

基于“抖音”平台的自媒体发展

柳佳旭 杨文博 梁嘉怡 黄燕 张劲松^(通讯作者)

(齐齐哈尔大学通信与电子工程学院 黑龙江齐齐哈尔 161003)

摘要: 伴随互联网技术的日新月异的发展,同时智能手机开始趋于大众化,中国已经进入了融媒体时代。在融媒体时代,出现更多的自媒体的用户,因自媒体操作简单、风格形式更“接地气”、传播迅速的特点迅速占有融媒体市场。在众多自媒体平台中,抖音短视频已经成为了我国最大的短视频平台,使更多的自媒体用户也能够达到盈利的效果。进而形成了今天自媒体时代的格局,网络时代和自媒体时代的融合促进了线上经济的发展和繁荣。

关键词: 自媒体时代;抖音短视频;网络时代

中图分类号: G206

引言: 短视频在融媒体中独占鳌头,在各个自媒体平台,例如微博、抖音、快手、哔哩哔哩等迅速受到追捧,为大众提供了学习交流的途径,也推动了媒体融合的发展。在融媒体时代,自媒体发展迅速,自媒体人也被称为“UP主”,UP主利用自媒体的经济特性,发挥平台优势,赚取利润。本篇文章根据对抖音自媒体平台进行研究和分析,在此基础上,提出相应建议,希望为提升自媒体平台的发展给与支持 and 帮助。

1. “抖音”自媒体概述

随着经济的发展和社会的进步,我国的信息技术发展迈向了新的台阶。在信息时代的引领下,我国互联网走进了千家万户,在现今的网络时代背景下,产生了大量的信息平台,而抖音作为其中一款发展迅速,技术纯属的平台,在人们的生产和生活中扮演了重要的角色。随着人们对抖音的青睐,抖音自媒体平台开始大量的登上抖音平台,吸引着人们注意的同时,创造了大量的经济效益。

网络上出现了大量的自媒体,自媒体的形式更加灵活,内容也更加娱乐化、多元化,自媒体制作是否成功主要在于作者选题、制作风格和渲染技巧,目前短视频就是一种自媒体中比较火的形式之一。今日头条公司在2016年上线抖音APP,用户能通过将音乐和视频相结合,并加入简单的特效加工,完成短视频的制作,并发送到平台上。因其操作使用简单,逐渐成为自媒体人员使用的最大平台之一。2017年抖音短视频平台日均播放量破亿,2018年抖音短视频开始转型,定位不再是单一青年用户,目标用户开始扩大,并取得了巨大的成功。目前,抖音短视频平台注册用户数量超过我国人口多1/2,已经成为最大的自媒体平台。

2. 自媒体的盈利模式

在当今的融媒体时代下,人们也开始去品尝融媒体这块“蛋糕”的市场,开始以自媒体形式进行盈利。目前,自媒体的盈利模式主要有三种:自媒体+平台补贴、自媒体+广告收入、自媒体+账号营销。

2.1 自媒体+平台补贴

目前,根据调研数据显示,我国目前从事全职和兼职自媒体的人数约1亿。众多人数其主要除了自身的爱好和平台本身的优势,更多是因为平台的补贴,为了鼓励更多作者进入平台,不少自媒体平台都给予作者奖励与分成。其中,今日头条公司拿出10亿给其产品下创作者进行补贴;企鹅自媒体平台发布“芒种计划2.0”;哔哩哔哩平台有百万UP主补贴活动。自媒体可以利用多平台混和发展,

一平台为主,其余平台为辅,实现利益最大化。

2.2 自媒体+广告收入

软文做的好,收益来的巧。自媒体盈利的前提是积累大量的粉丝,因主播都具有极大的号召力,并且粉丝认同其自媒体推荐的东西,粉丝对运营人员具有个人情感的属性,粘性比较高,所以推广效果好。因此,写得好的软文广告,自媒体人进行宣传后用户的反感度会比较小,也更容易被用户接受。

2.3 自媒体+账号营销

自媒体+账号营销模式是自媒体目前最火的收入。其主要细分为直播带货、美食探店和生活记录等。其中,直播带货主要是自媒体与电商模式结合,传统电商只是人们看到商品,无法真正了解商品,自媒体则可以弥补这一缺点,通过主播宣传和讲解可以更近一步的了解商品。美食探店上,可以通过主播的试吃达到一个宣传的效果,商家最终形成网红店,增加收益,同时主播可以得到商家的打赏和免单机会。

3. 自媒体发展的特色要点

在融媒体的时代,任何人都可以成为自媒体的经营者,所以短视频的质量可能良莠不齐。短视频不仅通过形式上的美感吸引人们的注意力,最重要的是通过内容吸引人们的注意力。对于受众而言,在休闲娱乐时选择短视频最重要的一点是它可以在最短的时间内表现出最突出的主题,和受众产生情感链接,使受众迅速获得情感价值的认同。

除此之外,也有一部分受众是为了在短视频中学知识、学技能。情感价值的内容解读。艺术的产生离不开人类的表现欲,而这种表现欲其实本质上就是人类情感的表达,现代社会生活节奏加快,越来越多的人选择通过短视频释放心中情感,与他人产生互动。因此,要想让作品受到大众的青睐,作品的内容主题应该把握好。在常见的短视频题材选取中,比较热点的主题有明星八卦、衣食住行、医疗教育等大众喜闻乐见的与生活直接相关的主题,当然也有垂直领域的的内容,但这些都应符合大众的消费习惯和审美情趣,让大众在感兴趣的领域中汲取知识。

4. 抖音自媒体平台中的缺陷

4.1 短视频内容严重雷同

抖音平台,从最开始的单一视频到现在的多姿多彩,从单一化到多元化的发展,满足广大用户对于内容的需求。但是现实的情况就是,很多短视频的内容都极度相似。由于自媒体平台的要求很低,

很多内容充斥着抄袭和滥竽充数。很多短视频中的内容，就是换几个意义相同的词汇，变化一下场景。一些火爆的原创视频，被争相模仿。这样就直接导致越来越多的短视频被束缚在某一个框架之内。盲目的跟风，搬运，抄袭导致平台内容愈加单一化，这样的现象不仅严重制约了抖音平台的发展，对于某些自媒体平台来说，也违背了其初衷，长此以往下去很难更好的向前发展。

4.2 抖音监管平台存在缺陷

现如今，我们在一些自媒体平台上会发现端倪。一些之前搞原创视频，拍短视频的网红在积累了一定的粉丝之后，就开始直播卖货。很多微商开始将自媒体变成谋取效益的工具。这样的现象比比皆是。但其实这也无可厚非，但是越来越多的直播卖货的网红，出售假货或者三无商品，这样就直接导致了在抖音平台上的假货泛滥。为了谋取不正当的利益，侵犯着用户的消费权益。产生这样现象的主要原因就是，抖音平台的监管有漏洞，导致了直播卖货者利欲熏心。

5. 抖音自媒体平台发展建议

5.1 运用信息技术，构建场景化的自媒体

抖音自媒体平台和其他相似平台比较优势比较明显，抖音自媒体平台能够依据用户浏览信息，产生记忆功能，通过用户浏览的内容，运用大数据进行对比，在此基础上，向抖音客户推送有关的内容。对此，自媒体平台可以根据客户浏览的内容，设计相关的短视频。在未来我国抖音的自媒体平台要运用新型的网络技术和信息技术，让抖音短视频中的内容可以根据人们的需求推送出更具个性化的内容，并且引导人们合理使用该平台。

5.2 加强完善短视频行业体制，强化自媒体平台的监管

抖音平台拥有着庞大的使用群体，这些用户的需求都不一而同。为了能够吸引用户的关注，很多抖音自媒体使尽浑身解数，只为博君关注。在这样的情况下，很多自媒体就会剑走偏锋，运用隐晦的词语或者敏感点去吸引用户的注意力。因此，为了净化抖音平台的风气，就要建立良好的审查机制。在审查的过程中，如果出现懈怠的现象，就会让一些劣质的短视频走进人们的视野，进而对社会产生不良的影响。针对这样的现象就抖音平台能够加强对自媒体短视频的审查力度，在源头上要严格的把关。对于那些已经上传到平台上的短视频，进行动态化监控和管理。

对于抖音用户的反应和投诉的内容进行及时处理，从根本上降低其对于平台的影响，达到净化抖音平台的目的。但是抖音平台自身的能力是比较有限的，还要依靠有关部门的监管技术，强化对抖音自媒体平台上的内容进行监督和管理，建立健全有关监管制度。对于上传具有诱导欺骗等视频的自媒体平台给与严惩。规范用户的使用方式和行为，加强行业内自媒体工作人员的职业操守。未来的抖音平台会运用自己本身具有的优势和特点引导广大用户群体健康的使用，在用户进行商业或者娱乐活动的时候及时进行干预，给与正确的指导。在开放共享的基础上，强化监督和约束。

5.3 打造具有商业化的品牌模式

从当前来看，自媒体平台的运行模式主要有几种。首先建立人设，比如现在比较火的李佳奇。其次是生活模式，运用自媒体平台

在抖音上分享自己的各种生活。三，新闻模式，该模式主要针对央视新闻聚焦的实时热点和地方新闻中的一些热点。最后，就是搞笑幽默模式，通过拍摄一些幽默的段子吸引用户的注意。这几大类自媒体运行模式都各有特色，在各自的领域中有着庞大的粉丝群体。但是这些模式在最开始发展的时候，都是小团队作业，在拥有粉丝团体之后，慢慢向着商业化发展，比如直播销售，植入一些广告，推广产品等。最后在抖音平台上获得良好的经济收益。随着自媒体的快速发展，抖音平台市场似乎有饱和的趋势，导致这样现象的原因之一，就是自媒体越来越多，而且良莠不齐。因此，除却上述极大类型的运行平台，广大的自媒体运营平台，可以开发自己的脑筋，拓宽自己的思维，创新自己的运营模式，如今自媒体平台要想在市场竞争激烈的抖音平台取得属于自己的一席之地，只有创新才是王道。

5.4 自媒体平台建立生活化的运营模式

抖音平台的包容性十分强大，具有题材广泛，能够第一时间更新等优点。只要自媒体上传的视频符合有关规定就可以进行传播。不管是国家大事还是生活上的点滴都能运用自媒体平台进行传播。而对于抖音用户来说，其群体涵盖的范围也十分广泛。针对这样庞大的用户群体，抖音自媒体平台就要面向生活化，贴近人们的生活，从生活上入手，才能最大限度的吸引用户的注意力。

6. 结束语：

根据上述文章中对抖音自媒体平台的论述和研究，总体而言，在短视频方兴未艾的今天，自媒体形式已然成为人们生活中不可或缺的信息来源，同时对于抖音平台来说也是一种重要的盈利形式。抖音短视频平台凭借着优秀的内容生态、推送机制和营收模式，成为了短视频行业的佼佼者。基于抖音平台开展自媒体，可以积累大量的粉丝，通过形成自己独特的风格，创建爆款短视频，吸引广大用户的关注，再逐步向着商业化的方向发展，进而达到抖音平台和自媒体用户的双赢局面。

参考文献：

- [1]陈辰.探析融媒体时代下抖音短视频的现状与发展[J].传媒论坛,2021,4(02):46-47.
- [2]肖杰.短视频传播的审美理念分析[J].声屏世界,2021(03):103-104.
- [3]罗杰,黄国栋,谢璐.短视频发展战略研究——以抖音为例[J].数码世界,2020,(6):33.

作者简介：柳佳旭，女，2001年12月生，汉族，籍贯黑龙江省绥化市，本科，学生，研究方向电子信息工程

杨文博，女，2002年7月生，汉族，籍贯黑龙江省绥化市，本科，学生，研究方向电子信息工程

梁嘉怡，女，2001年10月生，汉族，籍贯黑龙江省大庆市，本科，学生，研究方向电子信息工程

黄燕，女，1998年6月生，汉族，籍贯四川省泸州市，本科，学生，研究方向纺织工程

项目名称：2021年大学生创新创业训练计划项目

项目编号：202110232126