热点聚焦

短视频：尚处成长『青春期』便遭遇『中年危机』？

刘俊 董传礼

从工具性的小众娱乐软件到如今“全民共创”的数字平台，“少年气盛”的短视频迅速收获了10亿用户，成为用户数量最多的网络视听形态之一。

不过，相较于前几年突飞猛进地扩张，近两年短视频体量和用户数量增速都有所放缓。这是否意味着短视频发展后劲不足，尚处成长“青春期”便已然遭遇“中年危机”？

精品化、知识化、便捷化等成为趋势

随着各种因素的叠加，短视频领域增速变慢是一种必然的现象。短视频平台曾经可以不断吸纳刚触网的“银发一族”，而现在短视频平台的使用者几乎覆盖了所有潜在的用户群体，用户数量趋于饱和。当然，增速放缓不仅体现在用户数量上，也体现在资本、内容、形态等多个发展维度中。

这种增速放缓的状态，正倒逼短视频领域探索新的可能性。诸如，转向精耕细作的高质量发展道路，着力增加多元化、品质化的内容供给，满足不断迭代的用户对信息的需求。

目前，短视频的内容生产者主要包括主流媒体、个人用户和MCN机构等。这些主体在意识到短视频发展变局的同时，基于自身的属性、功能、价值等，不断地探索“精耕细作”的方式。主流媒体的短视频作品坚持主题创作，在重大事件和重要时间节点上发挥着传播主流声音、引导社会舆论的作用；个人用户掀起“全民共创”的热潮，特别是随着AI和VR/MR/AR等技术的应用，极大地降低了创作门槛，作品形态更加丰富；MCN机构的职业创作者群体不断壮大，深度参与到短视频创作和分发的全流程，在竞争中不断提升各细分领域的作品质量。主体的多元化、内容的品质化，丰富着短视频领域的生态格局。

在种类繁多的短视频中，泛知识类成为新宠。《短视频用户价值调研报告》显示，用户倾向高效有价值的观看体验，“有用”超过“解压”成为观看短视频的首因。2023年在抖音平台，中国科技馆等机构发布的科学实验视频播放量超432亿次。

降噪、纠错、治污，网络空间治理不能停

必须看到，虽然经过了多轮整治，短视频领域依然存在一些乱象。如果不加以有效治理，不仅会对用户的价值观、消费行为、审美兴趣等产生不良影响，也会对面临调整和提升的短视频领域产生不良影响。

为了流量，一些人不择手段。有的博主通过刻意扮丑、恶搞引流，有的博主则依靠造假摆拍走红。2024年4月，公安部公布了10起网络谣言违法犯罪案例，引发社会关注。这些摆拍短视频为了流量而背离行业伦理，通过制造虚假的事件冲突，激化社会矛盾，引发社会恐慌。

炫富类网红制造消费奇观，迎合粉丝的物欲崇拜。一些网红大肆宣扬拜金主义，在短视频中展示珠宝豪车等，将自己塑造成奢靡的“偶像”。实际上，名媛网红只是一些MCN机构精心包装的商品，其炫富行为是为了将粉丝的崇拜转化为购买力。这类网红已经被平台封杀，但类似的网红是否还会出现，平台是否能第一时间进行整治，仍值得警惕。

涉世未深的青少年很容易受到短视频的负面影响。青少年群体思想感情不成熟，对于网络信息缺乏判断力，非常容易被不正确的消费观、是非观、人生观蛊惑。

触网经验不足的“银发一族”因缺乏数字媒介素养，同样容易被虚假信息所欺骗。直播间自称“儿子”“女儿”的带货主播，让老人迷失在一声声“叔叔阿姨”甚至“爸爸妈妈”中，鬼使神差地下单了一堆假冒伪劣产品……

针对短视频领域存在的种种乱象，在加强教育引导的同时，需要相关部门和平台协同发力，严格管理、严肃整治，不断完善平台治理体系，为短视频领域良性运转保驾护航，为广大受众打造一个清朗的网络空间。

让算法避害、向善

短视频的快速发展，在相当程度上是因其契合用户的观看期待，形成了观看黏着度。而短视频领域的问题和困境，也与黏着度导致的不良观看有直接关系。

不少人在刷视频的时候，有时会陷入痴迷。许多人把责任归咎于平台的大数据算法。一些观点认为，算法有造就信息茧房的危险，理由是算法持续推送用户感兴趣的内容，会让用户在刷看时局限于自己的兴趣，失去了对多元化信息的关注和探索。

从理性的角度看，信息茧房并非存在于所有的短视频刷看行为中，甚至不少学者认为这一观点并没有科学依据。人们所处的环境是复杂而多元的，除了短视频平台，还会受到个体生活、社会场景等多种因素的影响，短视频并不是人们认知的决定性力量。对于短视频平台来说，推荐的内容越多样化，用户长期留存的概率反而越大，所以平台并不会鼓励用户进入信息茧房。一般来说，短视频平台都会设置“兴趣探索”机制，不时地增加用户不常看或随机内容的推送，以避免用户落入信息茧房。

需要看到，信息茧房如果真的存在，还与我们自身缺乏自制力与分辨力、容易陷入自己的偏好有关。通过外力和内驱力尽量改变这一惯性，我们才能找到信息茧房的破局之道。在这方面，短视频平台确实负有积极引导、创设话题、拓展链接的责任。

2023年，考古文博类、文物“显眼包”等内容在抖音持续受到欢迎，带动了博物馆线上线下打卡热。《2024抖音博物馆生态数据报告》显示，过去一年博物馆相关视频数量同比增长191%，累计播放量同比增长62%。这是短视频算法趋利避害的成功案例。

展望未来，短视频应沿着高质量发展的轨道稳步前进，在数字技术、人工智能的赋能下，与不同领域深度融合，成为推动社会文化发展的重要传媒业态之一。

据新华社

短视频的下一个风口在哪里？

南婷

从最初的创意分享到如今的商业化运营，短视频以其独特的传播方式和娱乐消费价值，迅速成为人们数字生活的重要组成部分。然而，随着市场的逐渐饱和、用户需求的不断变化，短视频的红利是否走到了尽头，能否持续释放？风口尾声是否也是转型前夜？

蓝海并未完全退潮

在短视频行业发展早期，抖音、快手等短视频平台通过多重策略吸引大量内容创作者涌入，形成了巨大的流量红利。一方面，平台的内容创作门槛不高，鼓励用户上传、分享各类有趣、有创意的短视频，并提供丰富的编辑工具和特效，使得内容创作较为便捷。另一方面，平台通过算法推荐机制，精准推送用户感兴趣的内容，提升了用户体验和黏性，也增加了内容创作者的曝光机会。

此外，抖音、快手等平台还推出了多种激励措施，如流量分成、广告收益、平台补贴等，为内容创作者提供了可观的收益来源。这些举措有效激发了创作者的积极性，吸引了大量内容创作者涌入平台，各个短视频平台争相抢夺用户和流量，呈现出快速成长态势。

中国互联网络信息中心（CNNIC）统计数据显示，截至2024年6月，我国短视频用户规模达10.50亿人，占网民总数的95.5%。另据艾瑞咨询等报告，短视频市场的用户增长速度已从2018年的58%下降至2023年的4%。这些数据标志着短视频市场逐渐从蓝海转向红海，竞争愈发激烈。

当用户增长放缓、市场渗透率接近饱和，为了获得更多的曝光和关注，创作者们不仅需要提高内容创作的频率和质量，还需要投入更多的时间、精力和财力进行推广。

大多数短视频平台将广告收入作为主要盈利手段，盈利模式单一。随着短视频平台的增多，更多的平台和内容创作者争夺有限的用户注意力和广告预算。同时，相关的法律法规在不断完善，对广告内容和形式提出了更高的要求，增加了商业变现的难度。为了提升用户体验和遵守法规，短视频平台也在加强广告管理，采取降低广告时长、限制广告类型等措施。

随着短视频内容的爆炸性增长，各大平台短视频内容同质化严重，引发用户审美疲劳。还有一些短视频传播虚假信息可能带来社会信任危机，版权侵权问题损害了原创内容生产者的权益，低俗内容则可能对未成年用户产生不良影响。为规范市场秩序，政府部门正加强行业监管，进一步明确平台主体责任、加大对违规行为的处罚力度。这要求短视频平台在内容审核、合规性管理等方面投入更多资源，运营压力增加。

风口尾声也是转型前夜

短视频的红利增长趋缓，但这并不意味着短视频行业已经走到了尽头。在当前阶段，用户规模增速放缓，用户黏性却在不断增强。短视频平台仍然保持着强大的社交活力，例如快手的每日短视频与直播互动次数累计达到100亿次，这表明短视频在用户互动方面仍有很大的潜力。同时，配套产业链趋向成熟，涵盖了上游内容生产端、中游平台发布端以及下游用户群体终端，形成了“生产－分发－消费”的产业闭环，盈利能力持续向好。

与此同时，短视频行业也在积极谋求转型升级。部分平台加强内容审核和版权保护，并不断探索新的技术和应用，如虚拟现实（VR）、增强现实（AR）等，以提供更为身临其境的沉浸式用户体验。这些努力都表明，短视频行业仍然处于深度发展阶段，而不是已经走上了下坡路。

随着5G、AI、大数据等技术的应用，短视频行业将迎来更多创新，这些技术进步可能会造就短视频行业发展的下一个风口。技术创新、内容供给的多样性和社交互动的深化，以及产业链的进一步细分和多元化，意味着短视频行业将继续保持活力。

微短剧乘势抢滩

在面临转型与创新的背景下，微短剧作为短视频的一种延伸和进化形式，正逐渐崭露头角，被视为未来5年撬动巨大市场的下一个“财富密码”。

微短剧通常指单集时长从几十秒到15分钟左右的网络影视作品，具有剧情紧凑、故事有趣、节奏快、成本低、制作周期短等特点。作为新崛起的风口，微短剧用户规模快速增长，内容生产力不断提升，市场商业价值巨大。

微短剧行业正在经历从内容创作到流量和资本的转变。相关数据显示，近3年微短剧备案数量和上线数量均远超长剧。2023年，市场共上线超1400部微短剧，连续两年同比增速超50%；据不完全统计，微短剧市场产值规模近400亿元，已达到2023年全年电影票房市场70%的“水位线”。据抖音平台数据，2023年超过500部微短剧在抖音播放破亿，正式开启短剧元年新篇章。

这一迅猛的发展势头，得益于短视频和直播平台的推动，以及各大制作公司的积极投入。无论是快手、腾讯、爱奇艺、抖音、B站等长短视频平台，还是淘宝、知乎抑或是大中小型的MCN机构、影视制作机构等，纷纷重金加码，试图在短剧这个火爆赛道占据一席之地，押中下一个“财富密码”。 据新华社11月21日电

短视频为什么会越刷越累越空虚？

侯金芹

无论是坐着还是站着，如今大多数人都会捧着手机，手指不自觉地滑动，一个又一个几秒、十几秒的短视频被迅速切换。人们的注意力完全被屏幕吸引，根本停不下来，陡然间一抬头，发现一个小时已经过去了，再一恍惚，发现已经深夜了……

短视频占据了许多人的空闲时间。多少次刚放下手机，却又鬼使神差地拿了起来。明明接收了一天信息，时间却都浪费在碎片化内容上。本来是休闲娱乐的一种方式，为何悄无声息地侵占了我们这么多时间？

认知的双加工系统此消彼长

短视频是利用人类大脑信息加工的特点而设计的，满足了我们大脑多通道的信息加工需求。尽管只有几秒到几十秒，其多通道的感官唤醒却增强了用户对信息内容的体验，激活了用户的愉悦感，也进一步增加了使用频率和时长。

短视频的“高收益陷阱”容易让人们不知不觉沦陷。只需要手指“向上滑动”便可获得丰富、不断的信息流，这大幅降低了信息获取所需要的努力和认知投入，这样一种“低投入高收益”的感觉会强化个体的使用行为。

在这一过程中，我们的大脑经历了什么呢？认知的双加工理论认为，个体的认知和决策是依靠控制化加工系统和自动化加工系统协同实现的。其中，控制化加工系统是自上而下的加工系统，不依赖环境线索，是基于规则的，需要有意识地参与；自动化加工系统则是自下而上的加工系统，是依赖环境线索的，是联想的、自动的，不需要注意力特别集中地参与。在日常的行为决策中，这两套系统是此起彼伏协同运作的，为了理性而有效地实现目标，必须保证控制化加工系统发挥监督和控制功能，以抑制自动化加工系统的直觉冲动行为。

短视频正是大幅度调动了自下而上的自动化加工系统。当个体高度集中于视听信息的处理时，控制化加工系统被抑制，大脑的监督和调控系统失活，注意力调节出现困难。由于在这一过程中认知参与度很低，自动化加工系统会不断获得强化，控制化加工系统持续受到抑制。长此以往，根据用进废退原理，个体会越来越渴求即时的满足，越来越喜欢碎片化内容，丧失对需要高强度注意力、高强度投入信息进行处理的能力。

为什么会越刷越累越空虚？

在刷短视频的过程中，我们会产生怎样的情绪和行为呢？作为一种娱乐信息媒介，个体看视频时会体验到极大的愉悦感，这种积极情绪会作为一种正强化，促使个体延长刷短视频的时间。当这一行为被迫停止时，正强化就会丧失，负强化就会被激活，会让人产生愤怒、压力、空虚、无聊等消极情绪。当个体由短视频回归现实，大脑认知与决策的控制化加工系统回归，就会后悔自己花费了太多时间在短视频上。

大多数理性的用户会有意识地减少观看短视频的时间，或者在某些时段完全停刷。然而，短视频激活的大脑奖赏系统以及自动化的加工系统可不会轻易放过我们，会诱使用户再次掉入短视频的狂欢陷阱。因此，个体与短视频之间的关系就会演变为掌控—失控—再掌控—再失控的循环。

短视频还有一个突出的特点，就是利用背景音乐、片段截取、旁白字幕等制作手段增强视频的文艺属性，提升瞬时观感。只把最高潮的部分给你看，看得人热血沸腾，心潮澎湃过后，却发现自己无法安静地坐在屏幕前观看完整影片。一直被激烈情绪刺激的大脑，面对稍微复杂、拖沓、平淡的剧情内容，就会有“快换一个，换个刺激的”的渴求，让人心烦意乱，不得不使用倍速快进。

向短视频宣示“自主权”

我们首先要明确为什么要刷短视频。根据用户与短视频媒介之间的互动方式，刷短视频可分为工具性使用和仪式性使用。前者是指有目的的使用，例如从短视频中学习某些知识；后者是指习惯性使用，随着行为结果的不断强化，刷短视频逐渐变成习惯且难以控制。从工具性使用到仪式性使用，是短视频沉迷的形成过程。因此，在日常生活中，当打开短视频时，要问自己的目的是什么：如果是学习类的，可依据学习目标来定；如果是休闲娱乐类的，应限制使用时间。

观看短片时，应当有意识地调动大脑的控制化加工系统，努力使之处于激活状态。如果发现短片对自己的情绪或压力水平产生了负面影响，或发现自己沉浸其中，要立马抽离。要自觉训练控制化加工系统的监督功能，不要让每个短视频一闪而过，而是尝试对其进行评价，并对同一主题视频的优劣和来源进行分析，挑选高质量的信息源，打造属于自己的优质短视频资源库。

如果刷短视频已成困扰，可以有意识地减少刷短视频的时间，或者将App卸载，以此来控制过度沉迷行为。也可以尝试间歇性中断行为，有意识地延长或断时间，提高自己对手机的掌控感。 新华社11月18日电

“欲罢不能，看到停不下来”“‘狗血’但爱看”“一天刷了80集”……今年以来，比电视剧“短平快”、比短视频更连贯的微短剧，凭借情节直白、“爽点”密集等特点，在网络视频平台收视火爆；而付费观看“套路”多、内容浮夸制作粗等问题也饱受争议。

微短剧为何能“拿捏”挑剔的观众？如何打磨精品内容，让微短剧发展之路越走越宽？

新华社发 王鹏 作