

刷短剧真的会“降智”吗？

文明棱镜

看见问题的每一面

编者按

空闲时刷短剧，已成为不少人的生活常态。最近，AI短剧“降智”的话题，在社交平台引发广泛讨论，不少网友吐槽，连续追完那种几十秒一反转的爽剧，关掉屏幕后感觉脑袋发木、反应慢半拍，处理日常事务时也感觉特别疲惫。

其实，更早就被吐槽“降智”的是真人实拍的流量短剧，而AI把短剧生产门槛压得极低后，批量复制生产低逻辑的内容，让刷短剧“降智”问题集中爆发。也有网友不认同看短剧会“降智”，觉得刷刷就是个人消遣，何况，现在不少AI短剧的制作水准已经像模像样，只要不过分沉迷就问题不大。

那么，刷短剧真的“降智”吗？



低质内容泛滥，刷短剧“降智”不容忽视

◎ 黄开团

刷短剧“降智”的吐槽越来越多，人们刷短剧的时间不断拉长，说明短剧对人们的影响，已经不只是“消遣”那么简单。不是短剧这种形式有问题，而是大量流水线短剧的内容质量堪忧。

不遵循情理与叙事逻辑。很多短剧的情节推进不靠因果关系，而是依靠强行制造冲突、突兀反转来拉动观众的情绪。人物的动机常常模糊不清，行为选择不受性格、处境约束，前一秒的设定，下一秒就可以随意被推翻。矛盾的解决不需要铺垫、博弈、权衡，往往依靠偶然的巧合、突如其来的贵人相助、凭空出现的转机等。

人物塑造扁平化与标签化。在这类短剧中，人物不再是复杂欲望、矛盾挣扎的立体个体，而是服务于“爽感”的功能符号。角色被简单划分为对立两端，善恶一目了然，没有灰色地带，没有内心纠结。人物的转变不需要经历成长与反思，好人一路高光，坏人持续作恶。观众不必去理解人物处境、体察人物情绪，不需要共情复杂的人

性，只需要跟着预设立场完成简单的好恶判断，观看过程里只剩下单向的情绪站队。

内容高度同质化，套路模板反复使用。随着AI赋能短剧生产，相同的叙事被不断复制，换人物、性别、场景等，就能生成新的剧集。复仇、逆袭等故事循环上演，冲突模式、“爽点”设置高度趋同。长期接触同类模板化内容，观众接收的信息始终局限在同一套情绪范式之内，缺乏多元视角、不同生活经验的输入。

这类短剧内容，会潜移默化改变信息接收者的认知路径。正常的认知活动，往往包含信息收集、关联梳理、因果推断、共情理解等环节。而观看这类短剧时，所有结论、情绪、转折都已经被创作者提前安排妥当。观众不需要主动串联信息，不需要预判走向，也不需要辨析行为背后的缘由，只需要被动承接一波接一波的情绪刺激。大脑长期适应这种“无需思考即可获得反馈”的信息模式，会慢慢降低主动进行逻辑思维推演的意

愿。当大脑习惯低负荷、强反馈的信息输入后，再接触那些线索分散、节奏舒缓、需要耐心梳理的内容时，就更容易产生倦怠感。这也使得人们在阅读长文本、梳理复杂事项、理解多重因果关系时，专注力调动会变得吃力。

还有一层容易被忽略的影响，是对现实判断参照的干扰。这类短剧简化了现实规则，矛盾总能以干脆、极端的方式快速了结，冲突的代价被淡化，解决问题的路径被极度简化。长期浸泡在这套叙事里，容易不自觉地用该类短剧里的简单二元视角看待现实问题，忽略现实世界的复杂性、多面性。而在现实生活中，往往不是凡事都能分出对错，不少矛盾也不存在一招就能彻底解决的办法。

说到底，刷短剧“降智”是浅层刺激型内容持续供给，慢慢弱化了深度加工信息的认知习惯。它使观众的认知持续停留在情绪接收层面。长此以往，思考的韧劲、辨析的耐心，都会在不知不觉间被消耗殆尽。

乙方

娱乐本无对错，沉迷才是“降智”根源

◎ 唐伟

不少人刷完一部又一部反转密集的短剧后，会有脑袋发沉、反应跟不上的感受，于是把这种状态归因为短剧会让人“降智”。这样的感受真实可感，但把责任全部算在短剧身上，并不客观。短剧本身并不会让人的智力明显下降。大家口中的迟钝和疲惫，更多是长时间浸泡在高强度刺激后，大脑一时切换不过来产生的疲劳感，谈不上真正的“降智”。

短剧之所以让人上瘾，和它强刺激的编排方式脱不开干系。情节环环相扣，反转一个接一个，每集结尾都留个钩子，让人忍不住往下看。可看多了之后，人会慢慢适应这种高频刺激，对节奏稍缓、需要琢磨的内容反而失去耐心。这不是短剧的错，更像观看习惯带来的副作用。

看短剧是一种轻量化的休闲方式。忙碌之余抽空看上一两集，当作短暂放空，这和闲暇时刷短视频、看小品一样，都是普通人放松身心的选择。如今，不少制作精良的AI短剧，叙事完整、画面考究，

同样能带来不错的观赏体验。把短剧一棍子打死，贴上“拉低智商”的标签，有失公允。何况，观众怎么看、吸收多少，主动权始终掌握在自己手里，同一部剧，有人当消遣，有人找灵感，收获自然不同。

真正需要警惕的，是不加节制的刷刷习惯。很多人打开短剧后，很容易被一环接一环的反转牵着走，不知不觉耗掉一两个小时，甚至更多时间。大量时间消耗在被动接收情绪刺激上，留给读书、思考、与人面对面交流的时间自然被压缩。深度思考的能力和肌肉一样，需要经常锻炼才能保持状态。长期缺少动脑的机会，思维会慢慢变得懒散，这种变化，才是很多人觉得自己变“迟钝”的核心原因。说到底，问题不在看短剧，而在看短剧的方式和限度。

娱乐工具摆在面前，要不要看、看多久，决定权始终掌握在观众自己手里。观众需要提升媒介素养，可以给自己定下简单的观看规矩，比如固

定观看时段，设置观看时长提醒，不把刷短剧当成打发所有碎片时间的唯一方式。看完后，主动进行其他活动，比如散散步、读几页书，给大脑留出缓冲空间。时间安排合理，娱乐放松和思考提升就能各得其所。

观众还要学着区分不同场景的娱乐需求。通勤、排队这类碎片化间隙，短剧适合用来打发时间；而在睡前、休息这种可以自主支配的整块时间里，不妨主动选择更需要投入专注力的活动。不必完全排斥短剧，但也别让它填满所有空隙，慢慢建立起属于自己的娱乐清单，丰富放松身心的形式，可减少对强刺激短剧的依赖。

文娱产品只是生活的调剂，适度放松无可厚非，一旦失去控制，再好的消遣也会变成负担。学会掌控观看节奏，平衡好休闲与深度思考，才能自在享受短剧的乐趣，不必担心陷入“越刷越疲惫”的困境。

争议敲响警钟，短剧要摒弃“爽感”套路

◎ 周慧虹

广大观众并不排斥短剧。真正让人反感的，是短剧中内容供给的问题。短剧尤其是AI短剧“降智”的争议，与其说是观众对这类文艺作品的不满与批判，不如说是向行业传递的一份市场反馈，是大家对内容有套路、过分猎奇的作品失去耐心的体现。对短剧行业而言，这记警钟敲得正当其时，是在提醒整个短剧行业：观众的审美水准在提升，内容的供给也该升级了。要知道，观众的耐心毕竟有限，当吐槽之声越来越大，行业若不快觉醒起来，最终只会失去市场。

因此，短剧行业的从业者有必要放下对流量的执念，别只把“爽感”当作唯一的流量密码，这样，短剧之“短”，才不会和内容之“薄”画上等号。现实中，有些短剧虽“短”，但不“薄”：央视频推出的《中国神话》以古今交融的叙事，让传统故事焕发新生；科幻题材AI短剧《归墟》把镜头对准生态环境与人类命运，全网播放量过亿；讲述两岸同胞

寻味团圆温情故事的AI真人微短剧《谁的三杯鸡》，在热气腾腾的美食里讲出同根同源的温情……好故事从来不缺观众，类似科普、人文、现实题材等小故事，都能在短剧的队伍中找到适宜位置。

短剧摒弃“爽感”套路，需要平台方、创作者、监管方向同发力。相关平台必须校正“唯流量是从”的算法逻辑。从今年9月1日起，国家广播电视总局出台的《微短剧发展管理办法》正式施行，明确要求微短剧播出单位应当定期审核、评估、验证算法机制机理、模型、数据和应用结果等，优先推荐优质微短剧，不得使用诱导用户沉迷、过度消费等的算法模型。算法用在哪儿、为谁服务，平台掌握着主动权，应把它从“流量推手”转换为“内容向导”。这样，好作品自然更易被看见。

创作者则要沉得住气，少些对低品质爆款的执着，多些对生活质感的观察。AI降低了制作门槛，却不该拉低作品讲述故事的水准。只有把画

面留给那些现实当中值得讲述的人与事，故事才经得起推敲；把功夫下在剧本和细节上，作品才立得住、传得开，创作的路子也才能越走越宽阔。

监管自然也要跟上。《微短剧发展管理办法》确立了统一的行业标准，推行分类分层管理和发行许可，这让创作有章可循。监管部门必须在此框架下完善内容引导机制，对精品创作多些扶持激励，让更多好内容有涌现空间、有相应回报。

唯有各尽其责，多措并举，短剧才能告别“爽感”依赖，减少“降智”争议。说到底，短剧的价值从来不只是“爽”。观众需要放松，也需要被尊重，二者本可兼得。短剧能火起来，靠的是观众的捧场，要一直火下去，凭的只能是品质。如果短剧行业擦亮眼睛，认清问题所在，增强责任意识，尽可能把更多元的题材、更用心的表达端上大众的精神餐桌，那么，收获的不只是流量，还有口碑与信任，以及光明的未来。

年轻人成红色旅游主力军 流量之下更要坚持“寓教于游”

◎ 关育兵

据媒体报道，相关研究报告显示，今年上半年“红色旅游”产品搜索热度同比增长超130%，预订景区门票的18岁至35岁游客订单占比突破50%，实景任务、行进式演艺、夜游等新体验成为市场亮点。年轻人正成为红色旅游主力军。

红色旅游对年轻人而言是“精神补钙”。当代年轻人成长于物质充裕的时代，却面临着成长的迷茫与对意义的追问。在红色旅游中体会到的“革命理想高于天”的坚定、百折不挠的韧性，正好可以给年轻人补上“精神之钙”。比如，一些地方、单位开展“重走长征路”活动，让参与的年轻人读懂当年那些年轻红军战士为什么出发、凭什么走到底。又如，年轻人游览革命旧址，历史不再是课本上枯燥的知识点，而成为可以“对话”的精神资源。这种从“知道”到“体验”的跨越，难以在课堂上实现，却能在红色旅游中悄然完成。

红色旅游为年轻人提供了从“旁观者”转向“传承者”的途径。年轻人不再满足于“被教育”，而是带着问题走进纪念馆探寻历史；有的成为青年讲解员，讲述革命故事；有的参与红色研学产品设计，把历史知识转化为可体验的任务与线路；有的借助短视频和线

下宣讲，让厚重历史获得新的表达……从“旁观者”到“传承者”的身份跃迁，意味着红色基因的赓续正从外部灌输转向内生驱动。

年轻人成为红色旅游主力军，不只是年轻人受益，也在重塑红色旅游本身。长期以来，不少红色景区依赖静态陈列和单向讲解，容易陷入让游客“走马观花”的困境。在新时代，红色旅游的供给模式必须改变。夜游、完成实景任务、跟着“红军队伍”穿行古街等新体验成为亮点，说明红色旅游的竞争力正从“有什么可看”转向“能让人经历什么”。这些尝试把“看展馆”变为“进场景”，回应了年轻人追求红色旅游参与感、沉浸感的需求。年轻人用他们的审美和参与方式，推动红色旅游从“陈列式”向“体验式”转型，让红色旅游进一步红火。

当然，要让红色旅游持续吸引年轻人，关键在于守住“寓教于游”的初心，而非在娱乐中稀释精神内核。年轻人反感的从来不是教育本身，而是空洞的说教与虚假的感动。真实，是精神抵达人心的前提。把历史讲准确，把人物讲鲜活，让年轻人在可触可感的场景中自行生发敬意，比刻意煽情更有力量。

建设便民利民项目不可“想当然”

◎ 郭宝哲

10月26日，《人民日报》刊发了一篇标题为《建农贸市场先调査论证》的读者建议。文章介绍，作者前段时间到某县调研，得知当地新建成3个农贸市场，占地20多亩，设摊位近600个，还配套了停车位、公厕、垃圾转运房等，意在疏导马路市场，方便群众买菜。不料，去年底今年初陆续试运营，3个市场却一直冷清。其中一个市场，只有近10名老人守着菜摊，半天看不见顾客。有些摊主起初进场经营，后来没生意，陆续离开。他们说，相关部门的出发点很好，可过去在路边摆摊，中午或晚上菜基本能卖完。如今在市场里，等一天也少有人来。

相关部门建设便民利民项目的出发点是为民着想，可有些工程建成后，却门庭冷落。钱花了，群众没得到便利，摊贩没挣到收入，相关部门好心办了尴尬事，既耗费公共财政资金，也辜负了百姓的期待。

不少人会觉得，市场建好了，老百姓自然会来。想法很美好，现实却泼了一盆冷水。马路边的小摊点之所以能长期活下来，是因为它贴合当地人的生活轨迹。老百姓买菜讲究顺路，下班路过、遛弯经过，烟火气藏在日常行走的路线里。摊贩熟悉周边客源，摸得

清大家什么时候买菜、爱买什么菜。这些藏在街头巷尾的生活细节，坐在办公室里看图纸是看不出来的。

部分民生项目，败就败在“想当然”。相关部门的工作人员怀着办实事的一腔热忱，图纸规划得面面俱到，硬件样样达标，却忽略了最关键的一环：没有问群众到底需要什么。换言之，规划时盯着纸面指标，看重场地规模、配套设施，却没有沉到街巷去听听普通居民和摊贩的真实想法。没有充分了解群众的买菜等生活需求，没有顾及摊贩的生存现实，即便投入不少财力、物力、人力，建成的也可能是缺少人气的空壳工程。选址偏了，哪怕硬件再好，老百姓也不会特意绕远路去买一把青菜。

为民办实事，不是简单把项目建成就算完成任务。建市场只是手段，聚拢烟火、便利民生才是目的。民生工程建得好不好，评判标准不在工作报表上，而在老百姓的感受中，在摊贩的生计里。对相关部门来说，便民利民工程不能是“我觉得群众需要”，要变成“群众确实用得上”。项目上马前，通过入户走访、座谈、发放调查问卷等方式听百百姓心声，才是正确之举，而不是一厢情愿、拍脑袋决策。

别让“朋友圈悲情”沦为诈骗道具

◎ 樊耀文

据媒体报道，上海普陀警方日前通报了一起典型的诈骗案。自2019年起，姜某先后以技术投资、结婚买房、公司周转等理由向3个朋友频频借钱。后来，姜某又谎称“父亲患癌急需治疗”“父亲过世需丧葬费”继续向朋友要钱，几年下来，借款金额高达170余万元。为增加骗局的可信度，他还利用AI生成父亲重病在床的短视频发布在朋友圈，并通过注册多个微信小号，一人分饰多角，冒充领导、律师、主治医生、墓地管理员等身份，层层佐证虚假说辞。

姜某利用AI炮制“父亲患癌”骗局的案件，直指当下AI造假行骗屡禁不止的核心症结。如今，AI生成视频、图片、语音的门槛极低，普通人能很快制作出以假乱真的虚假影像。

然而，长期以来，针对AI造假行骗的监管、追责、惩戒力度普遍偏轻，违法代价较低。治理大多停留在事后删帖、拘留行为人，缺乏常态化、全链条的精准打击。各类AI造假黑灰产分散隐蔽、溯源困难，多部门监管权责分散，没有形成统一的打假闭环。很多利用AI造假行骗的行为，往往因情节轻微、影响不大被从轻处置。这种状况让不少人心存侥幸，肆无忌惮地编造虚

假场景牟取私利。

打击AI造假行骗，关键在打“七寸”。AI造假行骗持续泛滥，本质上是惩戒力度跟不上技术发展、普及的速度。因此，相关部门应完善相关制度，提高AI造假行骗的违法代价，对伪造影像、恶意虚构事实骗取钱财等行为从严从重追责，让造假者得不偿失、不敢再犯。只有这样，才可能从根源上遏制这类新型诈骗。

平台的监管漏洞也为AI造假行骗提供了生存土壤。社交平台对虚假合成内容的甄别能力不足，对多账号联动演戏、以悲情人设营销的违规行为排查滞后，事后的处置速度远远滞后于造假传播速度，间接纵容了此类骗局的滋生蔓延。治理AI造假行骗，不能只依靠警方事后打击，平台必须承担主体责任，升级技术识别手段，封堵AI造假行骗内容的传播渠道，提前拦截虚假诈骗内容。

姜某的“朋友圈悲情”沦为诈骗道具，是当下AI技术被滥用、诈骗成本低的真实缩影。要杜绝同类案件重演，不能只靠个案追责，而要大惩戒力度，有效遏制AI造假行骗现象，守住网络诚信与社会安全的底线。