让微短剧更好服务观众

搅动资本市场，火遍视频平台，备受中老年观众追捧，引发书友和玩家热议……频上热搜的微短剧，迎来了“监管加码”的信号。近日，中国网络视听节目服务协会发布公告，总结了3月以来专项整治取得的成果，并表示下一步国家广电总局将完善常态化管理机制，加大管理力度、细化管理举措。

  目前市场对“微短剧”尚无较为清晰统一的定义，一般将时长在10分钟之内且投资成本较低，单集、分集或成系列的短视频作品称为微短剧。而在观众这一侧，则习惯于从内容特点出发，将那些情节简单、节奏紧凑、抓住观众“爽点”且极易上瘾的作品口头归入其中。对比短视频，微短剧的情节趋于模板化，表演性更强，场景和道具也都较为完善。而同为戏剧作品，微短剧和网剧、电视剧不仅时长不同，投资力度、内容原创性、演员素质等方面也有一定差距，更像是一种“代餐”。

  小制作为何能撬动大流量，“代餐”又为何盖过了“正餐”的风头？这与微短剧善于抓住用户心理这点密不可分。“开倍速看无聊网剧，不如闲暇之余刷‘总裁’‘赘婿’”，微短剧实则是利用了人们碎片化的阅读习惯，将冗长的剧情进行缩编，同时把想象和情感代入的空间留给了观众。相较于着重分享生活的短视频，故事性微短剧的受众面更广，哪怕是自诩“阅剧无数”的年轻人，也有不少人“背着亲朋好友偷偷观看”。更重要的一点是，微短剧的概念包含更广，从网络小说的广告翻拍，到真人剧情向的电子游戏，从主播自导自演的带货视频，到文物保护栏目中的“小剧场”，这种传播形式一直在我们身边。

  发展的步子迈得过大，难免会走弯路。据业内人士透露，一部微短剧的拍摄周期在7天到10天，再加上后期和场地，30万元左右就能生产出一部，高度程式化的生产模式下市场极易趋向饱和，也使得同质化竞争严重，“辣眼标题党”横行，滋生抄袭盗版等顽疾。“电子榨菜”吃多了总会腻，生产的门槛低同样也是一把“双刃剑”，为了追求爽感而彻底抛弃艺术性文学性，干瘪的故事难免被同行替代，被观众抛弃。

  据统计，2023年3月至今，广电总局共督导各视频平台清理低俗有害网络微短剧35万余集，分级处置相关小程序429个、账号2988个，淫秽色情、凶杀暴力、价值观败坏等问题持续困扰着微短剧行业的发展。监管封禁能做到的终究有限，网友反馈强烈的诸如背离事实、挑动对立、诱导消费等现象仍时有存在，不禁令人担忧，微短剧是会向着内容至上、质量取胜的方向进步，还是滑向擦边猎奇的深渊？

  说到底，促进微短剧行业良性发展，目标应是更好服务观众，若是一味赚快钱而选择投机取巧、博人眼球、竭泽而渔，最终只会破坏行业的生态。此次广电总局也提出了下一阶段的工作方向，包括制定审核细则，建立“黑名单”机制，完善日常监看制度，加大违规处置和曝光力度，加强创作规划引导等七方面，可期引导微短剧市场向着更为健康有序的方向发展。 （南方日报）