

短视频的狂与思

你是否曾经沉浸在内容基底以音乐为主的舞蹈、唱歌、搞笑、动作等15秒的短视频中难以停下划动的手指,舍不得放下掌中宝?如今,“向上划”,已成为一个全民乃至全球手势,以低成本娱乐的名义,召唤着地球村村民参与共享视听盛宴。

从图文时代的平面感知到如今的立体沉浸,凭借可视化信息、碎片化阅读、即时化传播、大众化参与、社交化互动、娱乐化效果等自带优势,短视频豁然开启一扇精彩新世界的大门。

视频粉丝早已从初期的年轻群体延伸至“上到九十九、下到小朋友”,成为“时间黑洞”的代名词。从门户网站到专业视频网站再到短视频平台,主角舞台不断向大众让渡,演员“草根化”“全民化”趋势越来越明显。

与此同时,从搞笑、记录生活起家的短视频,在疯狂生长过程中也伴生了一系列新问题:娱乐至上,低俗恶搞;质量参差,虚假创作;算法偏执,信息茧房;用户黏着度过高,过度沉迷……

出道短短十年左右,短视

频用户今已趋近饱和,赛道趋于拥挤、内卷,流量变现难,红利增速放缓。这也倒逼短视频平台探索新的可能性:从一拥而上转向精耕细作,从低成本高娱乐化向专业化、圈层化、知识化进阶。未来,随着一键生成、AI文案、自动换装免去剪辑和道具的辛苦,人工智能与短视频内容深度融合,或将催生新赛道、新风口。

越刷越陶醉,尽享低成本快乐

相比须带人更多思考的文字与静态展示的图片,短视频在碎片化信息时代的魅力是显而易见的。它通过动态画面展示内容,如美食制作、旅游风光、街头采访等,提升画面的流动感和视觉冲击力,使观众在短时间内获得丰富的视觉体验。

在短视频平台上,日常短视频与直播并行不悖。动态新闻也好,日常生活信息也罢,在发布的同时即通过推送机制传送至千家万户,几乎不存在时间差。这种快速即时传播是过去的传播媒介所难

以企及的,从源头解决了信息同步的难题。

海量丰富的知识是短视频的一大特色。越来越多的人通过短视频获取知识,短视频成为学校、书本、线上课程平台、中长视频等途径之外的一大补充学习渠道。

因此,越来越多的人不仅将短视频作为娱乐工具,更是展示平台、社交工具乃至谋生手段。地缘不同、语言文化不同的人会因短视频结缘相识,人人可以参与制作、记录和分享生活,成为全民参与的大舞台。

越刷越空虚? 过度沉迷易失掌控感

短视频是利用人类大脑信息加工的特点而设计的,满足了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。

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。

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。

在短视频已走入大众生活的当下,如何提高生活质量和工作效率,值得每个人深思并行动起来。

(摘自《半月谈内部版》2024.11)

第三方测评,“新种草”还是“搅局者”

“双十一”的火爆,一种特别的“种草”方式也活跃在各大社交、电商平台,即“第三方测评”。它既不需要粉丝口碑的佐证,也没有官方质检背书,只需公布“××黑红榜”“十款热门××测评”“××必买推荐”……这些测评内容多样,大到楼盘、汽车,小到手机数码、辣条零食,几乎“万物皆可测评”,先吸引一波消费者关注,然后通过测评内容引流,提升产品曝光度和可信度。

对此,中消协发布提示,理性审视消费需求,切勿迷信“第三方测评”等“种草”流量。中消协在提示中明确指出,“第三方测评”通常是指未取得国家检验检测资质认定及中国合格评定国家认可委员会(CNAS)认可的组织或者个人,宣称通过自身测试、测验、体验或引用对比专业检测结果、分析调研数据、表达主观使用感受等方式,其可以为消费者购物提供参考,也可能因“跑偏”“变味”而误导消费

者。

测与评真的可信吗

“广告引导了一种美好想象,口碑带有主观判断,而测评帖有数据、有证书、有实验,我觉得最起码是客观的。”流于各种测评帖的王小姐介绍,根据她五年的“种草”经验,好的测评的确可以“避坑”,但能不能买到心仪的产品,保姆式“种草”教程只是锦上添花。

王小姐发现,随着各类测评号、测评博主的兴起,“第三方测评”看似花式炫技,实则糊弄、应付。

“黑榜大多是大品牌,或者受众很好的产品。红榜则是没名气的小牌子,让人怀疑。”和王小姐一样,顾女士是资深的母婴发烧友,对产品测评深度喜爱。她认为“种草掺水”的现象越来越明显,简单的物理测评、无源数据堆叠、花式PPT只是一般现象,更有甚者,消费者购物提供参考,也可能因“跑偏”“变味”而误导消费

者。频,宣传“智商税”“谁买谁后悔”……令观者心惊。

从“吸粉”变为不正当竞争,“第三方测评”在悄然“黑化”?顾女士直言,“第三方测评”发展到今天鱼龙混杂、参差不齐,消费者心里已有“芥蒂”,他们可能不会主动去买什么,但会下意识不去选择什么,这也许是很多“小作坊”“山寨”测评号的真正目的。

背后的高利润产业链

相关专家认为,产品测评的概念是严格的法律定义,需要有资质的机构支撑;同样,机构的义务是检测,不能对产品作出评价和定性。这种“既当运动员又当裁判员”的现象,违反了法律制衡的原则。

2023年,中消协就发布过《“第三方测评”对消费者权益影响调查报告》,显示近八成消费者在购物前经常会在网络上搜寻相关产品的“第三方测评”,而通过对12个互联网平台350家“第三方测评”账号

进行调查发现,55.7%的账号涉嫌存在高测一体、以商养测类模式,难保其公正性。

如何监管“搅局者”

“第三方测评”属于新生事物,目前市场监管方并没有出台明确的制度和政策,但地方标准已在不断跟进。今年3月,江苏省消保委发布《第三方测评工作指南》团体标准,从测评基本原则、基本要求、测评方法、测评程序、结果发布等方面提出了明确要求,并强调“不得进行虚假测评或误导消费者”“确保测评流程的合规性和可追溯性”。

中消协也对消费者发出提醒,在浏览相关测评信息时,对评论吐槽意见较多、带货推销倾向明显甚至有失公允的,要及时搜索查证、自觉远离;针对偷换测评概念、测评结果自相矛盾等涉嫌误导欺骗消费者的行为,可保留证据向相关互联网平台和有关部门进行投诉举报,依法主张自身权益。(摘自《中国妇女报》)



2024年11月
19
星期二
甲辰年十月十九
总第3401期(今日16版)
湖南日报报业集团主管
® 华声在线股份有限公司主办、出版
国内统一刊号:CN43-0032
邮发代号:41-13 总编辑:盛伟山
全国邮政投递服务热线:11185
本报邮箱:web-bwl@163.com

| | | | |
|---------------------------|----------------------|--------------------|-----------------------------|
| 1版 “首问负责制” 让旅游投诉更丝滑 | 2版 这个称中国人为“老乡”的国家 | 3版 唯一没有学历的中科院院士 | 4版 周思来的夙愿: 必须把丝绸之路现代化 |
|---------------------------|----------------------|--------------------|-----------------------------|

63岁能开大货车,也是积极应对老龄化

近日,《公安部关于修改〈机动车驾驶证申领和使用规定〉的决定(征求意见稿)》公开征求意见的公告发布。《机动车驾驶证申领和使用规定》(公安部令第162号)共111条,此次修订拟修改5条,其中提到,自2025年1月1日起,拟将大中型客货车准驾车型的年龄上限由60周岁延长至63周岁。

大中型客货车准驾年龄上限延长至63岁,既与国家弹性延迟退休政策合理衔接,也体现了对其特殊性的兼顾和平衡。

从现实看,延长大中型客货车准驾年龄上限,将带来多重积极影响。首先,准驾年龄上限延长后,直接代表着大中型客货车司机的“职业寿命”延长,这将更利好相关群体在60岁以后的收入乃至家庭生计保障。

其次,这也是一种积极示

范。众所周知,大中型客货车操控难度大,对驾驶技能要求高,同时还与公共安全息息相关。这类“特殊车辆”的准驾年龄上限延长,可为其他方面准驾年龄、从业年龄等规定的“优化”进一步凝聚共识。如出租车司机从业年龄上限延长,或就有望从一些地方的实践加速走向全国的标配操作。

不过,法律上的准驾年龄上限延长后,也要避免实践层面的“滞后”。像一些物流货运企业会不会拒招已满60岁但未至63岁年龄上限的司机?相关的车险规定是否也需要及时调整?这既需要企业观念的转变,也需要配套规则的衔接,相应的劳动者权益保障更应同步跟进。

同时,对司机年龄上限的延长,相关部门也有必要加强相应的知识科普,避免放大

读懂“隐形慈善”背后的精神力量

11月15日上午,浙江省宁波市慈善总会收到“顺其自然”的来信和109万元捐款。从1999年起,“顺其自然”坚持每年向宁波市慈善总会捐款,今年已是第26次,累计金额高达1686万元。

真正的善不在于形式上的表彰,而在于内心的满足与社会的正向影响。正如网友所言:“不知道你是谁,但知道你为了谁。”这种默契与共识,构建了一种健康的社会氛围,也让我们从“隐善”中感悟社会文明进步的力量。(摘自《湖南日报》11.18) 今日报道

声音

校园招聘严禁限定985和211高校——针对招聘存在的显性或隐性歧视现象,教育部日前印发《关于做好2025届全国普通高校毕业生就业创业工作的通知》规定。这一要求,引发求职者共鸣。

“两岸同胞都是《中国人》,都是《龙的传人》,有着《中国心》,说着《中国话》,爱着《灯火里的中国》,《爱我中华》是每一个中华儿女的尊严和荣耀。”——针对刘德华日前在台北演唱会上演唱《中国人》遭到岛内绿营攻击一事,国务院台办发言人回应称,一些绿营政客数典忘祖,妄图以政治操弄干扰正常的音乐交流。(综合新华社讯、《南方日报》等)

中国邮政 CHINA POST 长沙市分公司 星邮惠

邮政报刊 NEWS 2025

YOU ZHENG BAO KAN 长沙邮政

2025报刊大收订 预订邮好礼

活动时间: 2024年10月21日-12月31日

订阅礼 订阅2025年全年任意报刊客户

送20元微信立减金

满20.01元可用

星级礼

一级以上客户1分购30元微信立减金

订《文萃报》,到邮政!

长沙邮政订阅礼,订《文萃报》送20元立减金!

活动对象: 投递地址为长沙区域的报刊订阅客户

活动规则: 活动期间符合活动对象的客户,凭订阅凭证在长沙邮政任意网点,进行星邮惠实名认证后可获得订阅礼20元微信立减券1张,成功参与订阅礼活动的客户,如符合长沙邮政一级以上客户标准,可以在星邮惠小程序上使用邮邮卡支付1分钱购30元微信立减券1张。

扫码查看活动详情

地址:长沙市开福区芙蓉中路一段442号 电话:84329417(广告) 84326258(编辑部) 发行热线电话:0731-84326418、84313258 邮编:410005
湖南在线网址: http://www.hnol.net 印刷:华声在线股份有限公司湖南报业印务分公司并在陕西、北京、浙江、福建、河南设有分印点
常年法律顾问:湖南天地人律师事务所 首席律师:胡龙 服务律师:蹇涛、黄州兰 联系方式:18618458430、13667396782

零售价:2元
年订价:168元

责编:陆嘉琪 版式:曾善美 校对:胡永龙