

[首页](#) >> [新闻传播学](#) >> [学术资讯](#)

如何从最大变量成长为最大增量

2019年03月04日 09:06 来源：人民日报海外版 作者：冷淞 张丽平

字号

[打印](#) [推荐](#)

过去的2018年，是短视频大爆发的一年，短视频的使用时间、用户范围、应用领域等都实现了由短变长、由点及面的成长，原有的单一长视频生态被悄然解构。短短的时间内，互联网巨头争先恐后涌入短视频领域，在摸索中短视频行业渐趋规范，发展环境进一步净化。未来，如何让短视频从传媒领域的最大变量成长为最大增量，逐渐成为文化传播的新担当，已是当今融媒体时代需要解决的新问题。

从产品到作品，构建艺术审美

心理学研究曾证明，人类存在着“生动性偏见”，具有视觉显著性的信息容易左右人们的判断。相对而言，视频具有更强的感染力。在智能手机、移动网络的助推下，短视频从“20分”到“15秒”仅用了几年时间。在不用拼技术的5G时代，以艺术思维和创意开道的短视频创作者将打败拼流量的所有人。

当下短视频创作呈现产品多、作品少的状态，融媒体时代加速了短视频的扩张，同时也更加呼唤它的艺术化传播。在影视艺术领域，短视频虽然短平快，但依然不能跳出艺术美学的规范，同样需要符合受众的接受心理。对于“美”可以有千万种理解，万千种定义，但艺术之美是可以被感知的，正是这种可感知性，使得受众在解码艺术作品时获得精神的喜悦与震动。当下，短视频传播更需要细节放大、插叙倒叙、高潮前置，创作者需要以优化用户体验为中心，展开对编排方式、内容选题和互动模式的专业化、精细化设计，才能真正制作出符合传播规律和用户接受习惯的优质作品。未来短视频只有完成从产品思维到作品思维的跨越，才能真正实现艺术化审美，重塑当今的传媒发展格局。

从消遣到欣赏，充盈人文内涵

当前，短视频消费市场保持快速增长，网络原生的移动短视频头部机构开始兴起；以互动、竖屏、10-30秒长度为特征的小视频发展势头猛烈，算法和社交关系在短视频分发中占据重要地位。可见，短视频正以主体多元化、内容碎片化、受众年轻化、平台社交化为特点进行着高效传播。瞬间窥探他人生活、短时获得突发爆点，让众多短视频平台成为吸睛高手，也成为人们茶余饭后的消遣神器。然而，若无创新和内涵续航，这一切终将成为空中楼阁。

不久前，短视频作品《啥是佩奇》突然刷屏，引起了众多分发和关注，短片由一段“寻找佩奇”的故事引发了关于亲情与陪伴的全民思考。优质短视频作品的出现让所有以流量为上的内容集体“翻车”，以消遣娱乐为目的的瞬时快感终究不敌有内涵有深度的艺术欣赏。让短视频及时转向，迈向欣赏高度，需要在内涵和选题上梳理四个维度：专业中的高“颜值+言值+研值”、言论中的反常态、行为中的不可思议及情感中的强共鸣。《啥是佩奇》用优质内容戳中了人们内心的软肋，它的成功充分证明了在这个浅表性阅读的时代，具有艺术美感、内容穿透力和人文内涵的走心作品是多少受众发自内心的呼唤。

从浅表到深度，释放社会价值

以短见长、以小博大是短视频可以期许的未来，然而流量不是恒久的能量，让短视频以一公分的宽度挖掘一公里的深度，除了赋能艺术魅力、人文内涵之外，还要激发短视频作品释放出更强大的社会价值。

在流量竞争中短视频内容生产已悄然从头部向多元化延伸，新闻类、探索综艺类及剧情类都找到了各自的切入角度。在选题和内容创新上隐藏着短视频从浅表到深度的发展机

会。传统短视频更多是浅表性阅读，带来的问题是看过之后缺乏思考，却可以将很复杂的内容浅显化表达出来，省时高效地传递给观众。

事实上，中国传统文化价值观及社会主义核心价值观的内容，都可以通过短视频来呈现。寻找短视频的机会，需要讲好治国理政、奋斗圆梦、合作共赢的中国故事；需要创造性转化中国文化，提炼文化精髓的当代价值和世界意义；需要帮助青少年系好人生的第一粒扣子，从教育角度切入引领青少年的健康发展；还需要升级乡村户外综艺，传扬乡村文明新气象。把生动鲜活的短视频作为外包装，内核是讲好中国故事，这样才能让观众看过之后，感到有趣、有料、有情、有思考，是我们现在所呼唤的一种短视频。

1985年，卢米埃尔兄弟以《火车进站》、《水浇园丁》等12部约一分钟的短片开启了世界电影之旅，让电影成为三种时间艺术和三种空间艺术之外的“第七艺术”，带着对技术的摸索和对艺术的尝试，短视频以这样一种角色诞生。120多年后的今天，当人类科技再次超出了自己的想象，当影视艺术已然炉火纯青，短视频又将重构影视发展格局，释放出影视艺术沉淀了一百多年的力量。

（作者冷淞系中国社科院新闻所世界传媒研究中心秘书长，张丽平系中心创研基地特聘研究员）

作者简介

姓名：冷淞 张丽平 工作单位：

分享到：

转载请注明来源：[中国社会科学网](#)（责编：张赛）

相关文章