

刷刷为何停不下来?

——当代青年“类麦当劳化”微短剧成瘾的逻辑探究

张楠楠 徐晓军

摘要:微短剧以其独特的“类麦当劳化”特征在数字娱乐中火爆出圈,不少青年“刷到停不下来”。当代青年微短剧成瘾现象的本质是,微短剧供给端在技术与资本的操控下与青年需求端深度耦合,形成成瘾闭环。具有精准化、可计算、可预见、高效率的“类麦当劳化”娱乐特征微短剧,为当代青年在社会结构高压下的心理缺口提供需求速偿、实现满足加码。伴随认知阻隔、自我斗争、自我说服、自我和解的心路转变历程,刷刷青年在投射性疏解现实压力、争取自主掌控感、进行逆主流规则的合理化辩护、完成现实情感的高阶虚拟替代的过程中,逐渐沉迷于微短剧难以自拔。“类麦当劳化”微短剧对青年的精神统摄不可避免地导致其现实参与弱化,推动微短剧走出“类麦当劳化”、发挥正向功能迫在眉睫。

关键词:微短剧;成瘾机制;类麦当劳化;需求速偿;满足加码

DOI: 10.19836/j.cnki.37-1100/c.2026.03.019

一、问题的提出

近年来,微短剧的市场规模、用户规模等持续刷新纪录,微短剧凭借其独特魅力已成为大众娱乐生活的重要组成部分。国家广播电视总局数据显示,2025年我国上线播出微短剧3.3万部,国内用户规模近7亿人;北京大学国家发展研究院发布的报告显示,全国微短剧月度产量稳定在3000部以上,2020年至2025年,我国微短剧市场规模从不到10亿元快速扩张至千亿元,5年内增长近百倍^①;2024年微短剧市场规模首次超过同年电影票房总额^②;2026年春节期间,微短剧呈爆发式增长,仅红果短剧一个公司就推出超千部新作,其中,有四部剧的播放量破10亿、热度值破亿,短剧正在成为中国观众的新年味、新年俗^③。

2020年被视为微短剧元年,线上微短剧在此后逐渐被纳入官方监管体系,受众群体也不断扩大。在微短剧发展初期,受众群体主要是有闲余时间的中老年人,而随着内容制作日趋精品化,微短剧精准吸引了“80后”“90后”青年群体的关注,受众结构由此发生显著转变,“刷刷根本停不下来”成为不少青年的真实写照。2025年11月发布的《全民共创微短剧产业文化价值报告》显示,在微短剧的消费者中,18—30岁年轻用户占42.5%,青年成为绝对消费主力^④。中国网络视听协会发布的《中国微短剧行业发展白皮书(2024)》《中国网络视听发展研究报告(2025)》表明,微短剧独立应用的人均单日使

基金项目:教育部人文社会科学研究青年基金项目“可持续生计视域下新职业青年政治认同的风险画像与提升策略研究”(25YJC710086);湖北本科高校省级教学改革研究项目(2023083);中央高校基本科研业务费专项资金资助项目(CCNU23HQ016)。

作者简介:张楠楠,华中师范大学马克思主义学院讲师,硕士生导师(武汉 430079;zhnn333@163.com);徐晓军,华中师范大学政治与国际关系学院教授,博士生导师(武汉 430079;xuxiaojun98@163.com)。

① 祝凤岚:《微短剧行业全面开花》,《中华工商时报》2026年2月10日,第4版。

② 《2024中国网络文学蓝皮书》,《文艺报》2025年6月30日,第5版。

③ 《2026春节档收官:短剧点亮文娱消费大市场》,https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_32699962,访问日期:2026年3月5日。

④ 《微短剧以“小体量”承载“大情怀”》,《光明日报》2025年12月8日,第9版。

用时长已达101分钟,追平即时通信,超过七成用户形成观看习惯,用户黏性极强。

值得关注的是,随着工业大生产的逻辑渗透至文化娱乐领域,效率和标准化不仅成为衡量工作能力的重要指标,也逐渐重塑了微短剧的内容生产模式。娱乐本是规避日常事务合理化的途径和结果,然而微短剧这一娱乐活动走向快餐式,高效和标准成为其制作逻辑。从倍速看剧、解说看剧到如今两三分钟一集的微短剧,娱乐本身被不断“提纯”与“加速”。深入观察可以发现,除了对效率的极致追求,微短剧在内容层面还普遍呈现标准化、程式化的特征,如题材集中于逆袭、战神、复仇、甜宠、虐恋等固定类型,剧情遵循“6秒给身份,15秒出转折”的固定模板,人物选取苛求高颜值,表演风格趋于夸张、激进。这套标准化的生产流程,使微短剧在实现批量产出的同时,也呈现出高度同质化的特征。

由此引出一个值得深思的问题:普遍标准化、程式化的微短剧,何以能够持续吸引青年“刷到停不下来”?换言之,在内容高度可预见、模式高度雷同的情况下,微短剧为何仍能保持极强的用户黏性,甚至催生成瘾现象?为此,需从微短剧供给端与当代青年需求端双向互动的视角,深入探究刷刷青年微短剧成瘾的生成逻辑。

二、文献回顾与研究方法

(一)文献回顾

无论对个人健康还是对社会发展而言,成瘾都会带来严重影响,剖析成瘾机制是破解成瘾行为的关键。关于青年网络文化的成瘾机制,既有研究主要有两种倾向:一是侧重从供给的角度,分析网络平台对用户习惯与依赖的培养。在供给程序上,“触发—行动—回报—投入”的上瘾模型(hooked model),容易提升用户上瘾概率^①;在供给内容上,智能算法推荐有效解决了个人有限注意力与平台海量内容之间的矛盾,容易触发用户的沉浸式/心流体验^②;在供给控制上,平台提供的无限娱乐体验与有限控制选择,为用户提供自我游移的空间从而吸引用户^③;在供给视觉上,平台通过放大视觉体验刺激情绪来捕获注意力^④。二是侧重从个体需求的角度,认为个体的网络文化上瘾是基于自身生理、心理特点与所处环境而产生的需求被持续满足的结果^⑤。在生理层面,上瘾时间越长、症状越严重,脑结构的影像学改变大概率会越显著^⑥;在心理层面,现有研究将网络成瘾的心理机制概括为初级正向学习机制、次级放大过程、冲突性后果等三要素的交互作用^⑦,同时,人格特质^⑧、认知行为模型等理论也可以解释上瘾的心理原因^⑨;在社会层面,家庭因素^⑩、社会支持^⑪等对青年的成瘾行为同样有显著影响。成瘾机制是一个涉及神经生物学、心理学、社会学等多学科因素的复杂过程,其核心在于个

① 高晓晶、喻梦倩、杨家燕等:《图书馆短视频传播及互动效果影响因素模型及实证分析——基于“上瘾模型”的探索》,《图书情报工作》2021年第10期。

② 熊开容、刘超、甘子美:《刷抖音会上瘾吗?——短视频App用户沉浸式体验影响因素与形成机制》,《新闻记者》2021年第5期。

③ 晏青、陈柯伶:《可控与不可控之间:短视频成瘾的媒介可供性》,《福建师范大学学报(哲学社会科学版)》2023年第1期。

④ 卞芸璐:《从“看清”到“放大”:由网络微短剧论“小屏”的媒介偏向》,《中国电视》2024年第2期。

⑤ 奚婉、胡玉正:《青少年网络游戏成瘾的研究现状与展望》,《应用心理学》2022年第1期。

⑥ 秦燕、刘军、周顺科:《网络游戏成瘾的磁共振研究进展》,《中国临床心理学杂志》2013年第3期。

⑦ 邓鹏、王欢:《网络游戏成瘾:概念、过程、机制与成因》,《远程教育杂志》2010年第6期。

⑧ 贺金波、祝平平、聂余峰等:《人格对网络成瘾的影响及其心理机制综述》,《中国临床心理学杂志》2017年第2期。

⑨ 贺金波、郭永玉、向远明:《青少年网络游戏成瘾的发生机制》,《中国临床心理学杂志》2008年第1期。

⑩ 陈子循、白荣、李金文等:《父母冲突与青少年手机成瘾的纵向关系:冲动性和朋友支持的作用》,《心理发展与教育》2025年第6期。

⑪ 李晓虹、张婷婷、李天硕:《社会支持与大学生数字成瘾的关系:一项元分析》,《图书情报工作》2024年第16期。

体对特定的物质或行为产生的极度渴求与依赖,并难以实施有效控制^①。

由此可知,成瘾机制是多重因素共同作用的结果。不同的上瘾行为之间有共性也有差异,若要制定行之有效的干预策略,则需进行精准化的研究。因此,为探究刷刷青年为何会对微短剧“刷到停不下来”,可从微短剧的供给端与当代青年的需求端,深度剖析当代青年微短剧成瘾的具体原因,为后续进一步的干预提供精准、有效的方向。

(二)研究方法

随着智能时代的到来,各类App平台在人们的日常生活中无处不在。“平台日常化”导致人们在生活中会无意识地受到资本侵蚀,但平台也由此成为日常生活碎片的陈列空间,青年群体尤其热衷于在平台上记录生活、展示自我、寻找共鸣、互动交流。因此,要研究青年微短剧的上瘾行为,就必须从“我者”而非“他者”的角度深度观察青年在微短剧平台上的行为与互动。以红果、抖音、小红书App平台为田野调查空间,采用针对数字媒介的新研究方法——漫游研究法^②——开展沉浸式参与观察,即模拟用户利用平台观看微短剧并参与分享、互动,同时,根据平台展示的“动态”“评论”“点赞”等初步判断看剧活跃情况,以及采用线上“滚雪球”的方式选取对微短剧有特别偏好的用户进行线上访谈,并进行为期12个月的跟踪调查,动态观察其使用行为变化。选取漫游研究法主要基于以下考量:一是上瘾者可能存在心理防御与认知偏差,在虚拟环境中匿名访谈更容易获取真实信息;二是便于通过平台实时捕捉行为细节与即时心理状态,减少事后访谈的误差;三是网络空间中的互动更符合当代青年作为数字原住民的日常沟通习惯,沟通过程更自然,所呈现的数据内容也就更真实。

平台漫游研究需要以三个阶段的资料收集来确保研究结论的科学性与完整性。第一阶段选取35位用户进行深度访谈,以提炼核心概念、核心维度以及逻辑关系,并形成分析框架;第二阶段继续访谈,在完成第9份访谈时已不再出现新的相关信息,由此进一步聚焦核心维度间的关联逻辑,并建立分析模型;第三阶段为确保严谨性,再继续选取6位用户补充访谈,验证后确认信息已达到饱和状态。确定分析对象遵循以下标准:一是为确保信息真实性和线下访谈、追踪调查的便利性,主要选取研究团队所在省份的被访者;二是被访者为年龄18—35岁的青年用户;三是被访者持续观看微短剧及相关内容6个月以上,自认为对微短剧有着强烈的心理渴望。50位被访者(见表1)的男女比例约为1:3,红果、抖音、小红书三个平台选取比例约为3:1:1,28人有过付费行为,未婚群体超过六成,职业身份多样化,超过75%被访者月收入在7000元以下。为保障研究匿名性与数据整理效率,访谈对象的编码采用“性别-昵称首字母缩写-序号”的形式列出。

表1 被访者基本信息表

被访者编号	年龄	学历	职业	月收入(元)	婚姻状态	被访者编号	年龄	学历	职业	月收入(元)	婚姻状态
F-GWZZ-1	20	本科	学生	0	未婚	M-LMY-26	22	本科	实习	2800	未婚
F-CV-2	25	大专	职员	4200	未婚	F-YRRY-27	22	大专	学生	0	未婚
F-QCGG-3	28	本科	销售	5800	未婚	F-BCXC-28	32	本科	银行	6800	已婚
M-XH-4	26	大专	客服	4000	未婚	F-QLKK-29	27	本科	自由职业	4800	未婚
F-HDC-5	30	大专	离职	0	已婚	M-DY-30	28	大专	教练	7200	未婚
F-ACPGZ-6	23	高中	销售	3500	未婚	F-ST-31	25	本科	自媒体	5100	未婚

① Zeng X., Han X., Gao F., et al. “Abnormal Structural Alterations and Disrupted Functional Connectivity in Behavioral Addiction: A Meta-analysis of VBM and fMRI Studies”, *Journal of Behavioral Addictions*, 2023, 12(3), pp. 599-612.

② Light B., Burgess J., Duguay S., “The Walkthrough Method: An Approach to the Study of Apps”, *New Media & Society*, 2018, 20(3), pp. 881-900.

续表 1

被访者编号	年龄	学历	职业	月收入(元)	婚姻状态	被访者编号	年龄	学历	职业	月收入(元)	婚姻状态
M-BE-7	29	本科	程序员	12000	已婚	F-CKSH-32	30	大专	销售	4300	已婚
F-YHM-8	24	本科	新媒体	5000	未婚	F-DLB-33	23	本科	编辑	4900	已婚
F-DJ-9	27	大专	待业	0	已婚	M-LAZY-34	33	本科	销售	10000	离异
M-DH-10	19	本科	学生	0	未婚	F-Y-35	26	高中	美甲师	3600	未婚
F-JYC-11	32	硕士	中学教师	7500	已婚	F-XXYZ-36	29	本科	教师	7800	已婚
F-JDK-12	26	本科	自媒体	4500	未婚	F-JJ-37	24	大专	前台	3900	已婚
F-MST-13	21	大专	学生	0	未婚	M-GJY-38	27	硕士	数据分析	8500	未婚
M-YMZJ-14	31	本科	汽车维修	6800	已婚	F-CLKXC-39	28	大专	客服	5000	未婚
F-XMN-15	28	大专	销售	5200	未婚	F-BH-40	31	本科	策划	8200	已婚
F-ECZ-16	25	本科	幼师	4800	未婚	F-MHT-41	25	本科	待业	0	未婚
F-NSZS-17	33	本科	会计	6500	已婚	M-ADY-42	29	大专	快递员	6500	未婚
M-CS-18	27	高中	外卖员	6200	未婚	F-HHT-43	26	本科	销售	4700	未婚
F-YJXC-19	21	本科	学生	0	未婚	F-TX-44	32	硕士	企业职员	7500	已婚
F-HG-20	29	大专	美容师	4600	离异	M-QPY-45	25	大专	职员	5000	已婚
F-SSS-21	24	本科	销售	5300	未婚	F-XD-46	19	本科	学生	0	未婚
M-LXQ-22	30	本科	设计师	9000	已婚	F-XXCY-47	25	本科	助理	6200	未婚
F-MR-23	26	高中	服务员	3200	未婚	F-HZS-48	28	硕士	金融	10000	未婚
F-HMCR-24	33	硕士	行政	5600	未婚	F-BQMG-49	24	硕士	学生	1000	未婚
F-PEDQF-25	31	大专	调度员	6000	已婚	M-YLJ-50	35	大专	工人	7000	未婚

三、“类麦当劳化”：微短剧的娱乐可供性表征

微短剧的核心吸引力在于平台算法、内容生产、技术迭代、商业模式等的协同作用,为刷剧青年提供了一套精心设计的“成瘾系统”。因此,要分析当代青年微短剧成瘾的机制,必须先全面分析微短剧的娱乐可供性,即微短剧为用户提供的、可被真实感知的、与娱乐体验有关的设计^①。

(一)精准化的娱乐:算法控制直达需求

进入智能化时代,在人工智能驱动下,信息流与推荐引擎实现紧密结合,算法推荐在当前已经成为各类信息平台、社交软件的标配。算法能够根据用户在使用过程中的浏览习惯,精准匹配信息并推送给用户,甚至比用户更了解其自身的**信息需求。布赫尔(Bucher)提出的“算法可见性”(algorithmic visibility)强调,算法不仅向用户推荐信息,也同时形成了一套“可见性”的控制机制,通过算法运算直接决定信息的显示、排序、位置、分类等规则^②,即算法虽不生产内容,但对用户能够看到什么样的内容起决定性作用^③。

① 晏青、陈柯伶:《可控与不可控之间:短视频成瘾的媒介可供性》,《福建师范大学学报(哲学社会科学版)》2023年第1期。

② Bucher T, “Want to be on the Top? Algorithmic Power and the Threat of Invisibility on Facebook”, *New Media & Society*, 2012, 14(7), pp. 1164-1180.

③ 付晓静、徐千禧、潘陈青:《算法推荐机制下北京冬奥会的“可见性”——基于抖音短视频平台的研究》,《北京体育大学学报》2023年第4期。

微短剧平台借助智能化的算法推荐方式,形成“私人订制”般的个性化推送,确保推送给用户的微短剧可“投其所好”。用户能刷到哪部剧,一方面与用户设置的偏好有关,平台将微短剧分为以战神、仙侠、逆袭等为题材的男频剧和以虐恋、甜宠、宫斗等为题材的女频剧,邀请用户选择偏好类型;另一方面与持续的算法驯化有关,算法会在用户滑动、停留、搜索等过程中不断捕捉、学习用户的使用偏好,基于使用痕迹进行可见性生产。

在平台算法控制下,微短剧可在短时间内吸引用户有限的注意力,个人专属的微短剧推荐流实现了娱乐的精准化。“无意中刷到一个微短剧广告就点进去了,就打开了新世界,根本停不下来,刷完一个又一个,完全沉浸在里面出不来,被小短剧‘俘虏’了。”(F-MST-13)微短剧被算法精准地推荐给用户,既解决了海量微短剧与用户有限注意力间的矛盾,又很好地推测出用户潜在的看剧需求并无限满足,使用户沉浸其中,提升了用户的满意度和忠诚度,增强用户黏性。智能化技术与微短剧间的完美交互,实现了对用户娱乐精准化的控制。

(二)可计算的娱乐:低成本触达理想版“心理童话”

与其他形式的娱乐相比,微短剧具有可计算性的特点,主要体现在两个方面。一是用户使用成本可量化,看剧成本低。从经济成本来看,很多平台可以免费看剧,或以看广告的形式解锁剧集,甚至还能看剧领金币赚钱,相比于传统的长视频平台动辄上百元的年费,看剧成本极低;从时间成本来看,一集微短剧时长多在三五分钟内,无须像传统电视剧一样投入大量的时间,更适合当下人们碎片化的生活方式;从精力成本来看,微短剧剧情紧凑不拖沓,故事结构普遍简单易懂,用户无须太多思考就能迅速理解,几分钟就能快速进入剧情,正如网友总结的“脑子一扔就是看”。

二是微短剧的设计有特定的量化标准,可技术性地抓住人心。从每集设定来看,微短剧已经有着潜在的行业标准,并总结出公式,即“6秒给出身份,15秒第一个转折,最后10秒留下悬念”。具体而言,开场要制造强烈的冲突吸引眼球,中间要有“包袱”或情绪冲突,后半程要有转折、埋下伏笔,以反复勾起用户情绪,如期待、愤怒、揪心、兴奋等。从整体剧情来看,大概每3至6集设置一个关键剧情,通常80集的剧主要事件不超过20个,10集左右为卡点集,也被称为“钩子”,就是通过设置悬念、反转等刺激用户情绪升级。剧情越符合成年人心中理想的“童话”,就越能产生“爽”的感觉、抚慰的体验。整体情节要有起伏,使用户情绪随之跌宕起伏,从中产生更强烈的满足感、幸福感。从演员选取来看,颜值是首要标准,高颜值更符合用户期待。“剧情相似,就看哪个男女主颜值更高了!目前在追于龙,入了老大的坑,别人都不香了。”(F-CV-2)

(三)可预见的娱乐:幻想世界的临场感体验

内容传播的效果取决于用户“身临其境”的感知状态,即社会临场感^①。微短剧通过剧情制造某种情境,使用户在看剧中自我代入,不自觉地与角色产生共鸣,与剧中角色一起经历跌宕起伏。“太戳心了,那无奈挣扎看得我直掉眼泪……最后的完美结局让我一整天都很开心。”(F-DLB-33)用户随着剧情推进间接体验到诸如从低谷华丽转身的成功与喜悦,获得心理上的虚拟满足。而与其他用户在公共空间评论互动共享感受,也大幅提升了临场感体验^②。

对微短剧而言,这种临场感体验及其附带的情感满足是可以提前预见的。微短剧普遍具有“土”“爽”“癫”三大标准化的特征,用户在打开平台前就已经意识到能够从中获取“确定”的娱乐体验与情感满足。一是“土”,霸总追妻、萌娃助攻、废柴逆袭等俗套情节,其实是已经在各类影视作品中被普遍验证了的、有效的故事设定,“越土我越爱看,越是那种狗血又尴尬的,我越看得津津有味”(F-NSZS-17)。二是“爽”,主角自带光环、一路开挂逆袭,精准满足用户渴望成功、被认可的心理,使其沉浸式享受主角胜利的喜悦,“女主穿越过来后各种打脸反派,没受一点委屈!看得心里痛快!”(F-BCXC-28)三是

① 周逵:《虚拟空间生产和数字地域可供性:从电子游戏到元宇宙》,《福建师范大学学报(哲学社会科学版)》2022年第2期。

② 周永生、唐世华、肖静:《电商直播平台消费者购买意愿研究——基于社会临场感视角》,《当代经济管理》2021年第1期。

“癫”,剧情设定通常不符合现实和逻辑,如特殊身份、特异功能、重生、穿越等,这类白日做梦式的剧情,极大地满足用户的精神幻想。久而久之,用户就会将微短剧与虚拟的心理满足划上等号,相较于其他娱乐方式在心理满足上的不确定,微短剧自然成为首选。

(四)有效率的娱乐:情绪价值的准度、强度、浓度更大化

“情绪价值”是市场营销理论中的一个关键概念,指顾客在与企业交往过程中感知到的情绪收益与情绪成本间的净效益,是提升顾客忠诚度的重要指标^①。“情绪价值”使供消费的体验或服务超越了其本身的功能属性、实体属性^②。微短剧平台一方面通过算法精准推送符合用户喜好的微短剧,让用户获得平台“懂我”的情绪价值;另一方面,借助用户理性经济人的思维惯性,即效仿人们在处理问题时寻找最优解、最优价格的做法,平台将提供给用户看剧时的情绪体验也加以量化,不断推动情绪价值的更大化,强化平台与用户间的情感连接。

微短剧在情绪价值供给更大化的过程中,已经发展成为一种非常高效率的娱乐方式,用户在看剧的短时间内就能够获取越来越准、越来越强、越来越浓的情绪价值。这种情绪价值来源主要有两方面。一是感官冲击,精简紧凑的镜头、优越的颜值妆造、有张力的画面、紧张的音效等冲击性元素在短时间内集中呈现,强烈刺激着观众的视觉和听觉神经,使其产生生理性的愉悦感和快感。“被惊艳到了,人名不一定记得住,但很多画面像刻在脑海里,整个剧演技在线,服化道也都在线,看得我心潮澎湃!”(F-MR-23)二是心理触动,微短剧通过剧情设计给观众以过山车般的心理体验,如悲惨出身、饱受欺凌,突然逆袭、走向人生巅峰,各种悬疑情节、搞笑片段、复杂的角色关系等贯穿剧情主线,使观众的心理状态在兴奋和低落的两极中循环摆动,产生不间断的心理共鸣和情绪高潮。“故事情节简单直接,节奏快爽点密,以满足情绪体验为主,看完后激素分泌比较多,是我精神上的快乐肥宅水。”(M-BE-7)

从生产逻辑的核心来看,微短剧的娱乐供给遵循工具理性主导的工业化生产逻辑,符合“麦当劳化”的生产特征。“麦当劳化”最初是乔治·里茨尔在分析快餐行业运作模式时提出的学术概念,该生产模式的主要特征为:一是流水线式生产的高效性;二是数字化生产标准的可计算性;三是模式与流程的可预测性;四是以非人的技术实现对人的控制,消除不确定性带来的误差^③。

但微短剧的内容供给与“麦当劳化”生产的内容供给存在显著差异。一是控制机制,前者是数据驱动的隐性、柔性操控,后者是标准化流程的显性、刚性控制;二是效率目标,前者效率为刺激情绪捕获用户注意力,后者效率为降低成本提高产出;三是用户体验,前者是满足心理层面的情感性需求,后者是满足工具性需求;四是标准的更新,前者的标准化是动态可调的,会随着用户反馈进行动态数据迭代推动创新,后者的标准化相对静态、稳定。可以说,精准化、可计算、可预见、有效率的微短剧仅是呈现出“类麦当劳化”表征。

四、需求速偿-满足加码:当代青年“类麦当劳化”微短剧成瘾的心理机制

既有研究表明,无论是物质成瘾还是行为成瘾,破除心理依赖都是解决问题的关键^④。因此,要理解青年刷刷为何停不下来,需深入其心理层面,探究需求端的内在驱动逻辑。个体的上瘾行为是过程性结果,在不同的接触阶段,个体有不同的心理体验^⑤。调查发现,青年从初次接触微短剧到彻底

① Bailey J. J., Gremler D. D., Mccollough M. A., “Service Encounter Emotional Value: The Dyadic Influence of Customer and Employee Emotions”, *Services Marketing Quarterly*, 2001, 23(1), pp. 1-24.

② 文红玉、魏晋:《青年寻求“情绪价值”的时代症候、成因分析及引导策略》,《华中科技大学学报(社会科学版)》2024年第5期。

③ 乔治·瑞泽尔:《社会的麦当劳化》(第9版),姚伟等译,北京:中国人民大学出版社,2023年,第13—17页。

④ 高文斌、陈祉妍:《网络成瘾病理心理机制及综合心理干预研究》,《心理科学进展》2006年第4期。

⑤ 焦艳鹏:《基于人工智能技术的短视频APP的成瘾机理与法律规制》,《新闻与传播研究》2025年第4期。

沉迷,普遍经历四个阶段的心理进程(见图1):好奇接触阶段的单纯愉悦、深度感受阶段的快乐挣扎、依赖形成阶段的放弃抵抗、失控沦陷阶段的彻底上瘾。在这一进程中,认知阻隔、自我斗争、自我说服、自我和解四种心理机制依次发挥作用,共同推动着成瘾的深化。而这四大过程性心理作用机制,可以总结概括为需求速偿、满足加码。青年在社会结构压力下适应性地寻求自我满足,微短剧以其“类麦当劳化”的供给特征恰好提供了即时替代性满足的途径。在技术与资本的双重驱动下,这种满足感在持续的数据互动中不断突破阈值、升级加码,令青年逐渐陷入沉迷上瘾的困境。

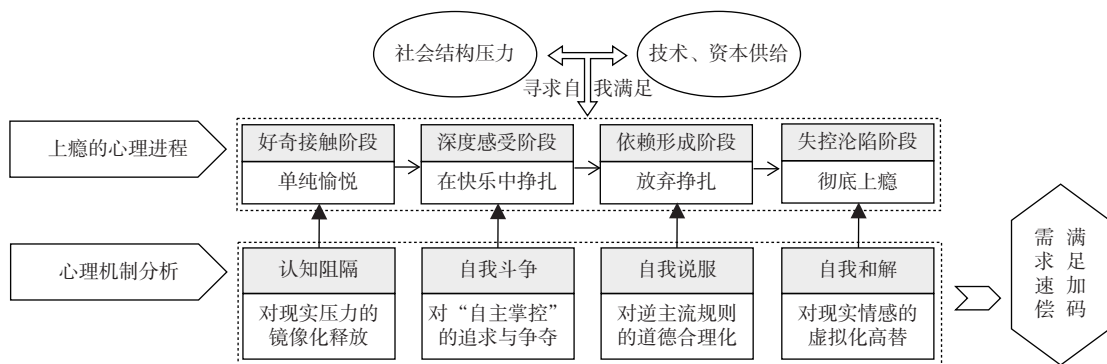


图1 青年微短剧成瘾的心理进程与机制

(资料来源:作者自制)

(一)认知阻隔:对现实压力的镜像化释放

“短暂地忘记烦恼”是大部分被访者初次接触微短剧的共同体验。微短剧内容虽源于生活,却以高度浓缩的剧情、现实中罕见的逆袭与超现实元素,在短时间内营造出与日常经验截然不同的叙事世界。这种与现实之间的强烈反差,在青年观众的认知层面构筑起一道认知阻隔屏障,使其暂时脱离现实社会的固有框架与心理负担,进入一个可以自由幻想的虚拟空间。

这种心理抽离之所以被青年需要,根源在于现实社会中的他们正承受着普遍且叠加的结构性压力。2023年中国青少年研究中心的全国调研数据显示,当代青年与其他代际相比,压力并未减轻,且从物质层面扩散到精神层面,从低频次低强度转向高频次高强度,从单一性转向叠加性,呈现出“四面楚歌”之势。婚育压力^①、AI焦虑^②等短期内难以彻底解决的现实困境交织叠加,给他们造成了巨大的压力。

在此背景下,“类麦当劳化”微短剧恰好成为青年压力镜像化释放的出口。不同需求的青年都能从微短剧中得到替代满足,女频剧如《宫女扶摇录》《替身为凰》等精准满足年轻女性的情感幻想,男频剧如《寒门状元逆袭记》则契合年轻男性对人生巅峰、事业有成、财富自由的心理渴望。“生活本来就很难,那些小甜剧让我感受到前所未有的轻松愉快。”(F-MHT-41)现实困境经由微短剧的转化,在虚拟空间中获得阶段性疏解,青年的焦虑情绪得到有限但有效的缓解。

(二)自我斗争:对自主掌控的追求与争夺

“除了开心一无所获”,这是许多青年深度接触微短剧后的共同感受。不少青年能够清醒地意识到,“类麦当劳化”微短剧带来的情绪刺激远高于认知增益,从效用角度看并不符合合理性逻辑。即使明知如此,仍有部分青年难以割舍,在快乐与空虚之间反复挣扎,这种看似非理性的“自我斗争”,背后隐藏着青年对生活掌控权的暗自争夺。

① 杨凡、郭品锐、刘甲楠:《中国不婚、不育和少育的状况、影响因素与政策应对——中国不婚不育少育群体专项调查主要数据分析》,《人口研究》2024年第2期。

② 刘天元、晏静露:《智能变革中的不安:青年群体AI焦虑的形成机制及其影响》,《中国青年研究》2025年第2期。

这种自我斗争式的争夺之所以发生,根源在于青年在现实社会中普遍处于自主性被压抑的状态。现代社会的规训体系持续侵蚀着青年的掌控感:在时间层面,加速社会重构了时间结构^①,工作与生活的边界在即时通讯中日益模糊,时间焦虑成为普遍感知;在行为层面,学校、职场、家庭通过制度规则、考评指标、加班文化、习俗礼仪等建构起严密的规训网络,青年长期处于被动适应之中。时间和行为自主掌控感的双重缺失,成为这一代青年共同的心理困境。

在此困境下,微短剧恰好提供了“自主掌控”的幻觉补偿,成为青年无须付出任何代价就可以获得自主掌控感的工具。一是对时间的掌控感,青年在加班间隙、通勤空档、睡前片刻即可刷完几集,仿佛夺回了被侵占的时间主权。“没有自己的时间,这些碎片化的时间我才能自己做主”。(F-BCXC-28)二是对自我的掌控感,剧中逆袭、重生、超能力等设定,让青年完成从现实“被规训者”到虚拟“规则打破者”的身份转换。“白天被生活摧残,晚上刷刷刷就获得对生活的掌控感”。(M-CS-18)这构成了对现实无力感的心理代偿。微短剧高浓度的情绪价值供给,令大脑持续亢奋并自动屏蔽身体对时间的感知,个体会不自觉延长观看时间,最终陷入“不知怎的就是停不下来”的循环。“刷了一天的剧,书是一点没看”。(F-YJXC-19)这就导致青年在“自主掌控”中被反噬。真正的自主掌控,恰恰在于能否识破并抵制这种幻觉的持续吸引,这正是自我斗争的核心所在。

(三)自我说服:对逆主流规则的道德合理化

“浪费一点时间而已”,挣扎失败的青年会加深对微短剧的依赖,并为刷刷行为寻找合理解释。当自主掌控失控,青年虽然明知刷刷是浪费时间,但其会用“不是所有的时间都必须有意义”等理由进行自我安慰,原有的自我管理价值观在这一阶段全面崩塌。这种自我安慰、自我说服,本质上是对未严格遵守社会主流规则的自我进行辩护。

现代主流规则对青年的规训并非依赖强制管控,而是通过文化符号、制度规范、权力网络共同形成一套隐性规训体系。这套体系的核心特征是理性、价值,会潜移默化地影响个体的行为规范:在时间层面,强调“时间要有意义”,反对虚度;在价值层面,推崇自我提升,将脱离效益的娱乐视为非理性;在行为层面,认为漫无目的的娱乐是对自身的不负责任。

然而,当“努力就有回报”的主流信念在现实中日渐松动,青年对这套规则的合理性也随之动摇。内卷、35岁危机等使“奋斗改变命运”的理想似乎愈发遥远,遵循主流规则未必能带来预期回报,故刷刷等看似逆规则的行为反而成为一种低成本的情感补偿方式,既表达了对现实规则的不满,又规避了实质性的越轨风险。“不就是世另我嘛,裸辞了找不到工作,天天看短剧……失业三部曲,躺平刷刷焦虑”。(F-HDC-5)F-SSS-21还将微短剧生动地比喻为“负责生产幻象的泡泡机”。

为了缓解因沉迷刷刷而产生的“违规焦虑”,青年通过各种辩护策略为行为寻求道德合理化。例如,利用情境化解释,将刷刷视为“学习工作之余的必要情绪调节”(F-GWZZ-1);借助亚文化认同,强调“身边人都在看,不看反而没有共同话题”(F-WR-23);质疑主流规则的有效性,反问“难道这个时间用来提升自我就能获得成功了吗”(M-LAZY-34);赋予刷刷新价值,认为“这也是一种了解社会的方式,比硬撑着学习更有效率”(F-YRRY-27)。这些辩护策略共同构成青年在规则与现实间寻求平衡的心理机制,使他们在沉迷中仍能维持自我认同的稳定。

(四)自我和解:对现实情感的虚拟化高替

“边看边治愈,开心最重要。”随着心路历程的推进,刷刷青年逐渐从心理补偿滑向现实情感退缩、虚拟替代现实的异化状态,已经不同程度地沉迷于微短剧。此阶段,微短剧已不再仅仅是填补心理缺口的临时工具,而是开始侵蚀青年在现实世界中的情感联结能力。青年之所以会走向彻底失控沉迷,本质上是源于个体情感刚需中“现实供给不足”与便宜、方便、快捷、安全、高质量“虚拟供给加码”之间形成的巨大张力。

^① 王敏芝:《加速社会的时间结构与情感现代性》,《苏州大学学报(哲学社会科学版)》2023年第1期。

从社会结构层面审视,当代青年在情感获取上面临着比以往更为严峻的成本与收益失衡。在传统共同体社会中,生产、生活、情感三位一体,情感支持嵌入日常交往之中,无须额外投入、维护即可自然获得。然而,工业化与城市化进程瓦解了这一情感生发的自然载体,人口高频流动使人际网络难以稳定维系,工具理性的膨胀不断侵蚀情感交往中的纯粹性与安全感。情感支持逐渐从“嵌入性公共品”退化为需要个体高成本维系的“私有物”,不仅需要专门的时间、精力和经济投入,还随时面临关系崩盘的风险。

“类麦当劳化”的微短剧可以随时随地为青年提供低成本、无风险、即时可得的情感供给。平台通过算法精准推送符合个体情感偏好的剧情,用户在无须付出真实人际交往成本的情况下,便能批量获取温暖、偏爱等情感体验。当虚拟世界中的情感获取比现实更容易、更安全、更符合期待时,青年便逐渐倾向于用虚拟替代现实,甚至开始对真实人际关系的平淡感到倦怠与不满。

“因为这里有自己不能拥有的温暖和幸福”(F-XXYZ-36),“隔着屏幕我也能感觉被爱着”(F-JDK-12),“那些我不曾见过的世界,那些我不可能遇见的人,让我摆脱不掉它的甜”(F-CKSH-32)。这些访谈片段揭示了微短剧成瘾并非全部源于个体意志薄弱,而是结构困境下个体的一种适应性反应。当现实情感供给成本、风险增高,而虚拟情感供给却在技术加持下不断突破阈值、持续加码时,青年在现实中建立和维系真实情感联结的动力就会逐渐萎缩。

综观刷刷青年的心路历程与心理作用机制,可以发现,结构压力下的青年“需求迅速代偿”仅是其微短剧成瘾的“启动器”,而“满足持续加码”则扮演着成瘾“加速器”“固化剂”的角色。当“供给-需求”平衡时,青年对微短剧的替代性满足感会很快脱敏,可能会依赖但是未必会上瘾;当“供给>需求”的满足加码出现时,刷刷带来的满足感不断突破阈值,促使青年产生越来越强的依赖感,对现实的替代满足逐渐固化,刷刷从偶然行为变成难以逆转的上瘾状态。

五、结论与讨论:“类麦当劳化”微短剧的精神统摄与青年现实参与弱化

在技术与资本的双重驱动下,微短剧以“类麦当劳化”的工业化逻辑重塑了数字时代的娱乐供给:算法实现内容的精准“围猎”,使用成本与生产标准清晰可量化,标准化设计保障高效率的情绪刺激,可预见的叙事套路持续输出低成本的情感代偿。这种精准化、可计算、可预见、高效率的娱乐形态,恰好击中了当代青年在社会结构高压下形成的心理缺口,即现实压力无处释放、自主掌控感严重缺失、主流规则的合理性动摇、情感支持日益昂贵。供给端的技术操纵与需求端的心理渴求深度耦合,形成“需求速偿-满足加码”的成瘾闭环:微短剧不仅快速填补青年的心理空缺,更在数据互动中不断推高满足阈值,使青年在虚拟代偿中越陷越深,最终导致现实满足能力退化、真实情感联结萎缩,陷入难以自拔的精神统摄之中。

相较于其他数字娱乐,微短剧构建了更具穿透力的“复合型成瘾驱动力”。它以“连贯性刺激”超越短视频的“碎片化刺激”,在视觉冲击之外植入完整的剧情牵引与悬念设置,让用户从被动接收转向主动期待,形成更强的观看黏性;以“低投入高回报”突破长视频、网络文学等反馈周期长的“高投入门槛”,无须耗费连续的时间、高度的专注力,利用碎片化间隙即可完成观看并获得即时的情绪反馈,适配当代青年快节奏的生活状态;以“无压力娱乐”规避了社交媒体的社交焦虑与电子游戏的“付出-回报”机制,无须在意社交场域的评价审视、无须承受竞技对抗的失利挫败,零心理负担即可获得即时的爽感与抚慰。微短剧在精准突破各类数字娱乐体验短板的基础上,又充分延续其核心优势,如短视频的即时感官刺激,长视频、网络文学的叙事张力、情感黏性,社交媒体的互动参与感,电子游戏的沉浸式体验等,实现了对多元娱乐体验的融合吸纳,精准契合了数字时代青年的认知节奏与心理需求,成为数字娱乐中极具成瘾性的新形态。

若长期沉溺于“类麦当劳化”微短剧,将不可避免地导致青年的现实世界被侵蚀、现实参与被挤压。

在价值观层面,极端理想化的逆袭、“造梦”类叙事剥离了现实发展的客观规律,容易扭曲青年的现实判断力,形成急功近利的认知偏差;在情感层面,高浓度、即时性的情绪供给形成情感体验的“阈值壁垒”,容易削弱青年对真实情感的感知力与投入意愿,难以接受现实情感原本平淡朴素的本质与慢节奏的磨合过程;在认知层面,剧中过度强化的主角光环与神化的问题解决方式,容易使青年形成以自我为中心的思维认知,弱化换位思考能力,影响合作能力、同理心等社会交往素养的培育。虚拟满足与现实世界之间的长期割裂,不可避免地使青年在一定程度上产生心理错位。青年越是沉溺于轻松愉悦的虚拟体验,就越容易排斥充满复杂与挑战的现实世界,甚至导致其生活意义感逐渐流失^①,在虚拟与现实的失衡中陷入精神内耗。

因此,推动微短剧走出“类麦当劳化”是当前的紧迫任务,需尽快提升微短剧质量,使其在社会中发挥正向功能。具体而言,政策层面应强化顶层设计,引导微短剧从野蛮发展到规范发展^②,依托行业规范划定创作与传播的边界;内容层面需回归创作本质,推动创作视角从迎合情绪刺激向观照现实生活转变,挖掘微短剧的文化内涵与社会价值;技术层面要平衡技术理性与人文关怀,让算法从单纯的捕获注意力向合理匹配需求转变,通过技术优化规避算法的隐性操控、建立健康的观看机制;产业层面需重构发展逻辑,推动行业发展重心从短期流量变现向长期价值共生转变,推动微短剧发展与社会文化建设相契合;社会层面则要强化正向引导,通过媒介素养培育帮助青年树立理性的娱乐观,明晰虚拟娱乐与现实生活的边界,同时营造丰富的现实社交与体验场景,引导青年回归现实生活。唯有以政策引导、内容深耕、技术纠偏、产业转型与社会培育协同发力,构建“精品化生产-正向价值传递-可持续发展”的微短剧生态体系,在效率与品质、流量与价值、技术理性与人文关怀之间找到平衡支点,微短剧才能转型成为滋养青年精神世界的有益载体。

Why Can't We Stop Binge-Watching Micro-Dramas? —Exploring the Underlying Logic of Contemporary Youth's Addiction to “Quasi-McDonaldized” Micro-Dramas

Zhang Nannan¹ Xu Xiaojun²

(1. School of Marxism, Central China Normal University, Wuhan 430079, P.R.China;

2. School of Politics and International Relations, Central China Normal University,
Wuhan 430079, P.R.China)

Abstract: In the contemporary digital media ecosystem, micro-dramas have achieved explosive popularity, captivating a vast demographic of young viewers. Driven by their distinctive “quasi-McDonaldized” characteristics, micro-dramas have engendered the phenomenon of “relentless binge-watching,” which has consequently emerged as a quintessential cultural symptom of this generation. Fundamentally, this pervasive digital addiction stems from a profound, structural coupling between a highly optimized supply side, which is rigidly shaped and steered by the dual forces of algorithmic technology and digital capital, and the acute psychological demand side of contemporary youth. This synergistic interaction ultimately forges a robust, self-reinforcing loop of addiction that is exceedingly difficult to disrupt.

① 孙寿涛、张晓芳:《断裂与弥合:数智时代Z世代“轻社交”行为分析》,《中国青年研究》2023年第11期。

② 潘爱玲、李广鹏:《以数字文化产业高质量发展提高人民生活品质》,《山东大学学报(哲学社会科学版)》2025年第3期。

Drawing upon and adapting classical sociological theory, this study identifies the primary characteristics of “quasi-McDonaldized” micro-dramas as precision, calculability, predictability, and high efficiency. Specifically, these characteristics manifest through highly precise algorithmic content delivery that effectively bypasses traditional cognitive filters; clearly quantifiable production standards and consumption costs; standardized designs that guarantee the highly efficient output of sensory and emotional stimuli; and highly predictable narrative formulas that continuously offer low-cost emotional compensation. In an era marked by intense structural pressures, social acceleration, and increasing individual atomization, this particular entertainment format aligns precisely with the expanding psychological void experienced by contemporary youth. It functions as a digital palliative, offering a form of psychological compensation that is both instantaneously gratifying and continuously escalating.

The progression from initial, casual exposure to profound behavioral addiction is not instantaneous; rather, young people generally undergo a complex, four-stage psychological trajectory: cognitive isolation, inner struggle, self-persuasion, and self-reconciliation. First, cognitive isolation constructs an immersive virtual sanctuary, facilitating a mirrored release of real-world stress while simultaneously insulating the user from external socio-cultural realities. Second, an inner struggle emerges as youth seek an illusory sense of autonomous control within the digital narrative to compensate for their pervasive feelings of powerlessness in the real world. Subsequently, self-persuasion neutralizes the cognitive dissonance and anxiety associated with excessive consumption through the moral disengagement of counter-normative, “guilty pleasure” behaviors. Finally, through self-reconciliation, youth fully embrace a low-cost, high-intensity virtual substitute for genuine affective experiences, thereby completing the psychological compensation loop. Entrapped within the ever-escalating thresholds of satisfaction systematically provided by micro-dramas, young viewers gradually and unconsciously slide into deep addiction.

Ultimately, the psychological capture effected by “quasi-McDonaldized” micro-dramas inevitably leads to the attenuation of young people’s real-world engagement and social participation. This multifaceted degradation is evidenced by the distortion of realistic judgment at the level of values, the blunting of genuine empathic perception at the level of affect, the reinforcement of fragmented, egocentric thinking at the level of cognition, and the steady deterioration of authentic interpersonal connections. Recognizing this critical socio-cultural challenge, there is an urgent, systemic imperative for industry stakeholders to intervene. It is essential to proactively steer the micro-drama industry away from the purely profit-driven “quasi-McDonaldized” trap, strategically harnessing its unique narrative potential to foster positive cultural resonance and healthy psychological development among the younger generation.

Keywords: Micro-dramas; Addiction mechanism; Quasi-McDonaldization; Rapid need gratification; Escalating gratification

[责任编辑:王苏苏]