

# 你不可不知的新興流量密碼！？短影音的魔性吸引力

刊出日期：2022/11/30 | 文字：歐陽峻安 | 責任編輯：胡舒雅

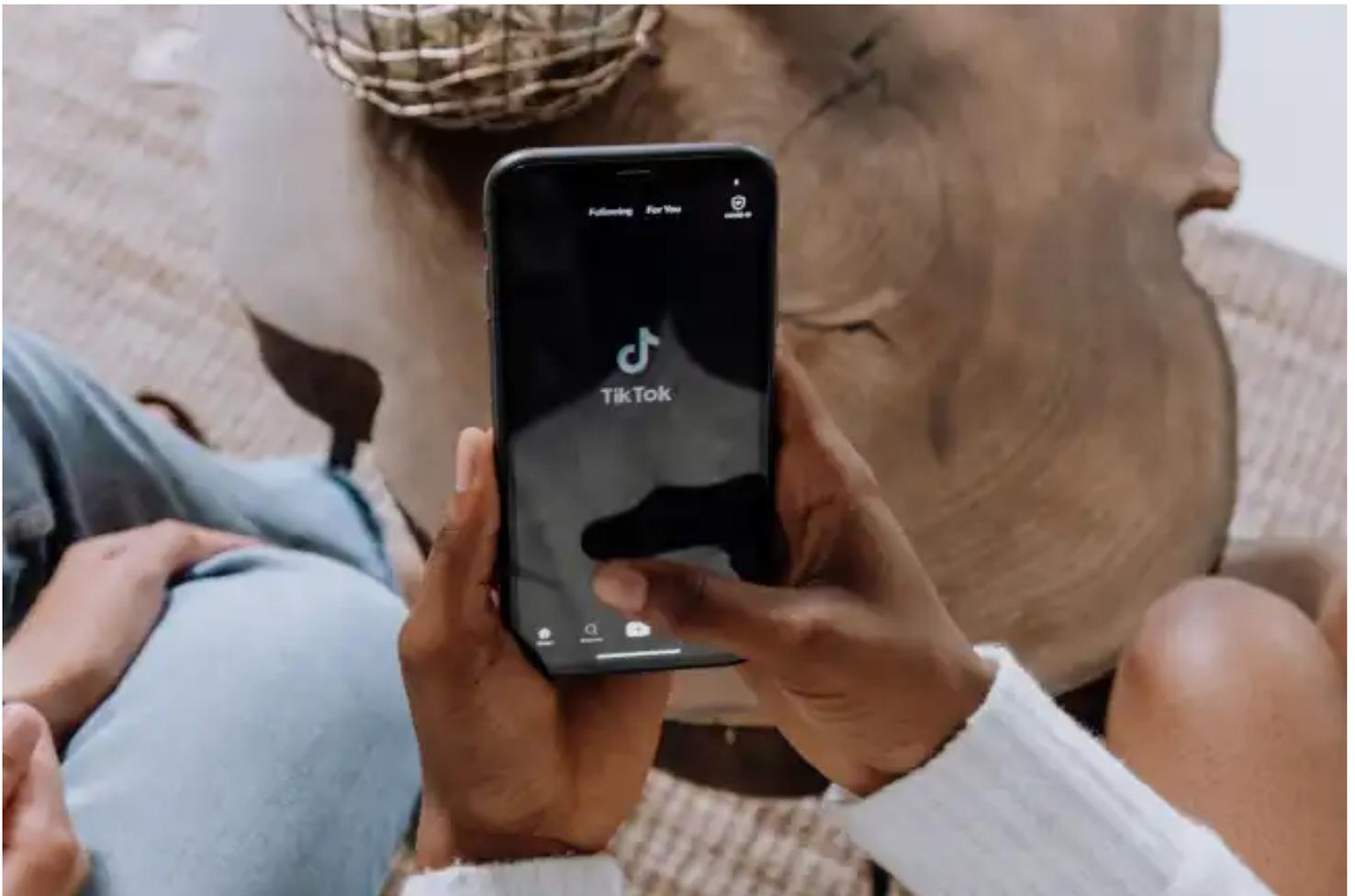
全文共**3078**字，閱讀大約需要**5**分鐘

短影音，通常指長度在15分鐘以內的影片，透過簡易的特效後製加工後於智慧型行動裝置上流通。時間短、單位資訊承載量高等特點，相當契合時下年輕族群生活型態，更多在碎片化的時間中頻繁翻閱手機內容。因此，短影音得以快速累積流量，並以爆炸式的流通成長為時下主流影音傳播型態，更在形式上不斷創新致使越來越多人不知不覺間深陷其中。

## 跟上Z世代潮流 短影音文化的崛起

隨著抖音 (TikTok)、小紅書等短影音文化從中國發揚光大後被推送至世界各地，近年來年輕族群觀看此類「視頻」的習慣比率也逐漸高升。根據 App Annie 於2020年的年度趨勢報告，抖音為當年下載量最大的 App，甚至超過 Facebook、Instagram 與 YouTube 等老牌社群軟體強權。

近日READr針對台灣Z世代年輕人的常用 App 調查也指出，儘管在社交類排行榜的位置上Instagram依舊穩居榜首，不過號稱「中國版 Instagram」的小紅書在社群軟體中也已脫穎而出獲得第6名的佳績。



▲ 短影音社群軟體深受年輕族群愛戴。(照片來源/Pexels)

在上述平台中，抖音作為短影音文化最為標誌性的程式，提到短影音就不得不先來深入了解一下抖音的興起。抖音，又稱TikTok，最初僅為中國互聯網中的一款音樂社交平台。使用者可以透過其內建功能，於自身拍攝的簡短影片裡加上音樂成為自己的作品，並即時分享串流。以受眾端來說，軟體則會以演算法推播大量合乎喜好判定的他人創作「視頻」至用戶首頁中。

相較於傳統影音創作省去了繁瑣的影片剪輯流程，多數短影音僅靠近乎公式化的簡易流程即可完成，製作門檻降低了不少。同樣時長下的信息承載量高，架構濃縮下的作品總體而言卻省略了完整影音該有的來龍去脈。也因此使用者輕易就能完成從閱聽人成為創作者的身分轉換，符合時代趨勢的機制造就了從中國本地到全球的迅速發展。

短影音模式的強勢崛起，帶動了除中國本身各家平台外，國際各大互聯網巨擘如Meta、Google等近年來因應趨勢也爭相投入人力、資金開發相仿的短影音平台。例如Instagram的Reels功能、YouTube的Shorts功能等皆為近期各大公司在短影音開發風潮上的代表性產物。

## 不只是娛樂 短影音融入生活

在短影音浪潮下，短影音內容也早已從音樂短片，拓展出了形形色色、五花八門的類別，廣泛的內容量囊括了生活中的各個面向。

以最初的音樂類短片來說，「短視頻」時至今日已在閱聽人眼中開創了「抖音歌」的歌曲分類，專門用以劃分那些在抖音平台上發跡，或被廣泛使用、轉發的熱門單曲。因此也出現了所謂「抖音歌手」、「抖音Rapper」、「抖音舞團」等等專門以抖音為舞台的音樂性創作者，甚至有原先默默無名卻透過抖音一夕爆紅的例子，意味著短影音平台已成為許多人的生計來源。



▲ 越來越多音樂創作者於短影音平台上走紅。(照片來源/Pexels)

除此之外還有其他同樣以此為生的「抖音博主」，在市場的激烈競逐下紛紛爭奇鬥艷地不斷推陳出新題材。從科普性質、影評說書類型到浮誇的情境短劇基本上無奇不有，也正因此才能不分客群有效地在所有閱聽受眾間流

通，尤其後者中的「爆梗」更時常透過社群網絡紅極一時、人盡皆知。

## 濃縮過的內容 是速食還是補品？

蓬勃的發展下必定伴隨著爭端與異議，成功的創作往往會引起群眾的爭相效法，而東施效顰的例子也不在少數。短影音的大量產製注定了其中品質日漸參差不齊。



▲ 短影音在高速發展的同時也衍生出了許多問題。（照片來源/Pexels）

逐漸有聲音認為短影音文化由於時常在較短的篇幅中塞入龐大的「資訊精華」，這樣狼吞虎嚥且不假思索地攝入被擷取過後的內容，容易影響受眾的媒體識讀能力、幼童的心智能力、年輕族群的價值觀，更甚者出現「抖音一響父母白養」及中國的文化統戰一說。印度政府就曾在2020年就以國家安全為名義禁止了抖音在這個此前最大的國際市場之使用。

此外，社群中也不乏有心人士將短影音作為散佈不實、色情內容的廣告媒介，甚至違法犯罪行為的工具。習慣了無腦接收訊息的用戶在不經意間就可能掉入犯罪集團設下的圈套。

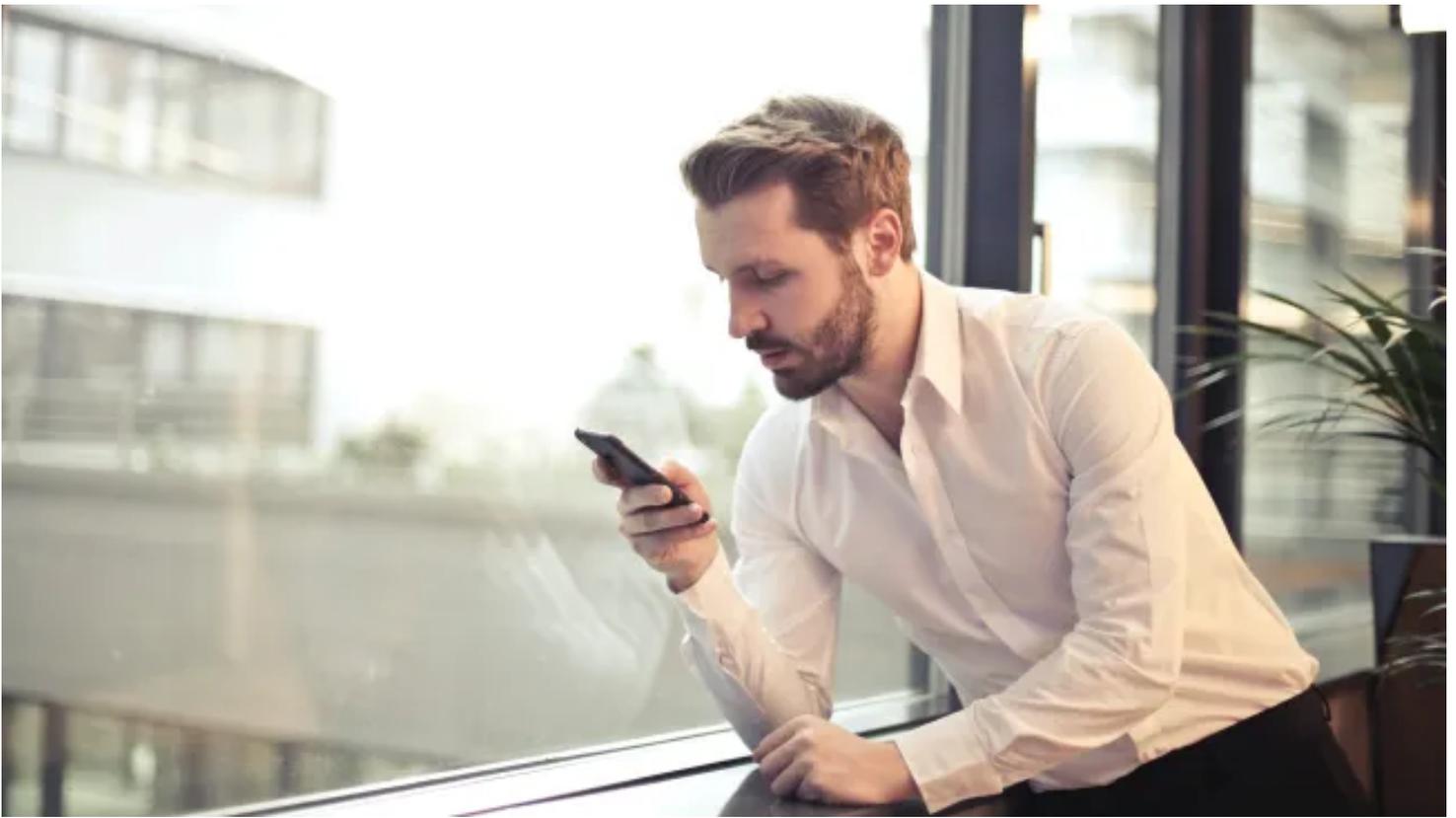
影評類短影音則面臨了許多版權、內容誤導等問題。知名創作者谷阿莫日前涉及院線電影內容的影片就曾被片商指控影響票房，並以侵害版權為由揚言告上法院；現今於各大平台十分氾濫的中國劇情解說短影音也存在過度刪減情節導致扭曲原意、斷章取義等為民眾所詬病的缺陷。

此外，牽涉政治議題的影片容易挑起爭端及族群對立，甚至改變網路生態、選舉風向等，成為「網軍」操縱資訊戰洗腦的一大利器。考量到抖音等平台的中國背景，部分民眾因而呼籲抵制短影音文化以防範中國的文化滲入式統戰。

## 不看就落伍了！重度沉迷者這樣說

時代趨勢及低廉製作門檻的加持下，短影音不論是在產量亦或者內容創新上始終不虞匱乏。短影音單篇篇幅雖然不長，卻往往在無形間陷入其中，一則接一則地佔據了使用者大量的時間。

就讀國立陽明交通大學管理科學系的劉奕辰表示，自己一天平均花費3小時在瀏覽短影音內容，有時甚至會達到10小時以上。關於短影音內容如何充斥自己的生活，他表示：「反正就是有時候不知道要幹嘛就會拿起來滑，像剛睡醒、吃飯、上廁所的時候。然後你看完一個就會不自覺一直看下去啊。」此外劉奕辰也認為這些短影音都套用了類似的「格式」，AI旁白語音搭配張力十足的慢搖BGM，引人入勝的氛圍感營造得相當成功。



▲ 使用者經常一不留神便在短影音上花費大量時間。(照片來源/Pexels)

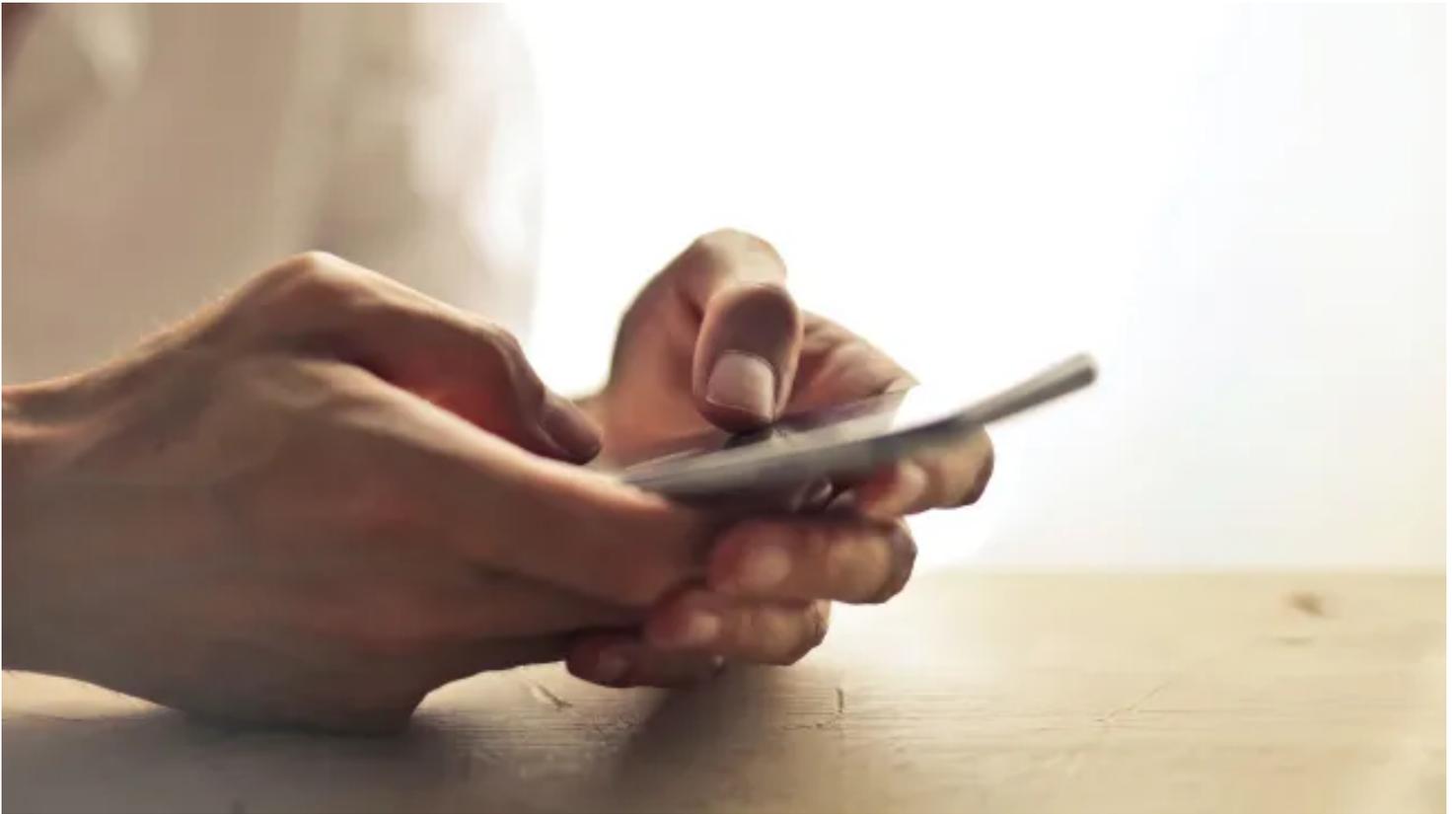
另外一位同樣就讀陽明交大的何柔昀則表示，短影音創作者時常運用聳動、誇張的標題，讓人產生接續看完的想法。例如：「這個男人太狠了，居然連自己的女兒都下得了手」、「據說每天起床這樣做，就能有『這個』神奇功效」等諸如此類。有時儘管猜到了後續發展仍然克制不住渴望揭露謎底的好奇心，就這樣一部接一部無法自拔，回過神來已經好幾個小時過去了。

而有關內容的部分，何柔昀認為自己偏好冷知識或療愈類的影片。「會有又學到一課了的感覺！」何柔昀表示，這樣的類型相對不會增加對於消磨時間的罪惡感，觀看時心理上更為放鬆。同為陽明交大管科系的魏士鈞則偏好電影解說、精華型的短影音。他在受訪時表示，自己純粹想要在休息時聽聽故事，但對於講解內容的正確與否不會特別在意。

訪談最後提到短影音文化影響社交生活的問題，劉奕辰認為在同儕間的許多當紅梗及流行用語是僅限「有在看」的人才能懂的共同語言，無形間也算打開了一道與他人的交際通道。

## 活在短影音時代的閱聽人自覺

短影音的形式確實可以幫助生活忙碌的現代人在較短的時間內涉略更多內容，不失為大眾於茶餘飯後消遣的一大管道。但同時也可能無形間剝奪了閱聽人細品及反思作品內涵的機會，少了來龍去脈的訊息疲勞轟炸下更多人會忽視辨別內容真偽的重要性，讓預謀性的誤導及竄改有機可乘。



▲ 相應的需求造就相應的產品，速食也許不健康，但餓肚子的人已經不起長時間的細熬慢燉。（照片來源/Pexels）

科技、文化的發展源於我們的生活，而生活又推動了時代的走向。生在當今這個短影音橫行的時代，閱聽人無法決定產製端的導向，但能學習順應趨勢紅利，同時保持警惕、不讓自我意識隨資訊洪流湮滅。

#### 參考資料

1. [Tiktok和抖音：從默默無聞到充滿爭議](#)
2. [台灣年輕人間爆紅的「小紅書」是什麼？免費課程任你上、人人都能當網紅...揭「中國版IG」7大特別之處](#)
3. [Z世代都在用小紅書！「中國版 IG」為何吸引年輕人，特別在哪裡？](#)
4. [2020年6月App Annie 月度指數排行榜](#)
5. [盤點爆紅的十位網紅歌手！你在抖音上一定聽過他們的歌！](#)
6. [抖音一響，父母真的就白養？從抖音看青少年的社群文化](#)
7. [被嗆文化統戰？你也迷上抖音、小紅書嗎？盤點十大台人愛用陸APP](#)
8. [媒體專題：短影音稱霸小螢幕](#)
9. [谷阿莫主張「二創影片」仍被告！合理使用原則是什麼？法院怎麼判斷？ – 法律010](#)
10. [Youtube氾濫的中國「電影解說」片解密：標題黨、廢話文學再加上AI配音你也能一天做兩集](#)
11. [中美冷戰新前線：席捲全球的TikTok為何遭到各國抵制](#)

© 2022 All rights Reserved

[三分鐘帶你了解速食資訊](#)