日常生活类、美食类短视频，话题类、萌宠类、才艺类、明星类等11个短视频内容中位居第三。这说明，知识教育类短视频是中小學生很喜欢的内容。研究中小學生喜欢短视频的原因发现，学习技能和获取信息也是他们喜欢短视频的主要原因，分别

占比32.2%和23.6%。如何充分利用短视频引导中小学生的学习与生活，助力中小学生的教育与成长，是数字时代教育的重大命题，也是短视频进入深度发展期需要肩负的历史使命。

短视频在提升中小学生的综合素养、丰富知识、课业辅导方面起到了很大作用。数据统计发现，中小學生通过短视频获得最多的知识是才艺类知识，如绘画、舞蹈、书法等艺术特长，占比67.1%。这大大丰富了中小学生的课余生活，也弥补了学校及家庭在才艺教育方面的不足；辅导学习类的知识也占比很高（64.1%），位居中小學生通过短视频获得知识的第二位。短视频可以把课程内容做成碎片知识点，供中小學生在零碎时间里补充和强化学习；另外，健身、厨艺、美容等生活技能类知识和人文科学、自然科学等科普类知识也分别占比60.0%和59.3%。从数据看，短视频已经成为知识传播和文化分享的重要载体，知识类内容在中小學生接触的短视频内容中占比近六七成，为中小學生拓展知识和眼界、提升技能和素养起到了重要作用。

随着移动网络和智能终端的发展与普及，短视频已经成为新媒体的重要业态内容，为人们提供了全新的视听体验和观察视角，也为青少年教育提供了丰富的教育资源。以抖音为例，2022年抖音青少年模式中，平均每天新增9146条国学、手工、绘画、逻辑、传统文化等教育内容视频。从这些数字就可以看出来，知识教育类内容已经成为人们刷短视频的“刚需”，知识教育类短视频未来大有可为。我们要充分利用好短视频的传播特征以及中小學生对短视频的需求，大力发挥短视频的优势，为中小學生提供更好的知识内容。要达到这个目标，

需要厘清五个观念。

第一，未成年人该不该用短视频？

虽然全社会都有责任为少年儿童的教育服务，但是未成年人有享受闲暇和接触媒介的权利。成年人要避免将少年儿童的休闲时间和活动功利化、非要给他们的闲暇玩耍赋予“意义”的倾向。也许未成年人刷短视频的确是消磨闲暇时间了，的确是就“图了个乐儿”，但是这些都是儿童作为一个主体应享有的权利，成年人尤其是家长老师们有责任维护儿童的媒介接触权和休闲权，理性看待未成年人与短视频的亲密接触，放松心态养育孩子，服务少年儿童成长。

第二，短视频要有意义还是要有意思？

短视频发挥知识教育功能已经得到越来越多人的认可，短视频产品时间短、交互性强、通俗易懂、形象有趣的特点，更有利于教育功能的实现。寓教于乐，是自古以来被认可的教育理念，通过短视频传播的教育内容也要寓教于乐。因此，有意思重要标准。要避免短视频知识教育内容课本化教材化，有意思要先于有意义，有意思才能更有意义。本次研究发现，中小學生最喜欢搞笑类视频，比例接近六成，喜欢短视频的主要原因是减压和好玩，比例均在半数左右，超出学习技能、获取信息等选项10多个百分点。好玩才是硬道理，追求轻松、快乐、好玩是人之常情，成年人需要孩子更需要。短视频在为少年儿童提供知识教育时，要充分尊重少年儿童的求知需求和心理需求，不仅要让孩子们会学，还要让孩子们乐学、爱学。

第三，短视频上的知识是不是知识？

谈到未成年人的知识学习，家长和老师总是习惯与课本、作业联系起来，似乎知识学习就是语数外。但是，作为成长在信息时代的未成年人，他们需要的是综合素质得到提升，而不仅仅是课本教学。因此，只要是弘扬正能量的短视频，对少年儿童都具有教育意义。短视频要尝试不同内容的知识传播，在德智体美劳各方面短视频都可以有很大的发挥空间。例如，抖音联合中国科学院、中国科学技术协会、中国科学报社等机构，发起短视频知识普惠行动“DOU知计划”，通过多种方式激励权威专业的科普内容生产，截至2020年2月，9万个粉丝过万的知识创作者共发布超过2586万知识视频，累计播放量超过2.4万亿；抖音联合中央美术学院、北京师范大学、启功书院、中国戏曲学会、河南豫剧院、江苏省演艺集团、江苏省昆剧院等启动的“DOU艺计划”，鼓励艺术家分享音乐、舞蹈、书法、戏曲、雕塑、绘画等内容短视频累计1.5万亿播放量、点赞490亿，使更多的人得到艺术教育。因此，短视频企业要了解不同群体青少年对短视频内容的需求，从而使产品更契合青少年的需求。例如，本次研究发现，小学生更喜欢萌宠类、初中生更喜欢知识教育类、高中生喜欢话题类的短视频，城市学生、高中生看科普类知识比例更高，小学生看辅助学习类知识比例更高。在内容生产和推送方面，可以结合不同群体未成年人的需求进行有针对性的推送。

第四，刷短视频会不会沉迷？

提到未成年人对网络的接触，无论是网络游戏、小说还是短视频，成年人经常忧心忡忡、提心吊胆，生怕未成年人玩的时间太长影响视

力、健康、学习，更怕沉迷进去无法自拔。本次研究发现，学习成绩差、缺乏交流对象、感到学习负担重、心理有压力、对未来迷惘、缺乏交往技能、人际关系不和谐的未成年人，刷短视频的频率均最高、时间也最长。家庭教养方式对未成年人刷短视也有较大影响，经常感到家长不尊重自己的未成年人刷短视频的频率更高(23.9%)，比没有这种感受的学生高16个百分点；在家中经常感到不自由的学生刷短视频的频率更高(19.7%)，比从没有这种感受的学生高11.3个百分点；因家长唠叨经常感到心烦的学生，比从没有这种感受的学生经常刷短视频的比例高11.7个百分点；家人经常各自上网缺少交流的学生，比没有这种感受的学生经常刷短视频的比例高15.7个百分点。在时长上具有同样的特点。以每天刷短视频4小时以上为例，经常有家长唠叨让人心烦感受的学生比从没有这种感受的学生高3个百分点，家人经常各自上网不交流的学生比从没有这种感受的学生高5.3个百分点。所以，尊重与陪伴是更好的管理，管理要从陪伴开始。成年人如果担心未成年人沉迷短视频，不妨从陪伴开始，在陪伴中了解未成年人的成长困惑以及他们想得到的帮助，并对未成年人进行管理和引导。如果家长还能陪伴孩子一起看看短视频，一起学习一些有趣的知识，那么不仅是孩子的幸福更是家长的幸福。在陪伴中构建良好的亲子关系，才能更好地管理孩子合理接触短视频。

第五，如何为数字时代的青少年赋能？

利用短视频学习是互联网时代未成年人获取知识的一个重要途径。这种方式为未成年人带来丰富的内容、便利的互动等，然而也存

在一些弊端。例如，不利于集中注意力、缺乏优质内容、知识准确性无法保障、让时间管理变差等。产生这些问题，意味着我们给未成年人赋能还远远不够，在教会青少年个人信息安全保护、合理消费、养成数字时代良好生活方式、自我管理等方面还有很多功课要做。因此，在对青少年进行监督管理的同时，还要给青少年赋能，使他们形成数字时代的媒介素养和科学的生活方式，适应新时代的学习规律。此外，还要充分发挥青少年的主体作用，赋能青少年的媒介参与能力，运用短视频平台丰富的专业资源和素材资源，带领青少年参与视频创造。例如，一些在抖音上非常活跃的艺术家用走进山区，带领当地的留守儿童用艺术手段记录生活的美，在短视频中展示家乡的青山绿水、人文家园、非遗技艺等，就值得推广。留守儿童在参与艺术创造的过程中，不仅体验了多种艺术形式，享受了艺术创造的幸福，同时也唤醒了他们对家乡的自豪感、认同感、归属感。通过线上和线下的结合，为青少年健康与教育赋能，使青少年在参与创造中产生获得感。

（撰稿：中国青少年研究中心 孙宏艳）