

热点时评：短视频如何实现长远发展

专注面试搜集整理 公务员面试通关资料 2019-09-20

下班路上“刷一刷”，等电梯时“抖一抖”，吃美食前“拍一拍”……如今，各类短视频应用已融入不少人的日常生活。与此同时，如何有效防沉迷，成为一道现实课题。据报道，在国家网信办指导下，目前国内已有21家主要网络视频平台上线“青少年防沉迷系统”。

其实，不只是青少年，一些成年人也在低头中感到“时间知觉麻木”，在虚拟世界里“沉醉不知归路”。短视频何以具有令人沉迷的用户黏性？仔细推究，这背后有着深刻的社会心理机制和传播机制。研究显示，人类存在“生动性偏好”，更易被视觉性显著的信息吸引。短视频因其较强的视觉感染力，很容易传播扩散。此外，传播参与者既有围观心态，也有自我表露诉求，而短视频能够实现双重满足。短小便捷的传播形态，适应信息消费场景的碎片化；垂直深耕、算法推荐，实现了精准对接用户需求。可以说，以用户为中心的短视频平台，日渐生成了富有特点的传播逻辑与生态，占有了大量注意力资源。

“黏屏”现象也映照着短视频的“内容引力”。几十秒的镜头，可仰望浩瀚星空，也可俯瞰市井烟火；能近距离观察社会肌理，也能深度透视时代景深。点开视频，领略城乡风貌，了解风土人情，足不出户就能“行万里路”。现实中，来场说走就走的旅行并非易事，但通过网上“打卡”，可以随时随地满足“在路上”的愿望。与此同时，海量用户的聚合，为人们提供了个体观察与群体观察的视角。视频的主角，可以是知识精英、“草根网红”，也可以是外卖小哥、普通工人等人物形象。从这个意义上讲，短视频以参差多态的内容，拓展了人们认识世界的维度。

作为互联网时代的一种新兴应用场景，短视频正在构成独特的网络景观。截至去年底，我国短视频用户规模达6.48亿，短视频营销市场规模逾140亿元。无处不在的传播场景、持续增长的用户规模、超乎想象的惊人流量，彰显着短视频旺盛的生命力。但也应看到，在“急速生长”的背后，难免存在着种种乱象：短视频侵权成为知识产权问题的新表现；“移花接木”的剪辑手段制造“拼接真实”，挑战媒介伦理；未经过滤的劣质内容引发社会担忧……凡此种种，给用户带来困扰，也不利于短视频行业的健康发展。今天，在5G、大数据、人工智能等技术的影响下，传播业态加速迭代、应用场景不断更新，如果疏于治理，短视频平台将面临更多风险挑战。

传播实践证明，以优质内容传递主流价值，是短视频实现高质量发展的重要路径。近年来，《习近平讲故事》《国家相册》等主流短视频成为现象级产品。观察那些迅速走红的“爆款”，不难发现它们的共同点：以正能量吸引高流量。与社交媒体时代“负面内容更吸睛”不同，短视频时代更看重“记录美好生活”。点赞风雨中坚守岗位的交警，记录消防员逆行的“最美背影”，歌唱普通人的亲情与爱情……优质的短视频，往往紧扣“美好”二字，为网络空间增添亮色。这也启示人们，相信美好、选择美好、呈现美好，才能多创造高品质原创内容，也才能收获更多用户点赞。

短视频不“短视”，发展才能不“短路”。互联网的“头部效应”不仅意味着传播优势，也意味着主流平台需要承担更多责任。以内容风控和用户行为引导防止传播失范，用更多优质内容资源夯基垒台，短视频平台方能实现长远发展，拥抱一个更加可期的未来。