

算法规训与情感代偿：媒介环境学视域下 微短剧的“两周生命周期”研究

刘嘉敏

（西北师范大学，甘肃省兰州市，730070；1748688223@qq.com）

摘 要：近年来，微短剧凭借其碎片化、强情节、高情感浓度的特点，迅速成为网络视听领域的重要文化现象。本文基于媒介环境学理论框架，整合数字平台研究与文化社会学视角，对微短剧产业独特的“两周生命周期”现象进行系统性考察。研究表明，微短剧的“两周生命周期”是媒介环境学预言的“技术偏向性”在短视频时代的具象化表现，平台架构与算法机制共同构建了“加速生产-即时淘汰”的环境压力，而用户的情感代偿需求则进一步强化了这一循环。

关键词：微短剧；媒介环境学；算法规训；情感代偿

引言

微短剧作为数字媒介时代的新型视听形态，其本质特征在于叙事的高度浓缩与移动端的深度适配 [1]。截至目前，微短剧的市场规模突破634亿元，用户规模达6.9亿，覆盖68.4%的网民，受众从年轻人扩展到全年龄段。头部平台如字节跳动旗下的红果短剧月活逼近2亿，单用户停留时长突破60分钟，甚至超越传统长视频平台。这一增长背后是技术与社会变迁的双重驱动。

微短剧单集时长几十秒到15分钟左右、有着相对明确的主题和主线、较为连续和完整的故事情节 [2]。这种内容形式在叙事结构上呈现出典型的“三幕速写”特征，在制作层面采用竖屏为主的呈现方式，并深度整合了滑动切换、弹幕互动等短视频平台特性。值得注意的是，微短剧呈现出显著的情绪市场化特征 [3]。统计2025年破10亿的10部爆款微短剧后发现，一半的爆款作品通过“重生逆袭”“甜宠发糖”等类型化叙事，精准对接职场焦虑、婚恋压力等社会情绪，形成高效的情感代偿机制。这种内容形态的勃兴，既反映了移动互联网的技术演进，更映射出当代社会心理的结构性特征。

“2025年3月，短剧《念念有词》在抖音创下12天播放破20亿的纪录，但上线第15天，其官方账号已开始推广新剧。数据监测显示，2025年TOP100微短剧的平均生命周期仅14.7天，较2023年缩短53%。这种“爆火即弃”现象的本质，是算法规训与社会心理共同作用的结果，构成数字时代特有的文化生产范式 [4]。这种‘高速生产-快速消亡’的循环，折射出媒介环境对文化生产的深刻改造。

1. 算法规训下的微短剧生产特征

微短剧产业的更新迭代特征集中体现为“短、脆、同”三个维度。据《中国网络视听发展研究报告（2025）》显示，微短剧的用户规模截至2024年12月达6.62亿人，半年增长率高达14.8%；使用率为59.7%，较2024年上半年增长7.3个百分点。仅半年时间，微短剧独立应用的人均单日使用时长从90分钟涨到101分钟，已经追平即时通讯。而据行业内部人员透露，微短剧的制作周期从2023年的4周压缩至2025年的2周，迫使制作方在追求速度的同时难以兼顾品质。这种高速迭代模式导致内容生命周期显著缩短，行业监测发现，绝大多数观众在剧集上线后短短十天内就会迅速转向其他内容，这种“阅后即弃”的消费模式正深刻重塑着内容生产的底层逻辑。而微短剧市场在算法推荐机制的影响下，也呈现出明显的同质化倾向。热门短剧中大量作品采用相似的情节模式和叙事套路，AI辅助创作工具的广泛应用也在一定程度上加剧了这一趋势。与此同时，为快速获取流量，部分内容开始出现过度娱乐化、浅表化的创作倾向，这一现象已引发行业关注。抖音、快手等主流平台联合行动，累计下架违规微短剧超700部。这一数据与中央网信办同期启动的“清朗·短视频恶意营销整治”专项行动形成呼应——专项行动将微短剧低俗化、同质化、恶意营销列为重点打击对象，进一步印证了行业违规问题的集中性与整改紧迫性。

1.1. 生产周期之“短”：竞速学视域下的微短剧生产加速

法国哲学家保罗·维利里奥（Paul Virilio）的竞速学（Dromology）指出，当代社会的权力形态已从“领土占有”转向“速度控制”——“速度即存在权”（Speed is the essence of being）[5]。在算法主导的微短剧生态中，平台通过数据指标构建了残酷的生存法则。以快手“星芒短剧”计划为例，其算法推荐机制设有明确的准入门槛，要求内容在播放量、完播率和更新频率等维度达到平台设定的基准线，未达标内容将退出优先推荐流量池。这种机制直接导致“流量-变现”的强绑定关系——据行业观察，被算法降权的剧集往往面临收益的显著下滑，这种“一日爆红、次日沉寂”的现象已成为行业常态。即便是头部爆款内容也难以摆脱收益快速衰减的困境。市场分析显示，多数热门短剧的商业价值集中在前期的3-5天窗口期，随着用户注意力的快速转移，其变现能力通常在两周内就会大幅减弱。

这种极端的时间价值变现模式，迫使制作方必须持续投入新作以维持收益。在此过程中，生产周期成为关键变量。剧本创作从传统的2-3周缩短至3-5天；拍摄周期从21天压缩至7天左右；后期制作从10天缩减为48小时。制作周期的缩短导致从业人员没有足够的时间精细化处理作品。早从《2023影视幕后从业者生态调查报告》中就曾显示受访者鲜少有人能睡满8小时以上，52.1%受访者睡眠不足5小时，43%受访者睡眠可达到6-7小时。甚至有三分之一的受访者表示，自己一直处于焦虑状态。关于焦虑原因，除了个人生计、职业安全感、个人生活等方面，还有在工作过程中遇到的创作瓶颈，推进困难，来自制片方的压力等等[6]。新媒介语境中，编剧不再是单纯与观众较量，而是需要跟互联网上各式各样的表达争夺话语权。各类平台数据直观的反映着观众的喜好，算法的助推，让创作不得经受许多外界因素的影响。

这种“加速或淘汰”的二元选择，最终将内容生产异化为纯粹的速度竞赛；另一方面，内容创新被严重牺牲。倘若拍摄周期拉长，不仅面临场地租金、演员片酬等财务压力，更将错过算法的最佳流量窗口。这种“算法倒逼-收益锁死-加速生产”的闭环中，算法既是裁判又是规则制定者。平台通过实时更新的热力值排名、动态调整的流量池规则、即时反馈的用户行为数据，构建了一个永不停歇的“数字跑步机”。正如维利里奥预言的，当速度成为存在的唯一证明时，慢速不仅意味着落后，更等同于文化意义上的死亡。

1.2. 内容制作之“脆”：波兹曼视域下的价值失范

尼尔·波兹曼（Neil Postman）在《技术垄断：文化向技术投降》中提出的核心论断，为我们理解微短剧内容生态提供了关键理论框架。波兹曼将技术发展划分为三个阶段：工具使用文化、技术统治文化和技术垄断文化[7]。他指出，在技术垄断阶段，“技术不再是辅助性的工具，而成为重塑社会价值观和文化认知的主导力量”。这一理论洞见在微短剧领域得到了充分印证。

在微短剧产业中，平台算法已经超越了简单的内容分发功能，而是深度介入到内容生产的价值判断过程。波兹曼所预言的“技术对文化的殖民化”具体表现为：内容评价标准从艺术价值和社会意义转向了纯粹的算法绩效指标。以抖音平台的“黄金3秒”法则为例，该算法机制将内容质量简化为几个可量化的数据点：前3秒完播率、互动频次、用户停留时长等。这种技术评价体系导致制作方不得不将复杂的社会议题简化为能够快速引发情绪反应的视觉刺激，如《霸道总裁的复仇》一剧中，将职场性别歧视问题简化为“女主角扇耳光复仇”的简单情节。而这种“问题-暴力解决”的叙事模板在热榜剧集中屡见不鲜。

平台算法不断筛选出以流行文化趋势为主流偏好的推荐机制，对受众的注意力获取和生产方的创作实践是一种双重驯化[8]。正如刘于香等在相近研究中所指出的：“在平台化传播场域内，算法成为短视频平台重组内容时序与策展方式的底层技术。”[9]波兹曼特别强调，技术垄断最危险之处在于它“重新定义了我们所理解的真理、知识和记忆”。在微短剧领域，这种重新定义体现为算法对内容价值的垄断性判断。平台通过用户画像和内容标签系统，建立了一套看似客观实则极具偏向性的价值评估体系。这种技术导向的内容生产模式，使得反映社会复杂性的现实题材作品难以获得流量支持，最终导致内容生态的单一化和浅薄化。

这种技术主导的内容生产模式已经造成了严重的价值扭曲。一方面，创作者被迫适应算法逻辑，将复杂的社会现实简化为简单的二元对立；另一方面，观众长期接触此类内容，其审美趣味和价值判断也不可避免地受到影响，当技术垄断内容生产时，不仅改变了我们获取信息的方式，更深刻地改变了我们思考的方式。

1.3. 创作模式之“同”：媒介偏向性视域下的同质化生产

媒介环境学派代表人物哈罗德·英尼斯（Harold Innis）的媒介偏向理论指出，任何媒介技术都具有特定的时空偏向性，这种偏向会系统性塑造文化生产模式。在微短剧领域，平台算法的技术架构通过媒介偏向，催生了前所未有的内容同质化现象。

例如空间偏向的视觉专制消弭了创作多样性。由于竖屏画幅的物理限制，迫使83%的剧集依赖特写镜头，大景别镜头使用率仅12%，场景空间被压缩为符号化的“总裁办公室”、“贫民窟出租屋”等刻板空间。布景细节的简化达到惊人程度，调研显示，微短剧单场景平均道具数量为7.3件，仅为电视剧的18%。因画面纵深感缺失，导演被迫采用“正反打”基础调度，复杂的长镜头运动几乎绝迹。这种视觉贫困化直接导

致：大多数的剧集需要通过字幕交代场景转换。正如媒介环境学派所警示的，当技术框架强制限定创作维度时，影视语言不是被简化而是被重构——竖屏媒介正在催生一套全新的、适应其技术特性的表达语法，而这套语法正在反向定义什么是“有效”的视觉叙事。

当前，流量争夺战愈演愈烈，部分平台和内容生产者正陷入恶性循环：为迎合算法偏好，不惜降低内容品质，转向低俗猎奇、极端化内容的生产[10]。这种策略异化不仅表现为恶意营销、耸人听闻的标题党，更蔓延至各类违规擦边行为。此类做法不仅扭曲了内容市场的竞争机制，更对行业生态的可持续发展构成了实质性威胁。例如2025年广电总局专项整治“重生复仇”题材时，行业当月备案取消率骤升43%，暴露出系统脆弱性。

这印证了英尼斯的警告：当媒介偏向足够强大时，它不仅改变内容形式，更将重塑整个文化认知体系——在算法构筑的技术环境中，同质化不再是选择，而是生存的必然代价。

2. 情感代偿下的社会焦虑的虚拟缝合

当代社会正深陷一种精神困境：物质丰盈的表象下，是日益蔓延的情感荒漠。我们拥有了前所未有的物质条件，却失去了情感满足的能力[11]。这种奇特的失衡催生了一种病态的“情感代偿”现象——人们像饥渴的旅人般，疯狂地在虚拟世界中寻找现实生活无法给予的精神慰藉。而微短剧，恰如一支强效的“情感兴奋剂”，以其高浓度的情绪刺激，成为这个时代最典型的精神替代品。

仔细观察我们的周遭：无处不在的焦虑如同雾霾般笼罩着现代生活。考研就业的压力、房租涨价的窘迫、体检报告上的异常指标、聊天界面里那个“已读不回”的标记...这些具象的烦恼背后，潜藏着更深的时代病症——在高度原子化的社会里，每个人都成了孤独的漂流者。社交媒体上精心修饰的“完美人生”与自身处境的落差，职场中挥之不去的年龄焦虑，日益固化的阶层壁垒，这些难以言说的集体创伤，正悄然侵蚀着现代人的精神世界。

在这种土壤中，“情感代偿”机制疯狂滋长。当现实世界无法给予我们足够的情感养分，人们便如抓住救命稻草般转向虚拟内容。那些“霸道总裁爱上我”的荒诞剧情、“废柴逆袭”的夸张桥段，明知虚假却仍让人欲罢不能——因为它们精准击中了我们在现实中最渴望却最难获得的“爽感”。微短剧之所以能引发如此狂热的追捧，正是因为它完美践行了这种“代偿逻辑”。制作方如同精通心理学的药剂师，为不同类型的心理创伤配制专属“止痛片”：渴望被爱就看甜宠，职场失意就看逆袭，生活乏味就看悬疑。三分钟一集的节奏，就像直接注入血管的多巴胺，让人在短暂快感中忘却现实苦楚。这种畸形的供需关系，折射出一个令人忧心的现实：大多数人依靠虚拟刺激来维持基本的情感需求。沉迷于短剧制造的即时快感中无法自拔。难怕观众也清醒地意识到这些“情感快餐”的空虚，却仍疯狂追逐下一个“爽点”。

这些精心设计的剧集就像一台精密运转的情感机器，通过“即时满足-短暂遗忘-更大空虚”的循环机制，为观众搭建起一个个虚幻的精神避难所。这种特殊的消费模式正在重塑整个创作生态：编剧们逐渐蜕变为“情感工程师”，不得不时刻捕捉社会情绪的最新波动，将现实生活中的各种焦虑和困境快速转化为戏剧冲突。

在这样的大环境下，短剧创作呈现出明显的“快餐化”特征。创作者们被迫放弃深度的人物塑造和合理的情节铺陈，转而追求更高频、更强烈的戏剧性冲击[12]。一个典型的短剧剧本往往需要在极短的篇幅内完成多次情绪转折，就像在观众心上安装了一个“情感过山车”。这种创作方式带来了两个显著变化：首先是创作周期的急剧压缩，编剧们不得不以近乎流水线的速度生产内容；其次是创作重心的偏移，从追求艺术价值转向制造即时快感。正如业内一位资深编剧所言：“我们不再是在编织故事，而是在调配情感刺激的配方——必须精确控制每个情节节点的冲击力度。”

这种工业化创作模式虽然能快速响应市场需求，却也陷入了一个难以跳脱的怪圈：观众对刺激的阈值不断提高，倒逼创作者推出更具冲击力的内容，最终导致创作越来越偏离叙事的本质。当内容生产完全沦为满足即时快感的工具时，那些需要时间沉淀的深度思考和艺术表达，便在这个速食文化的浪潮中逐渐消逝了。

3. 结语：技术驯化与人文复归的双向可能

微短剧的“两周生命周期”现象，本质上是数字时代技术逻辑与社会心理共振的产物。在算法的刚性规训下，内容生产被迫遵循“加速主义”的生存法则，而用户的情感代偿需求则进一步强化了这一循环，形成了一种“生产-消费”的闭环惯性。

然而，这一现象并非不可逆转的宿命。技术的驯化与人文的复归存在双向可能——一方面，平台算法的优化与监管框架的完善可以缓解“短脆同”的行业困境[13]，例如通过引入“长线价值评估指标”平衡流量逻辑；另一方面，创作者对叙事创新的坚持与受众审美能力的提升，也可能从内部打破同质化的牢笼。微短

剧作为数字原住民的“情感代偿器”，其存在本身反映了现代人的精神困境，但若仅停留在“虚拟缝合”层面，则无异于饮鸩止渴。未来的突破或许在于：如何让这一媒介形态既保留技术赋予的传播优势，又能承载更具现实质感的叙事，从而在“速朽”的周期中注入持久的文化生命力。

正如尼尔·波兹曼所警示的：“技术既是文明的仆人，也可能是它的暴君。”微短剧的“两周生命周期”既是技术垄断的症候，也是文化抵抗的起点。唯有在算法与人文的张力中寻求动态平衡，这一新兴媒介形态才能真正超越“代偿”的局限，成为数字时代有意义的文化实践。

参考文献

- [1] 李嘉豪,杨民仆.如火如荼的微短剧,盈利模式悄然生变 [N].新华日报, 2025-08-04(7).
- [2] 黄艳.重塑媒介体验:媒介延伸视域中的短剧精品化 [J].当代电视, 2024, (2): 26-31.
- [3] 李曼侨.热播微短剧的共性解码与价值反思——基于LDA模型的流行元素分析 [J].中国电视, 2025, (6): 65-73.
- [4] 梁振华,李蓉蓉.困局与突围:注意力经济时代长剧集的生存策略与路径选择 [J].中国电视, 2025, (6): 96-104.
- [5] 姜淑娟.媒介技术的竞速逻辑及其哲学反思——基于保罗·维利里奥的“竞速学” [J].新闻与传播研究, 2024, 31(4): 54-64+127.
- [6] 黄建新,张冀,董润年,等.媒介变革时代电影编剧的挑战——黄建新、张冀、董润年访谈 [J].电影艺术, 2025, (4): 73-83.
- [7] 徐嘉敏.媒介时间焦虑论 [D].南昌大学, 2023.
- [8] 朱丽丽,何啊龙,马丽丁娜.何以“速生速朽”——微短剧文本叙事、传播势能和受众体验中的加速暴力 [J].南京社会科学, 2024, (7): 78-88+121.
- [9] 刘丁香,万立良,彭韵.“抖音三分钟,人间两小时”:短视频消费中的时间失真与用户“保卫战” [J].新闻与写作, 2024, (2): 86-98.
- [10] 吴丹,谷秀洁.基于QCA组态分析的微短剧传播影响因素研究 [J].新闻世界, 2025, (7): 110-113.
- [11] 董文畅.群体传播时代的情感传播研究:范式与路径 [J].现代传播(中国传媒大学学报), 2022, 44(7): 45-53.
- [12] 于磊,刘晓改.基于内容视角的爆款微短剧研究 [J].中国广播电视学刊, 2025, (1): 79-82.
- [13] 黄艳.重塑媒介体验:媒介延伸视域中的短剧精品化 [J].当代电视, 2024, (2): 26-31.