

加速理论视域下青年群体的短视频倍速播放意愿研究

——基于对抖音用户的半结构式访谈

黄可心

北京印刷学院新闻与传播学院, 北京

收稿日期: 2024年3月24日; 录用日期: 2024年4月17日; 发布日期: 2024年4月25日

摘要

随着人们的视听载体逐渐由横屏化的长视频转向竖屏化的短视频, 原长视频拥有的高倍观看功能也向短视频发生了转向, 本文主要通过半结构式访谈探究以抖音APP为代表的青年群体用户倍速观看短视频的原因及影响。调查显示, 青年群体选择倍速播放主要是出于在加速社会下的时间焦虑、媒介赋权下的技术控制以及实现即时消费的快感。然而倍速播放虽然能在一定程度上节省时间, 助力UGC内容的生产, 但也导致了人被技术控制, 沦为单面人的隐忧。因此作为内容创作者和观众都需要在快节奏的时代中保持对时间的感知, 警惕成为技术的奴隶。

关键词

短视频, 倍速播放, 青年群体, 半结构式访谈

Research on the Willingness of Young People to Watch Short Videos at Double Speed from the Perspective of Acceleration Theory

—Based on Semi-Structured Interview with Douyin Users

Kexin Huang

School of Journalism and Communication, Beijing Institute of Printing, Beijing

Received: Mar. 24th, 2024; accepted: Apr. 17th, 2024; published: Apr. 25th, 2024

Abstract

With the gradual shift of people's audio-visual carrier from horizontal long video to vertical short video, the high-speed viewing function of original long video has also changed to short video. This paper mainly explores the reasons and impacts of young people watching short videos at double speed, represented by TikTok, through semi-structured interviews. The survey shows that young people choose to watch short videos at double speed mainly due to time anxiety in the accelerated society, technical control under media empowerment, and the pleasure of realizing instant consumption. However, although double speed playback can save time to a certain extent and help the production of UGC content, it also leads to the hidden worry that people are controlled by technology and reduced to one-sided people. Therefore, both content creators and viewers need to maintain a sense of time in a fast-paced era and be wary of becoming puppets of "technology".

Keywords

Short Video, Double Speed Playback, Young People, Semi-Structured Interview

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

倍速播放是近几年视频网站新出现的功能，它可以让用户自行选择观看的时间和速率，让受众有掌控时间之感。在快节奏生活下，受众对于慢节奏的剧情逐渐失去了观看耐心，这也为倍速播放的发展提供了条件和市场，从 0.5 倍速到 3.0 倍速到更便捷的长按加速，都在一定程度上为受众提供了掌控社会时间的渠道。在谈论倍速功能向竖屏化转向的过程中，笔者从国内外学者对倍速功能的研究以及加速社会理论和时间嵌入理论的背景切入，为倍速功能的竖屏化转向打好研究的基础。

2. 文献综述

2.1. 国内外研究现状

在倍速播放的相关研究中，速度变化对受众接受程度的影响研究首先由国外学者开始研究，K Song 在医学教育领域发现 1.5 倍速的讲座学习效率低于正常速率；Varnavsky 发现在网络学习过程中，速度慢下来会获得更好的学习效果；Lang 则研究了慕课教学中视频速度好呢学习效果的关系，研究发现，25 倍速是最佳速率；Murphy 关注到了 2 倍速播放视频所产生的时间成本低，但学习效果却随时间增加而下降。而对于短视频领域的倍速播放却还缺乏相关研究。

2019 年起陆续有国内学者关注到相关内容。陈晓从加速社会理论的视角出发体现出了受众的时间焦虑，关注到了倍速播放下受众对信息的加工和控制权利的提高，并提到了高速发展所带来的隐忧；谭苗、袁也认为视频的倍速功能和用户之间已经形成了互惠互利、相互促进的关系，认为倍速播放也创新力视频内容生产的形式，为内容生产提供新方向；冯小燕等则采取实验的方法测量慕课视频的播放速率和字幕类型对学习效果产生的影响，最终得出了 1.25 倍速的最佳学习效果速率，随后又发现在 1.5 倍速下学习难度较小的内容是高效的，可学习机会随之减弱，并产生消极情绪；而马安然等则发现了视频速率和学习满意度的相反关系。

纵观以上文献,针对倍速播放。国内外学者多把视角放在学习平台的倍速观看与学习效果的联系上,对于用户本身与倍速播放之间的联系以及倍速播放向短视频的转化趋势却鲜少关注。研究方法上对于倍速视频的研究也多采用实验和文本分析法,没有倾听用户的想法。因此本文采用半结构化访谈法研究青年群体在看短视频时采用倍速的行为动因,在众多短视频平台中,本文选取了用户规模庞大,青年群体活跃且具有倍速功能的“抖音”APP。通过随意抽样以及滚雪球的方式获取样本进行自由访谈,为本文研究奠定基础。

2.2. 理论背景

2.2.1. 社会加速理论

罗萨从时间社会学的角度出发预测未来社会加速是社会运转的大势所趋[1],该学说首先提出,“现代化的经历就是加速的经历”,并将加速视为每一个阶段现代发展过程的核心,并详细说明了科学技术发展加速、社会变迁加速和人类生活节奏的加快三个层次。首先,科学技术加速是指具有明确标准的技术的发展活动,第一,技术加速是指有明确目标的技术的加速过程,从运输到通讯领域,甚至是生产领域都包含在内。技术维度的加速改变了我们的空间意识和时间意识,使空间优先向时间优先转变,推动了主体与时间的关系本身发生变化,改变了主体和社会的关系。比如运输加速改变了我们与空间的关系,通讯加速改变了我们与人的关系,生产加速改变了我们与物品的关系;第二,社会变化的加速也就是社会本身的加速,把某个特定的时间不断缩短为一个时刻。无论是职业还是家庭都变得不再稳定,他把这种变化称为“滑溜溜的斜坡”现象[2];第三,生活节奏的加速是每个时间单位内行动时间和体验事件的增加,包含人的行为加速和对时间流逝的焦虑,人们被困在时间匮乏的焦虑情绪中,外部环境压力不断蚕食着个体的生命体验,时间飞速流逝进一步加快,人们在生活中与时间的赛跑更难停歇。在加速社会中,时间被不断挤压,看似在单位时间内的办事效率不断提高,但与此同时人与社会的关系也在随着加速而发生改变。

2.2.2. 时间嵌入理论

“嵌入”即一种系统内紧紧嵌入于另一种系统,又或者某种事物内生于其他事物中的客观现象[3]。波兰尼关注到经济体系运行过程中所蕴含的社会体系影响,认为在后工业革命社会中时间被同时嵌入着市场和经济机制[4]。后来,以刘易斯与威格特以为基础提出了新时期的“嵌入-分层-同步”理论,认为,时间在个人、组织和社会文化之间的相互作用中,起着时间分层的镶嵌功能[5]。将微观层次的个人时间,与中观层次的社会非正式互动时间和社会正式的组织时间,加上宏观层次的社会文化组织时间一起组成了“时间”,将个人时间镶嵌入了社会时间,二者也依次地镶嵌入了组织时间,社会时间就变得更加复杂而层次越来越多。时间的嵌入特性也造成了不仅同阶层之间复杂的时序交错,而且时间分层也更加呼唤着时代的协调与同步[6]。换言之,虽然客观存在的时间是不可改变的,是一种常量,然而尽管如此人类却能更深切体会到现代社会时光的流逝,从而开始寻求加速以维持个人的正常生活以及与现代社会的发展同步。

3. 研究设计

本次研究是为了探寻青年群体采取倍速播放的原因,为准确抓取用户信息,本文采取网络访谈的方式进行半结构化访谈和用户进行沟通交流。这种方式的自由度和灵活度较高,只需要根据一个主题进行粗线条的访谈,能够减少被访谈人员的干扰,并且提供更加自由的讨论空间。根据2022抖音用户的数据分析显示,18~23岁的青年群体超过了抖音用户总量的十分之一。由于短视频平台类型多种多样,开启倍速播放的方式也不同,为了保证研究的聚焦,本文选取了青年用户数量较为庞大并且拥有倍速播放功

能的短视频平台——抖音 APP 作为研究对象。并且以 18~30 岁的青年为研究对象进行样本选取，者通过随意抽样的方式先进行第一轮样本抽取，为获取更加多元、典型的样本，再采取滚雪球的方式招募到了 50 名受访者。正式访谈开始前，为确保所招募到的受访者确实有倍速观看短视频的习惯，笔者先围绕着 APP 的使用频率、时长、倍速播放的频率以及所选速率四个方面进行自由访谈，最终根据受访者的回答筛选样本，确定了符合本次研究主题的 40 名访谈对象，有学生和职业人男女各 10 名，这 40 名受访者分别来自南昌市、衢州市、北京市、洛阳市、广州市、杭州市、郑州市、长沙市、天津市、西安市、成都市、张家口市、上海市、武汉市、珠海市、南京市 16 个城市。访谈过程中以访谈主题统一为前提在线上(微博、微信、抖音私信)与被访对象展开对话。对访谈样本的构成如表 1 所示。访谈时间设计为每位半小时以上，并且在征求受访者同意后保留访谈记录，以便研究者在访谈结束后整合文本资料有据可依。

Table 1. Composition of the semi-structured interview sample

表 1. 半结构访谈样本构成

学生				职业人			
序号	昵称	性别	地区	序号	昵称	性别	地区
1	飞飞	女	洛阳市	21	清爽	男	洛阳市
2	向日葵	女	南京市	22	刚哥	男	洛阳市
3	凌灵灵	女	北京市	23	新一	男	杭州市
4	琼琼	女	成都市	24	博伦	男	衢州市
5	企鹅	女	杭州市	25	小边	男	南昌市
6	毛毛	女	天津市	26	彬彬	男	郑州市
7	棉花糖	女	张家口	27	杨小忠	男	南京市
8	吃了吗	女	郑州市	28	小吕	男	北京市
9	Tender	女	郑州市	29	段日	男	武汉市
10	Cathy	女	郑州市	30	郭旭子	男	南京市
11	小陈	男	南昌市	31	可子	女	西安市
12	昊子	男	南昌市	32	静香	女	北京市
13	木炭	男	衢州市	33	雅琴	女	北京市
14	胡智慧	男	珠海市	34	张张	女	郑州市
15	万意仔	男	广州市	35	砰砰里	女	杭州市
16	小山	男	北京市	36	泡芙	女	长沙市
17	西西	男	北京市	37	彭彭	女	广州市
18	土豆	男	西安市	38	嘎子	女	成都市
19	洪伟	男	洛阳市	39	若尘	女	南昌市
20	小郭	男	洛阳市	40	酸清	女	上海市

4. 研究发现

4.1. 青年群体抖音倍速播放的行为动因

4.1.1. 生活飞轮：液态社会中的时间焦虑

麦克卢汉提出“媒介是人的延伸”，即媒介是人感觉能力的延伸或扩展[7]。互联网的发展带来的技术化转型以及短视频和短视频功能的升级都是在弥补人某一能力的缺失，是人的延伸。当下手机等移动化智能设备已经嵌入大家的日常生活，以此为载体的短视频同样随之成为日常生活的伴随。由于短视频已经是对现实世界的碎片化的呈现，具有移动性、短时性等特点，在此基础上用户仍选择倍速播放，即形成了技术加速、社会加速和生活节奏加速之间循环运作的“生活飞轮”。

液态社会是由齐格蒙特鲍曼在《流动的现代性》中指出，他将象征着稳固的、不变的、确定的社会阶段视为“固体”；易变的、快速的、不确定的社会形态，即是所谓“液体”。短视频的倍速播放其实就是对液态社会的影像进行的加速流动，因此用户选择“倍速播放”也就表达了其对真实社会时间流逝的担忧，也体现出其加速要求。

如广东外语外贸大学的研一学生，被访者万意仔所说：“每天都感觉时间不够用，做不完的任务，赶不完的ddl，加速已经成为生活的常态了，刷短视频的时间少之又少，为了提高效率只能开倍速看，其实我也不知道自己为什么刷短视频要开倍速，但不开确实感觉太慢了，感觉自己在虚度光阴。”由此可见，加速已经渗透进了年轻人生活的各个领域，带货主播泡芙也表示：“我每天在直播间卖货的节奏就很快，因为我自己作为观众的时候看见拖沓的节奏都会替他着急，节奏不快是会让人疲劳的，也可能我习惯了，虽然每天节奏很快但好像也没做什么事，反而对很多事情失去耐心了。”由此见得，这种生活飞轮一旦出现极易养成习惯，难以逆转，并不断加深人对于时间的焦虑。在快节奏的时代和社会中，人类所处的社会正在由固体阶段的“沉重现代型”社会转向液态阶段的“轻快现代型”社会，加速需求正在逐渐深入社会生活的各个领域。如此一来倍速就不仅仅是一个短视频的功能，而是人对时间的内化感知逐渐外化到行动的一个窗口，青年人在对时间的焦虑心理驱使下在线上 and 线下进行全域加速，进一步推动技术和时代的进步。

4.1.2. 媒介赋权：倍速依赖下的控制欲望

“赋权”即“社会民众通过获取信息，参与表达和采取行动的实践性过程，实现改变自己不利处境，获得权力和能力，从而获得改变整个社会权力结构的结果的社会实践状态”[8]。倍速播放功能，迎合了社会受众主动控制时间的心理。受众不再是被动的媒体接收者，而是具有了主动性的使用者，因此倍速播放功能将对叙事逻辑的重构和调节以及影像中时间线的控制权重新赋予了使用者。对用户而言，倍速播放功能使得对时间空间的掌控权力重新回到了使用者身上，而不同于在传统媒体时期的单向性传输，播放节奏和进度都被传播者垄断，倍速播放使得受众选择信息内容和信息获取方式更加自由，受众可以自己选择在某一时间节点开启倍速以及倍速的速率，使得本就碎片化的短视频更好地嵌入受众的时间缝隙，满足受众的控制欲望。

然而这虽是作为APP的附加功能，但在访谈过程中却发现青年群体已经对倍速播放产生了依赖，成为了一种接触媒介的习惯。浙江传媒学院的受访者企鹅表示：“倍速已经是我的默认设置了，习惯了这个速度就感觉原速讲话像《疯狂动物城》的闪电，说话自带波浪号。”飞飞也说“我觉得倍速功能早就该在抖音上线了，之前我总是拉进度条来快速浏览视频内容，但进度条不好控制，倍速播放就是我的神。”可以见得倍速播放已经成为了青年用户的习惯性媒介接触方式，倍速播放也逐渐演化成了一种主流的观看方式。如此一来，倍速功能似乎必须成为视频播放平台的标配，但与此同时，用户行为也不知不觉被技术所控制。

“一项技术性操作根据你参与其间的程度来决定你能做些什么。如果操作是成功的我们就可以说技术决定了结果……这实际上表明的是通过征服无序状态，以及将形式强加给事物，技术取得了成功”[9]。短视频的个性化推荐逻辑是根据用户画像抓取用户的浏览习惯，通过期待——失望——期待的模式刺激用户继续观看下一个视频的欲望。对于用户来说，倍速播放是在提升观看每一个视频的效率，但从商业逻辑上看，用户观看视频的总时长被延长才能产生更多的商业价值，所以倍速播放的选择看似是用户的主动性回归，实则是商业逻辑下技术对用户的一种控制。在这个过程中，用户是在主动选择要观看的视频类型以及观看速度，但是也不自觉落入了算法的陷阱，滑到下一个视频的动作其实也为资本提供了更多的注意力资源，用户的在网时间被不断延长，成为不断努力提升自我效率的“数字劳工”。

4.1.3. 即时满足：信息洪流中的单向度危机

卡兹 1974 年在《个人对大众传播的使用》中提出“使用与满足”理论，指出受众是有特定需求的人，他们的媒介接触活动是基于特定的需求动机来使用媒介，从而使这些需求得到满足的过程。在倍速参与短视频接触的过程中，用户不仅在参与高效率的生产，同时也把短视频当做非物质产品在进行满足快感的消费。

短视频的微制作、微成本、低门槛微用户参与内容创作提供了条件，在“抖音记录美好生活”的标语下，UGC 创作内容也百花齐放，影视剪辑、产品测评、网络短剧、街头采访、美妆穿搭、数码测评、知识付费等类型的短视频遍地开花，但与此同时，短视频的抄袭、同质化内容日益严重，也出现了一些粗制滥造等问题。

用户棉花糖在访谈中表示：“现在刷抖音之所以开倍速是因为很多网红开始盈利，总是在视频里融进广告，看起来非常跳戏，如果自己快看完了发现是条广告会很不爽。”用户清爽也表示：“现在抖音的同质化内容太多了，基本上说的内容都一样，推的产品也都差不多，只是换个背景音乐就当一条新作品产出实在是审美疲劳，缺乏创新。”这说明作为 UGC 内容的创作者失去了自己的思考和判断，只是一味追寻热点去产出内容，获取的是抄袭模仿带来的一时的热度，没想到自己的可持续生产能力。与此同时受访者砰砰里也表示：“刷短视频开倍速无非是为了节省时间，省去一些废话和广告，但是在看美妆视频的时候总是非常迫切的想知道这个妆容的呈现，但中间的步骤也不能错过，倍速播放就能迅速浏览一下判断这是不是我想看的内容，如果结果没有达到我预期的话也就不需要花时间看了。”同样作为美妆类短视频观众的静香也表示“倍速播放可以让我快速判断这是一条单纯的广告还是有我想学的干货，我不喜欢那种讲话弯弯绕绕，一段内容还分两个视频的，我会直接点不感兴趣。”不同于图片和文字，短视频的传播形式能够对枯燥内容进行二次解码，且所涵盖的信息也更加丰富，对于短视频信息，用户常有更高的期待，因此当短视频的呈现形式低于预期或是内容价值密度太低不足以满足用户需求时，部分用户就会选择倍速来获取更加即时的满足和回馈。然而当下多渠道的信息内容已然形成了信息洪流，受众一味通过加速来寻求即时满足也很有可能忽略自身的批判思考，变成只接收能够带来感官刺激的信息的“单向度的人”。

4.2. 倍速播放带来的内容生产变化

倍速播放向短视频转向，网络短剧也逐渐成为主流，内容生产向小故事转变。日本学者大塚英志在《故事消费论》中提出了“故事消费”的概念，他认为“大叙事”凋零的时代正式到来，消费者已不再会为一个完整的故事(“大叙事”)买单，其消费动机转向产品内部的特定部分(“小故事”)，如典型的情节桥段、具有高辨识度的人物形象等，大塚英志将这一新型消费现象称为“故事消费”[10]。这种快节奏的叙事方式更加符合受众对快节奏的追求，短时间内剧情跌宕起伏，短短几级就能塑造一个完整的故事，对于长视频的逻辑感和沉浸感并不强调，这种剧集安排和用户倍速播放的习惯更加契合，也获得了较好的传播效果。2021 年在短视频平台上线的竖屏短剧《这个男主有点冷》一个月内在播放量就突破 6.5 亿，成为开年微体量剧的黑马。快节奏微剧的成功表明，时间短且信息密度高的小故事更能给用户以感官刺激，且用户对于这样的信息内容更愿意以原速观看。因此，对与短视频平台的倍速播放功能成为青年群体的伴随状态，也提示了内容生产者内容创新和价值点的重要性，但如此以来也容易造成优质内容难以持续输出的困境。

5. 研究结论与讨论

尼葛洛庞帝曾在 20 世纪末预言：“人类的每一代都会比上一代更加数字化。”而到如今，当倍速播

放的功能已成为视频 APP 的必备功能, 已经成为青年群体获取信息的惯性模式, 在加速社会下, “数字化生存”也愈发向“倍速数字化生存”转向, 短视频的不倍速播放功能虽然是一项新的技术进步, 但与此同时也隐含着社会加速、技术控制及人的单向度隐忧, 也体现出当今的青年群体在这样的“内卷化”社会中的时间焦虑。倍速功能在短视频领域的应用成为青年群体观看视频的潮流, 这背后不仅体现了受众主动性和主体性的回归, 也蕴含着受众对于短视频内容质量的抗争, 因此内容创作者需要生产更具互斥性的优质内容, 同时也需要注重当下青年群体在时间压力下寻求内容冲击性的心理。

然而对于 APP 的功能究竟是正面的还是负面的评判还是要看其带来的后果。对于青年群体来说, 倍速播放确实能在一定程度上节省时间, 除此之外倍速播放也衍生出了许多用户生产内容, 受众可以通过倍速播放改变原视频的语音语调, 从而进行二次创作, 鬼畜视频就是如此。然而, 倍速播放也存在诸多问题, 短视频本就是碎片化的微视频形式, 缺乏长视频的逻辑性, 再进行倍速播放容易引发受众观看重形式轻内容, 在快速消费中逐渐麻木, 成为平台设计的消费陷阱下的牟利工具。因此作为有主体性的“人”, 青年群体需要加强自己对时间的感知, 不只是沉迷在技术带来的虚幻“高效”中, 在注意力分散的时代, 保留一点慢下来的能力, 从和时间的赛跑中挣脱出来。

参考文献

- [1] 哈尔特穆特·罗萨. 加速: 现代社会中时间结构的改变[M]. 董璐, 译. 北京: 北京大学出版社, 2015: 82-94.
- [2] 曾誉铭, 关韶华. “加速”的社会: 论罗萨的社会“加速”理论[J]. 江苏大学学报(社会科学版), 2020, 22(6): 25-40.
- [3] 仕军. 社会嵌入概念与结构的整合性解析[J]. 江苏社会科学, 2011(2): 86-94.
- [4] Polanyi, K. (2001) *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time*. Beacon Press, Boston, 25.
- [5] Lewis, J.D. and Weigert, A.J. (1981) *The Structures and Meanings of Social Time*. *Social Forces*, **60**, 432-462. <https://doi.org/10.2307/2578444>
- [6] 练宏. 注意力分配——基于跨学科视角的论述[J]. 社会学研究, 2015, 30(4): 215-241+246.
- [7] 麦克卢汉. 理解媒介: 论人的延伸[M]. 何道宽, 译. 南京: 译林出版社, 2011: 75.
- [8] 黄月琴. “弱者”与新媒介赋权研究——基于关系维度的述评[J]. 新闻记者, 2015(7): 28-35.
- [9] 兰登·温纳. 自主性技术[M]. 杨海燕, 译. 北京: 北京大学出版社, 2014: 65.
- [10] [日]东浩纪. 动物化的后现代御宅族如何影响日本社会[M]. 褚炫初, 译. 台北: 大鸿艺术股份有限公司, 2012: 51-53.