

加速的碎片：新媒体环境下视频播放行为的时间转向分析

孔祥蕊 李 晴

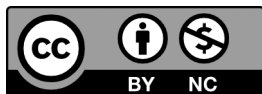
摘 要 | 新媒体环境下社会全域加速，效率至上和时间焦虑形成矛盾对冲，媒介时间重塑了人们的时间观念和行为习惯。在此情境下，短视频化成为传播主流，倍速播放、影视解说等形式改变了用户的观看行为，场景化、碎片化成为视频播放的新特征，技术变革、内容生产和观众选择，三者形成了新的视频播放行为闭环。基于以上现象，本文将结合社会加速、文化工业等理论，从时间维度上分析视频播放行为的新表征，探讨这一行为转变给文化生产和观看者带来的忧思，以期为视频等文化产品的创作提供符合时代发展的路径。

关键词 | 社会加速；媒介时间；文化工业；视频；倍速播放

Copyright © 2023 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



20世纪后期社会步入后工业时代，“加速”成为这一时代典型的社会表征。新的时间模式和便携的移动播放设备，使用户观看行为的自由度得到提升，但随之也产生了新的媒介依赖，与此同时，时间异化解构了视频原本的灵韵，文化工业的支配影响依然存在，这种新的文化畸变引人忧思。

一、视频播放行为出现时间转向的原因

（一）社会加速影响观看习惯

法兰克福学派的思想家哈特穆特·罗萨在

《加速：现代时间结构的变化》提出社会加速批判理论，他区分了社会加速的三个维度，即科技日新月异、社会发展变迁、生活节奏加快，其中他认为技术的加速是最显而易见和有影响力的形态^[1]，技术带来的影响直接作用于社会各个方面，导致社会的结构化时间发生了异化。

在数字技术加速所提供的客观支持下，单位

[1] 哈特穆特·罗萨：《加速：现代社会中时间结构的改变》，董路译，北京大学出版社，2015。

时间内所能生产和传播的信息以几何倍数发生增长,而个人的数字能力并不可能达到同等状态,相反的是人们的可支配时间变得越来越缺乏,社会变迁加速所造成的压力使得数字生活节奏也步入加速形态,时间被迫嵌入到社会结构中,成为现代人极为稀缺的一种资源。

人们时间观念的更新向下根植于技术的发展,向上牵引着社会变迁的风气^[1]。数字生活节奏加速包含数字劳动行为的紧凑或缩短,最直观的是体现在媒体使用行为上,每次看视频的数字时间变得紧凑。特别是在进入了短视频时代,大众的观看习惯受到加速的影响尤为明显,过快的生活节奏让人们开始习惯短、平、快的视频风格,当注意力难以集中时,影像内容的真正魅力似乎变得不再重要。

(二) 媒介时间改变时间观念

不同的社会培养不同的时间观念,在经历了朴素的自然时间、机械的钟表时间后,一种全新的时间观念在信息社会中逐渐诞生。新的时间观念正是媒介技术与大众传播媒介内容共同作用的结果,因而将之命名为“媒介时间”^[2]。

在传统媒体时代电视当道,人们的时间标准就开始深刻地依赖媒介,电视台通过制定严格且固定的节目安排,以周期性的方式,隐蔽地向观众传输了“以电视为参考标准”的时间观念,人们开始习惯用某档电视节目的播出时间来安排自己的生活,例如每晚19:00准时播出的《新闻联播》早已成为亿万国人眼里的报时鸟,当熟悉的背景音乐响起,人们大多是围坐在晚饭桌前。而在媒介时间时代,可随身携带的电子设备让人们告别了手表,计时成为智能手机的一项普通的辅助功能,人们沉浸在手机屏幕上的数字,“整点”被细化成“分秒”,行为习惯也有了改变。

除了折叠空间外,不断革新的技术还大幅度地消除了需求与满足之间的时间差。在电子媒介

的极速的传播面前,闪烁跳跃的信息蜂涌而至,“它呈现出一种从未有过的社会时间性,其主要特征为此地此时的至上性”^[3],这种至上性让人们更多地看重“此时此刻”的体验,“即时性”性的文化产品正在重塑人们的审美意识,长时间的注意力集中变得越发困难,詹姆斯·卡廷(James E Cutting)等人曾对1935年至2005年间的150部好莱坞电影进行了详细的测量与分析,结果显示这70年间好莱坞电影的平均镜头长度从约10秒钟下降至约4秒钟^[4],在日常生活中,人们对等待的包容度也一再降低,对时间的焦虑被无限拉大。

(三) 短视频化成为传播主流

据《中国网络视听发展研究报告(2023)》显示,截至2022年12月,短视频用户规模达10.12亿,在整体网民中的占比为94.8%,近四分之一新网民因短视频触网,短视频“纳新”能力远超即时通信,基于庞大的用户群体和使用范围,已经成为移动互联网时代重要的底层应用^[5]。一方面,移动互联网的迅猛发展和应用技术的不断革新为数字服务提供了硬件支持,另一方面,媒体融合背景下,短视频消费场景快速下沉,消解并融合传统产业边界,成为用户规模实现裂变式

[1] 刘丁香、万立良:《“加速的碎片”:青年群体短视频倍速播放行为的竖屏转向》,《当代青年研究》2022年第5期。

[2] 卞冬磊、张稀颖:《媒介时间的来临——对传播媒介塑造的时间观念之起源、形成与特征的研究》,《新闻与传播研究》2006年第1期。

[3] 梅琼林、袁光锋:《“用时间消灭空间”:电子媒介时代的速度文化》,《现代传播》2007年第3期。

[4] James E Cutting. Quicker, “Faster, Darker: Changes in Hollywood Film over 75 Years”. *i-Perception* 2 no. 6 (2011).

[5] 黄楚新:《我国移动短视频发展现状及趋势》,《人民论坛·学术前沿》2022年第5期。

增长的“逻辑软件”，“短视频+”正成为媒介平台的新生存法则。

吉登斯曾指出，当社会习惯以某种方式交流时，它势必内化为人们的观念结构，进入社会再实践的领域，以集体无意识的方式形成新的社会活动，表现为日常化、惯例化^[1]。

事实上，短视频的“短”并非仅是物理时间上的缩减，短视频所蕴含的新传播逻辑更作为一个有机体重组人对于时间的感知和排序^[2]，前面提到，在电子媒介时间观之下，人们对时间变得更为敏感，同时媒介技术把线性时间切割成零散无序的点，移动终端把一切碎片时间都利用了起来，但它也把一切时间都变成了碎片时间^[3]，短视频正好符合碎片化时代的节奏，轻量、微小，其所带来的“即时性”的感官体验，见缝插针地满足了用户在不同场景下的信息需求。

二、社会加速下视频生产机制发生转变

在追逐时间的过程中，观看视频成为放松愉悦自我的途径，热门视频内容也成了一种社交货币，社交和娱乐的双重作用下，“观看行为”堵塞了人们日常生活的缝隙。一方面是边界模糊的非工作闲暇时间，另一方面是海量丰富的视频内容，在两者的挤压下，如何从时间上下功夫成为很多内容提供者和受众思考的方向。

（一）技术加速：视频播放模式重塑

在播放器上设置“更改时间”按钮并非近年出现的功能，电视、录像机等设备都具备变速设置，早在2015年，国内很多的音视频平台和软件就已经存在倍速播放功能，但播放效果受制于技术和硬件设备，时常出现音画变质、卡顿等现象，体验效果并不流畅。随着宽带的发展，视频的缓冲效果、解码速率得到大幅度提升，影视剧的“瞬间加载”成为现实，视频网站随着技术进步快速崛起^[4]，可以实现一键式的更改时

间线。

在传统媒体时代，人们的观看行为主要来源于电视机、电影院、影碟机，基本上被动地依赖于传者的线性安排，观众的视听需求是无力的，但在媒介技术的不断发展下，这一局面发生了天翻地覆的扭转。移动播放设备和互联网的普及极大地便利了收听、收看行为，观看者即消费者，碎片化、场景化成为观看视频的新特点，用户可以根据自己的兴趣和需求自主地选择内容，即便是小众的“长尾需求”，也能在海量的视频平台上找到最优匹配。

前面提到，适配的移动终端让观看视频不再局限于客厅的电视机前，这一改变自然打破了观看的时空限制。过去是如果观众的观看行为不被干扰，那么播放时间在某种程度上就等同于观看时间，而现在人们可以一边看视频一边处理自己的其他事情，暂停、倍速、跳过等功能极大地满足了不同场景下观看需求。

（二）平台加速：倍速播放成为标配

“倍速”播放作为与当代加速社会体制相契合的媒介互动模式，它的出现缓解了大众的时间焦虑^[5]。技术发展为倍速播放提供了支持，一方面优化了早先播放器变速播放的功能，减少了卡顿、音质怪异或声画错位等问题，流畅度得到

[1] 吉登斯：《社会的构成——结构化理论纲要》，李康、李猛译，中国人民大学出版社，2016，第9页。

[2] 朱天、齐向楠：《媒介化视野下短视频的概念想象、逻辑延伸与价值审视》，《新闻与传播评论》2022年第6期。

[3] 朱杰、崔永鹏：《短视频：移动视觉场景下的新媒介形态——技术、社交、内容与反思》，《新闻界》2018年第7期。

[4] 刘畅、焦雨虹：《加速理论视域下视频网站的影像传播之困》，《新媒体研究》2022年第12期。

[5] 杜志红、赵悦：《“倍速”播放：异化的观看及其对创作的影响》，《中国电视》2022年第9期。

提升；另一方面，在商业属性的影响和移动播放终端的拓展下，倍速播放技术被纳入更多的播放平台上，一般的播放平台上都提供0.75、1.25、1.5、2.0倍播放，甚至还有3倍播放，受众的观看行为更加自由。

假设一集电视剧40分钟，在2倍速观看模式下只需要20分钟即可看完，有不少大学生表示自己可以一天追完一部剧，节约下的时间可以做其他事，并且也不会因为看视频占用了过多时间而感到焦虑。中国青年报曾经对近2,000位18~35周岁青年进行了一项调查，有超过七成的受访青年称自己过着“倍速生活”。

用户的碎片化时间和焦虑心理在技术逻辑下被视频播放平台把控，目前，无论是以“爱优腾”为主线的视频播放网站、聚集着年轻人的哔哩哔哩和小红书，还是下沉市场的“快抖”短视频平台，几乎所有的媒介平台都提供了“倍速”按钮。这并非是媒介平台的单向灌输，而是在摄取并迎合受众需求中不断形成的，并且已经逐渐成了视频播放的标配功能，实现了供需闭环。根据《2021中国网络视听发展研究报告》显示，28.2%的网络视频用户不按原速观看，“00后”尤其青睐倍速功能，使用比例39.6%^[1]。

基于粉丝群体能带来巨大的流量，目前很多视频平台还加入了“只看TA”和“选择性观看”功能，完整的视频被切割成不同的片段，满足了粉丝只想看自家偶像的需求。该功能运用人脸识别技术，筛选出演员在剧中出现的地方，方便查找定位，直接跳过其他不想看的剧情，高效的信息过滤，让很多用户的观看行为叠加了加速化，在倍速播放模式下甚至可以在更短的时间内看完更多的视频内容。

（三）内容加速：解说视频降低收看成本

在注意力经济盛行下，在更短的时间内向用户提供更多内容是视频制作者新的破局点，但效

率至上并不意味着要以牺牲质量为代价，需要在有限的时间内最大限度地还原故事情节，复刻观看体验，用直观生动的方式减少用户的时间成本和理解成本，解说类视频在此背景下应运而生。

据有关调查显示，中国人每天平均休闲时间是2.82小时，而一部电影的时长约为2小时，假如要完整看一部电影，那当天的可支配时间几乎所剩无几，但是社会行为者所感受到的休闲时间“并不是空闲的时间资源的储备，而应该被体验为快速流逝的并且和行为（以及体验）绑定在一起的时间数量^[2]”。意思是说，在社会全域加速下，人们很快获得一种持续和完整的体验，媒介技术可以随意打断正常的生活秩序，但像电影这种需要将自身的时间流和用户的意识流相结合的文化产品，一旦中途暂停，就需要重新付出情感成本。

解说类视频作为对影视内容的二次创作，依赖于原有的故事框架，通过画面剪辑、配音等手段，结合创作者本人对作品的理解，可以将一部电影解说压缩到10分钟甚至更短。电影解说视频起源于哔哩哔哩，活跃在此平台上的博主“木鱼水心”，目前全网粉丝已经1,273万，其解说的影视作品不仅有《爱乐之城》这样的高分电影，还有《红楼梦》这样的经典著作，单集电视剧解说视频均控制在10分钟以内，在结束对剧情的讲述后，还会从更专业的角度提出思考和观众交流，观众的体验和收获也变得更丰富。

内容创作者由于其不同的审美情趣、专业素养、理解程度，创作出的二创作品也各有不同、良莠不齐。部分解说类短视频受时长限制，为了吸引人眼球不尊重原故事，只剪辑“劲爆”内

[1] 中国网络视听节目服务协会：《2021中国网络视听发展研究报告》，<https://www.1905.com/news/20210604/1524546.shtml>，访问日期：2021年6月2日。

[2] 哈尔特穆特·罗萨：《加速：现代社会中时间结构的改变》，董路译，北京大学出版社，2015。

容,大量细节无法兼顾,可能会使影视片失去神韵,被观众片面化吸收,审美过程受阻。例如《黑暗荣耀》第二季的解说视频往往只抓住其“复仇”爽点,对其他元素进行囫圇吞枣式处理,破坏了影视艺术的完整性。《黑暗荣耀》第二季共八集,时长合计7.25小时,2023年3月10日在网飞平台一次性全部更新放出。剧集释出后,抖音、B站、小红书等平台产生了数以百计的解说视频合集,内容创作者们甚至在剧集上线当日便剪好视频,以便抢夺点击率。电视剧播出的同时,各种剧情“梗”、表情符号层出不穷。网络的狂欢化,一定程度上“迫使”观众以最快的速度完成观看,加入这场电视狂欢。

可以看到,在解说类视频情境下,观众不必像观看原片那样高度投入,能够在一种放松的状态下跟随着解说旁白的思路,将自己碎片化的时间充分利用,并且可以迅速地 from 闲暇中抽离到工作学习中。节约时间成本的同时,面对水平不一的解说视频,观众应对其内容质量加以辨别,做出选择。另外,影视解说视频作为“二创”作品,是否侵犯原作品著作权的问题,仍亟需解决。已有学者通过研究美国的UGC协议、欧盟委员会倡导的治理模式,以及加拿大、德国的立法规定,力图从著作权集体管理组织、其他社会组织、立法、视频平台、行政监管五个方面入手,分析促进“二创”剪辑类短视频发展的新路径。从中找出可以适用于中国的制度设计方案^[1]。

三、即刻满足下反思文化产品异化

新媒体环境下,无论是视频还是其他形式的媒介文化产品,生产者都尽可能地迎合受众的需求,受众因此也在一定范围内获得自主性。但是一味地迎合受众的偏好,导致快餐式的文化消费愈演愈烈,同时在社会加速下,人们期待文化

产品的呈现在时间上不断压缩,生产者因此依然保持着上位者的姿态来调配和控制文化产品,而原本需要投入时间和感情的文化产品也逐渐失去了灵韵。

(一) 大众文化主导权的归属问题

目前的影视作品很多都存有“注水”问题,无意义的故事情节导致剧集数量过长成为普遍现象,而我国的影视行业同时又面临着产量过剩的困境。表面上看,技术层面上的倍速播放和“只看TA”等功能,为用户提供了抵抗信息冗余和满足观看心理的工具,但受众只不过是生产者已提供的产品范围内进行二次选择,并没有改变文化生产场域。时间就是金钱,在生产者眼里,用户是数字劳工,而平台提供的压缩播放时间功能,实际上是平台通过加速科技引动观众的欲望在一个产品与下一个产品间快速滑行^[2]。

相同的时间内用户看的越多,那么就会有更多可能转向其他的产品,观众将自己的注意力提供给生产者,反过来生产者又将时间作为产品出售给观众。几乎所有视频网站都带有会员机制,平台为会员提供更快的更新速度,这样的一种加速服务,成为吸引用户付费的手段。在视频网站会员制占据市场红海时,2019年8月,大火的《陈情令》成为第一部试水超前点播剧集,不到24小时就有超过260万人充值解锁,腾讯视频一夜收割7,800多万元,虽然付费超前点播机制在一片质疑声中于2021年10月退场,但不难看出,在加速化的场域下,时间就是可量化成资本的生产力,而作为生产者的用户,势必会成为资本所

[1] 王若曦:《“二创”剪辑类短视频侵犯原作品著作权问题研究》,硕士学位论文,河北大学,2022。

[2] 刘畅、焦雨虹:《加速理论视域下视频网站的影像传播之困》,《新媒体研究》2022年第12期。

争抢和控制的对象。

同时,解说类视频需要创作者结合自己对于影视文本的解读,但是在技术便捷的现代社会,傻瓜式的剪辑软件让创作的门槛极低,专业水平的参差不齐很容易造成对内容的误读。此外,生产者在介入过程中,是基于自己的价值观等来建立解读框架,这势必会形成一种价值引导,在解说类视频中,有很多千百万量级的博主,作为领域内的意见领袖,其所拥有的社会文化影响力和号召力,势必会对观众的价值观念产生影响^[1]。

(二) 快餐式消费解构文化产品内涵

无论是倍速播放还是解说类短视频,都支配了用户的时间感知模式,同时也改变了观众的观剧体验和审美观念^[2],虽然可以在最短的时间内获得“快感”,但是这种破裂、短暂的体验无法让用户真正体会到作品的艺术性,也很难将获得的瞬时印象沉淀为自己的真正经验,文化产品的灵韵已然在加速中被抛之脑后。

用户起初选择倍速播放,可能是出于跳过注水情节的目的,但后来就会不自地点下按钮,养成只有倍速才能看得下去的习惯,甚至认为正常的1.0倍速已经有点拖沓。但是,在“倍速”播放的情境下,我们对声音的捕捉要比正常播放时更敏感才能跟得上节奏,而视觉和听觉双重的紧张运转下,用户难免会感到疲惫,对声音的理解也就只剩下了字幕提示的语义,按照这一思路,本雅明所提到的“艺术光晕”统统都在“倍速”播放中被抹平了。

同时,因为观众的思绪需要紧跟着声音,又会忽视藏在细节中的表演艺术魅力,演员原本带有情感表达的表情、动作、内心活动轻易被忽略,表演的节奏被打断和加快,在视觉呈现上只留下在屏幕上机械夸张地挥舞着胳膊,人们观看的目的只是想知道结果,而不是欣赏具有美学意

义过程。

对于影视作品来说,创作者想要表达的情感 and 价值蕴含在声画情节中,用户的观看是一个编码和解码过程,而解说类短视频代替用户进行了二次解码,为了能在较短的时间内吸引并留住观众,解说者不得不将过程省略,直接将刺激的场面提供给观众,将未知的疑惑简单地转化为已知的解答,感官体验的满足会在短时间内变得虚无,作品本身的意义连同影像一起被消解。

(三) 互文性受滞带来新观看之道

电影、电视、短视频等都是影像艺术的一部分,具有艺术品特质,能够使受众在欣赏时产生美的享受,艺术的审美过程由此发生。人的各种感官是审美活动的发生器官,艺术品首先要作用于眼睛、作用于耳朵、作用于各种感觉器官,“感觉是我们进入审美经验的门户,而且它又是整个结构所依靠的基础”^[3]。在视频加速化的时代,从技术到内容,从制作到欣赏,都使影像艺术作用于眼、耳、口、鼻、心的机制发生了转变,艺术鉴赏者的眼睛和耳朵需要比以往更灵敏地发现美、捕捉美,才能完成审美过程。

巴特指出,互文性保障了文本生产力的持续性。一切写作和阅读行动都产生新的文本,并与此前的文本形成对话^[4]。视频加速化阻

[1] 蔡雨婷:《新媒体背景下电影解说短视频兴起的逻辑及影响》,《新闻传播》2021年第14期。

[2] 杜志红、赵悦:《“倍速”播放:异化的观看及其对创作的影响》,《中国电视》2022年第9期。

[3] 张春华:《在场性显现:近代西方审美经验的存在论转向》,《人民论坛·学术前沿》2022年第7期。

[4] 巴特:《文本理论》,载史忠义、户思杜、叶舒宪《风格研究文本理论》,河南大学出版社,2009,第297页。

碍了鉴赏者对影视文本之间的互文性的理解。

“面对混杂的文本材料，读者必须通过摸索复数文本的互文线索重新书写和创造文本，形成个人对文学意义的理解”^[1]，互文性思想可以打开影视研究的封闭结构，批判地反思如何从社会历史、受众鉴赏等角度纳入影视意义生产过程的问题。正如文学文本始终联系着作者与阅读者，影视文本亦始终联系着影视创作者与鉴赏者。伊瑟尔指出，一个文本中必定存在着“召唤结构”，存在着有待填补的“空白”与“不确定性”，加速化视频从时间上缩减“空白”，从意蕴上弱化“空白”，借解说者之口摒除“不确定性”，将开放的影视文本纳入闭环结构。“召唤结构”受到阻滞，影视艺术本身能够随时召唤着接受者能动地参与进来，通过想象以再创造的方式接受的能力被大大削弱。像费穆、安东尼奥尼等导演的作品，如若倍速观看，则很难把握它们的内在意蕴。很难想象《小城之春》中志忱与玉纹的“城墙散步”变为“竞走”以后该如何揣摩二人内心的挣扎与如何感受影像画面的意境。倍速播放无疑将古典美学消解了，留白之美被机械化抹除，空留技术至上的不适感。观众快速生成情绪、快速获取知识，却难以产生深层次的触动与共鸣。

四、结语

后现代社会下技术赋权，人们看似对文化生产拥有了更多的自主权，文化产品变得丰富多元，逐渐摆脱了文化工业中大众媒介对意识形态的控制。但不可否认的是，在社会全域加速下，受众的时间焦虑加重了对工业大生产的文化的依赖，而生产者逐渐淡化或隐藏硬性的控制手段，通过迎合受众需求，以和风细雨的方式潜移默化地钳制受众的思想和行为。

在此基础上，作为受众应该在海量的信息和娱乐的氛围中树立反思意识，倒逼文化作品提高质量，如果内容生产者能够推出优质不注水的影像文本，用户自然会选择花时间认真品悟。像近两年热播的电视剧《觉醒年代》《山海情》等，观众并没有因为是主旋律正剧而不买账，弹幕和评论区有不少人都表示自己“舍不得快进”。加速的社会无法改变，所以力求在快与慢、变与不变之间的动态平衡，才是我们应该寻找的最优解。

〔孔祥蕊 中南财经政法大学新闻与文化传播学院〕

〔李晴 陕西师范大学新闻与传播学院〕

〔1〕张丹旸：《从互文性到事件性：文学审美意义的动态阐释》，《西北民族大学学报》2022年第6期。