

DOI: 10.53104/dyshfzyj.2026.02.03.001

青年倍速观看背后的效率逻辑与时间困境

彭悦¹

1. 湖北经济学院, 湖北 武汉 430205

摘要: 倍速播放原本是视频平台提供的一项观看辅助功能, 如今已经进入青年日常媒介使用过程。影视剧、纪录片、知识视频、网络课程乃至短视频都可能被置于 1.25 倍、1.5 倍甚至 2 倍速度下观看。倍速观看看似只是个人对播放速度的调整, 其背后却包含明显的效率逻辑。面对数量持续增加的视频内容和有限的个人时间, 青年希望通过提高播放速度降低时间成本, 以较少时间获得更多信息、完成更多观看任务。倍速由此成为一种主动管理时间的方式。但时间效率提高并不必然带来更加从容的媒介生活。当“节省时间”逐渐变成一种稳定习惯后, 观看活动容易从休闲体验转变为需要尽快完成的任务, 节省出来的时间又可能被新的内容填满, 形成“加速—节省—继续加速”的循环。长时间处于快速观看状态, 还可能改变个体对正常播放节奏的感受, 使等待、停顿、铺垫和缓慢叙事越来越难以被接受。本文从青年倍速观看的现实表现出发, 分析其背后的时间稀缺意识、信息获取需求、平台技术条件、内容供给方式和效率价值取向, 重点讨论倍速观看产生的时间节省悖论、闲暇时间效率化、时间感知加速、注意力碎片化以及观看自主性弱化等问题。在此基础上, 文章认为, 对倍速观看既不能简单否定, 也不能把速度完全等同于效率。合理使用倍速功能的关键在于恢复不同观看情境之间的速度差异, 使技术重新服务于内容理解、休闲体验和个体真实需要, 而不是让所有观看活动都服从“更快完成”的单一标准。

关键字: 倍速观看; 青年群体; 效率逻辑; 时间感知; 媒介消费; 时间困境

The Efficiency Logic and Time Dilemma Behind Young People's Speed-Watching Practices

PENG Yue¹

1. Hubei University of Economics, Wuhan 430205, P. R. China

Correspondence to: PENG Yue

Abstract: Speed playback was originally introduced by video platforms as an auxiliary viewing function, but it has now become embedded in the everyday media practices of young people. Films and television dramas, documentaries, knowledge-based videos, online courses, and even short videos may be watched at 1.25×, 1.5×, or even 2× speed. Although speed-watching may appear to be merely an individual adjustment of playback speed, it reflects a clear logic of efficiency. Faced with the continuous growth of video content and limited personal time, young people attempt to reduce time costs by increasing playback speed, so as to obtain more information and complete more viewing tasks within a shorter period. Speed-watching has thus become a way of actively managing time. However, greater time efficiency does not necessarily lead to a more relaxed media experience. When “saving time” gradually develops into a stable habit, viewing activities can shift from leisure

引用格式: 彭悦. 青年倍速观看背后的效率逻辑与时间困境[J]. 东亚社会发展研究, 2026, 2(3): 1-10.

experiences into tasks that need to be completed as quickly as possible, while the time saved may soon be filled with new content, creating a cycle of “acceleration—time saving—further acceleration.” Prolonged exposure to accelerated viewing may also change individuals’ perceptions of normal playback speed, making waiting, pauses, narrative buildup, and slower storytelling increasingly difficult to tolerate. Starting from the actual manifestations of speed-watching among young people, this paper analyzes the underlying factors of perceived time scarcity, information acquisition needs, platform technologies, content supply, and efficiency-oriented values. It focuses on the paradox of time saving, the efficiency-oriented transformation of leisure time, accelerated time perception, fragmented attention, and the weakening of viewing autonomy. The paper argues that speed-watching should neither be simply rejected nor should speed be completely equated with efficiency. The key to the rational use of speed playback lies in restoring differences in viewing speed across different contexts, so that technology once again serves content comprehension, leisure experience, and individuals’ actual needs, rather than making all viewing activities subject to the single standard of “finishing faster.”

Key words: speed-watching; young people; efficiency logic; time perception; media consumption; time dilemma

引言

观看视频曾经是一种较为线性的媒介活动。电视节目按照固定时间播出，电影拥有相对稳定的放映时长，观众能够控制的是是否观看，却很难直接改变作品自身的播放节奏。网络视频平台改变了这种关系。暂停、拖动、跳过片头片尾、倍速播放、进度条预览等功能，使观众可以直接参与观看时间的安排。原本由作品和平台决定的播放时间开始部分转移到用户手中，其中倍速播放最能够体现这种变化。一个60分钟的视频在1.5倍速条件下理论上只需要40分钟，在2倍速条件下只需要30分钟。对时间紧张的用户而言，这种变化十分直接：同样一小时，可以观看更多内容。

青年群体对数字媒介的使用频率较高，视频已经进入学习、娱乐、信息获取和社交等多种生活场景。倍速也不再局限于影视剧。网络课程可以倍速，知识类视频可以倍速，访谈节目可以倍速，综艺节目可以倍速，一些已经节奏较快的短视频同样提供倍速功能。虞嘉雯、刘俊冉指出，青年使用倍速播放与时间稀缺和信息效率需求存在密切联系，倍速在一定程度上成为青年管理视频内容的工具^[1]。这种现象说明，倍速观看不能只被理解为技术功能使用，它还反映了青年如何看待时间、信息和效率。

倍速观看本身并不存在绝对的好坏。面对内容重复、节奏缓慢或者只需要提取局部信息的视频，提高播放速度能够减少不必要的时间消耗。用户根据自身需要改变播放速度，也是媒介技术给予个人的一种选择权。问题在于，当倍速从针对特定内容的工具变成普遍性的观看习惯，“快”便可能从一种选择转变为一种默认标准。此时，观看者关心的不再只是“这个内容适不适合加速”，而会逐渐转向“为什么不能更快”。速度从工具变成评价观看效率的尺度，时间也越来越容易被理解成为一种需要不断压缩成本、提高产出的资源。

青年倍速观看值得关注的地方，正是在这种变化之中。表面上，青年通过倍速获得了更强的时间控制能力；更深层的问题却是，这种控制是否真的使人拥有了更多自由时间。如果省下来的十分钟、二十分钟立即被新的观看任务、信息和娱乐内容占用，节约时间就可能并没有减少忙碌，反而扩大了单位时间内需要完成的事情。张奥将倍速播放与时间感知和加速逻辑联系起来，认为对效率的持续追求可能进一步改变个体对时间价值的理解^[2]。因此，对倍速观看的讨论不能停留在“是否应该开倍速”，而需要进入时间观念和日常生活层面，分析青年为什么越来越希望加快观看，以及这种速度追求最终将人带向何种时间状态。

1 青年倍速观看的现实样态

倍速观看最直观的特征是通过技术手段压缩既定内容所需要的播放时间。以一个 60 分钟视频为例，不同播放速度对应的理论观看时间存在明显差异。

表 1 不同播放速度下 60 分钟视频的理论观看时长

播放速度	理论观看时长	相比 1 倍速节省时间
1.0 倍	60 分钟	0 分钟
1.25 倍	48 分钟	12 分钟
1.5 倍	40 分钟	20 分钟
1.75 倍	约 34.3 分钟	约 25.7 分钟
2.0 倍	30 分钟	30 分钟

这种时间压缩很容易形成正向体验。用户第一次发现一个小时的视频能够在四十分钟内看完时，会明确感受到技术带来的便利。尤其是观看知识视频、重复内容较多的视频或者已经了解基本情节的影视内容时，正常播放速度甚至可能被认为“太慢”。倍速功能由此从偶尔使用的工具逐渐进入日常观看习惯。

青年倍速观看还表现出明显的场景差异。观看课程时，倍速可能用于跳过已经掌握的知识；观看影视剧时，倍速可能用于快速推进情节；观看访谈时，用户可能主要关心观点和信息，不太在意语言停顿和表达节奏；观看综艺节目时，部分用户会提高速度以快速获得笑点、冲突或结果。不同场景虽然目的不同，却共享一个基本逻辑，即减少单位内容需要占用的时间。

这种观看方式还经常与拖动进度条、跳过片头片尾、观看剪辑解说、只看高能片段等行为组合出现。用户并不是简单地把视频整体提高到某个速度，而是在不断调整自己与内容之间的时间关系。无关部分直接跳过，信息密度低的内容快速播放，重点部分恢复正常速度，部分画面甚至反复观看。这意味着当代视频观

看越来越不像完整接受一段固定时长的作品，更接近用户根据自身需求重新组织内容时间。

张萍、胡云把青年倍速播放与对时间的竞争和支配联系起来，认为倍速使用体现了青年对观看时间主动控制的需求^[3]。这种解释能够说明倍速为什么容易被青年接受。数字平台提供的内容远远超过个人能够实际消费的数量，视频推荐又持续制造新的观看对象。当“想看的東西”不断增加时，时间不足就会成为稳定感受。用户不能扩大一天的长度，只能压缩每项活动占用的时间。倍速由此成为解决“内容很多、时间有限”矛盾的一种直接方式。

但需要区分的是，倍速观看不等于简单的“快看”。真正值得讨论的是倍速已经逐渐进入青年对媒介时间的理解方式。很多人在没有明确赶时间的情况下也会自然开启 1.25 倍或 1.5 倍速度。当正常速度让人产生“拖沓”“太慢”“浪费时间”的感觉时，倍速已经不只是解决现实时间不足，而开始重新定义什么才是“正常”的观看节奏。

2 倍速观看的社会时间基础

个体对时间的感受并不是完全独立形成的。学习安排、工作节奏、即时通信、平台更新和社会交往都会影响人对“快”和“慢”的判断。当日常生活中的很多活动都强调快速响应和及时完成时，效率观念很容易从学习、工作延伸到娱乐和休闲领域。原本没有明确生产目标的观看行为也开始接受效率评价。

社会加速理论为理解这一问题提供了较为直接的视角。现代生活中的技术进步能够帮助人们用更短时间完成同一件事，但效率工具增加之后，人们并没有必然获得更多空闲。新的活动、新的信息和新的任务也会同步增加。倍速观看正体现了这种矛盾。播放技术缩短了单个视频的观看时间，却没有减少用户接触到的视频总量。平台推荐系统仍会继续提供下一条内容，社交网络仍会产生新的热门话题，视频网站仍会更新新的剧集。技术提高的是单位时间内的处理能力，而不是自动减少个人面对的信息数量。

段婷宇在分析青年影视剧倍速观看时，将

时间角逐、社交身份和媒介技术依赖视为推动倍速的重要因素^[4]。这一点说明,青年观看视频并不总是出于纯粹的个人兴趣。有些热门影视剧具有社交属性,及时了解剧情意味着能够参与朋友之间的话题、网络讨论和社交互动。当观看同时承担获取谈资和跟上流行文化的作用时,观看速度就容易受到外部节奏影响。此时,“看完”可能比“慢慢看”更加重要。

青年媒介时间还具有高度碎片化的特征。等待交通、吃饭间隙、睡前时间、学习休息时间都可能成为视频观看场景。碎片时间看似增加了媒介使用机会,却也加强了对时间长度的敏感。用户会不断计算剩余的十分钟、二十分钟能够看多少内容。倍速功能恰好把这种计算变得可操作。时间不再只是自然流逝的过程,而变成可以被切割、调整和压缩的单位。

王一涵关于青年中长视频媒介时间的研究也表明,媒介使用会影响个体的时间感知,倍速、分屏等功能可能使观看时间进一步碎片化^[5]。从这一角度看,倍速并非孤立行为,它与整个数字媒介环境中的时间组织方式相互联系。用户习惯了即时刷新、快速切换和连续推荐后,等待较长铺垫、保持长时间注意和接受缓慢节奏的能力可能受到影响。倍速只是这种整体时间结构中较为显眼的一种表现。

3 青年倍速观看背后的效率逻辑

3.1 时间稀缺感推动观看效率化

青年使用倍速最直接的理由通常是“节省时间”。这一理由看似简单,却反映出一种重要变化:时间开始被当作需要精确配置的稀缺资源。学习、工作、社交、娱乐和休息都需要占用时间,当多个活动集中在同一天内时,个体会自然产生时间竞争意识。视频观看如果持续几十分钟甚至数小时,就容易被视为能够压缩的部分。

这种时间稀缺有真实基础。日常生活的确存在大量事务,长视频又具有较高的时间占用成本。但时间稀缺感并不完全等于客观时间不足。两个拥有相同空闲时间的人,对时间是否充足可能产生完全不同的判断。当个体形成“单位时间应该完成更多事情”的期待后,即

使没有明确任务,也可能认为慢速观看是一种低效率行为。

倍速在这里提供了一种非常清晰的数字反馈。1.5倍意味着时间被压缩三分之一,2倍意味着理论上能够节省一半时间。这种节省能够被直接计算,也能够立即感知。相比“提高专注力”“减少无效浏览”等比较模糊的时间管理方式,倍速的效果更加明确。用户只需要点击播放速度,就能够看到剩余时长迅速缩短。这种可计算性强化了倍速的吸引力。

问题在于,当观看不断接受效率计算后,人容易把“少花时间”直接理解为“更有效率”。实际上,媒介活动的价值并不完全由完成速度决定。新闻信息、教学内容和影视作品具有不同的观看目标。一段新闻可能只需要快速获取事实,一部电影却可能需要通过镜头停留、音乐、沉默和叙事节奏建立情绪。若所有内容都使用相同的时间效率标准,观看目的本身就会被改变。

3.2 信息过剩使“看完”成为重要目标

数字平台降低了内容获取门槛,也扩大了用户面对的选择数量。传统电视时代,观众能够接触的节目数量相对有限;流媒体和短视频平台则几乎提供无限内容。首页推荐、热门榜单、关注更新、朋友分享和社交媒体讨论不断产生新的观看对象。个体真正面对的问题逐渐从“没有东西可看”变成“想看的东西太多”。

内容过剩容易产生一种新的焦虑:如果按照正常速度观看,就可能错过更多内容。于是,用户开始在内容数量与时间成本之间做选择。倍速观看的作用就在于扩大单位时间的消费容量。一天只有固定的娱乐时间,但通过提高速度,用户可以多看一集电视剧、多完成一个知识视频、多了解一个热门话题。

这里的效率逻辑并不是简单追求时间最短,而是追求“单位时间的信息获得量最大化”。观看逐渐接近信息处理。用户倾向于识别核心内容、过滤低价值部分、快速获得结论。这种方式在知识检索型观看中具有明显价值。如果用户只是为了找到一个操作步骤、一项事实或一个明确答案,没有必要完整体验全部内

容。但当这种信息处理方式进入所有视频类型后,影视作品中的情绪、氛围和细节也可能被当作可以压缩的“非核心信息”。

陈晓语对流媒体倍速观影的分析指出,快速观看可能使观众从完整的审美接受转向对情节和信息的获取^[6]。这种变化说明,倍速不只改变速度,还可能改变“观看是什么”。观看原本可以是一段具有过程价值的活动,而效率逻辑更容易把它理解为从起点到结果的任务。只要知道了结局、获得了知识点或掌握了核心信息,过程便被视为可以缩减的成本。

3.3 从“享受过程”转向“完成内容”

倍速观看中一个容易被忽视的变化,是“完成感”逐渐进入休闲活动。很多人会使用“刷完”“追完”“补完”“看完”描述媒介消费。语言中的“完”体现出较强的任务色彩。剧集数量、课程数量、视频时长都构成可以完成的目标。当待看列表不断积累时,观看甚至会产生类似处理任务清单的感觉。

这并不意味着青年已经失去娱乐能力,而是效率标准正在进入原本强调体验的活动。看一部剧不只是因为观看过程愉快,也可能是为了尽快跟上讨论;看一个知识视频不只是因为好奇,也可能是为了迅速建立“我已经了解这个问题”的感觉;观看经典作品还可能带有完成文化消费清单的意味。

当“完成”成为重要目标,速度自然获得更高价值。正常速度下需要八小时看完的剧集,如果能够压缩到六小时甚至四小时,用户会感觉自己提高了时间利用率。但影视观看与工作任务存在根本差别。工作任务完成后通常能够获得明确结果,休闲活动的意义却很大程度上存在于过程本身。若休闲也被完全任务化,娱乐时间可能仍然保持一种“赶进度”的心理状态。

这种状态解释了一个常见现象:人虽然在休息,却没有真正感到放松。身体离开了学习或工作场景,时间管理的逻辑仍然存在。看剧需要提高效率,刷视频希望迅速找到最有价值的内容,听播客也可能选择倍速。休闲活动越来越多,休闲过程却不一定更加轻松。

3.4 可计算时间制造控制感

倍速观看能够带给用户较强的主动感。固定时长的视频不再意味着必须投入固定时间。用户可以根据剩余时间决定速度,也可以随时改变速度。这种控制并非虚假,它确实扩大了观看自主权。

但技术控制还会产生另一种心理效果,即把复杂的时间问题简化为速度问题。当人感觉“时间不够”时,提高倍速成为最容易执行的解决办法。相比减少观看数量、拒绝部分信息、重新安排休息时间,提高播放速度几乎没有明显心理成本。用户不需要舍弃任何想看的内容,只需要让每项内容占用更少时间。

这也使倍速成为一种具有吸引力的折中方案。想看的内容全部保留,同时希望花费更少时间。从短期看,这个方法确实有效;从长期看,如果省下来的时间继续用于添加更多内容,总需求就可能持续增加。原本的问题是“内容太多”,最后变成“还需要更快”。

效率逻辑最值得警惕的并不是用户喜欢快,而是速度开始承担解决所有时间压力的功能。当个体越来越依赖加速技术处理时间不足,就容易忽略另一种可能:不是所有内容都需要看,不是所有热点都需要跟上,也不是所有空闲时间都必须获得最大信息量。真正的时间自主不仅包括控制播放速度,也包括决定什么值得投入时间、什么可以放弃。

4 青年倍速观看的形成机制

4.1 平台技术降低了加速观看门槛

倍速能够成为普遍行为,一个重要条件是操作足够简单。早期视频播放中,改变速度需要专门软件或复杂设置,现在大多数视频平台直接提供播放速度选项。部分移动端还能够通过长按屏幕临时加速,用户不需要离开观看界面就可以改变节奏。

技术设计并不决定用户一定会倍速,却会改变行为成本。当功能被放置在明显位置、操作只需要一次点击时,尝试倍速几乎没有门槛。用户尝试后如果获得时间节省的正向反馈,就可能持续使用。久而久之,1.25倍或1.5倍可能从“加速”变成个人熟悉的观看速度。

播放速度选择还改变了用户和视频之间的关系。作品不再拥有绝对稳定的节奏。创作者设计的停顿、对白速度和镜头时间,都可以由观众重新调整。技术把部分时间安排权交给用户,这是媒介自主性的提高,也为效率逻辑进入观看过程提供了条件。

4.2 内容供给中的冗余强化倍速需求

倍速流行不能完全归因于用户缺乏耐心。部分视频内容本身存在节奏拖长、信息密度偏低、重复表达较多等问题。影视剧中重复回忆、过长铺垫和情节推进缓慢,会使观众产生跳过或加速的冲动。知识视频如果核心观点有限,却通过大量例子和重复说明延长时长,同样容易推动用户提高速度。

张师迅指出,倍速观看也反映了观众对部分内容质量和叙事效率的不满。虽然倍速会影响艺术体验,但其出现也与内容供给方式有关。仅从用户角度批评倍速容易忽视一个事实:用户并不会对所有作品使用同样速度。情节紧凑、信息密度适当、具有强烈沉浸感的内容往往能够降低用户加速意愿。

这说明倍速观看存在“需求侧效率”与“供给侧节奏”之间的互动。用户习惯加速后,会对内容节奏提出更高要求;创作者发现观众耐心下降后,又可能加快叙事、提高信息密度。双方相互作用,最终使整个媒介环境趋向更快。

4.3 热点更新加快了观看的社交压力

青年观看影视内容还具有明显的社交属性。热门剧集上线后,剧情讨论、二次创作、表情包和话题内容可能迅速传播。没有及时观看的人容易在社交平台提前看到关键剧情,也可能无法参与朋友之间的讨论。

这种情况下,观看不再完全按照个人节奏进行。为了避免“落后”,部分用户会集中追剧或提高播放速度。倍速帮助用户缩短与热门话题之间的时间差。它服务的不只是观看效率,也服务于一种即时参与需求。

段婷婷提到“追剧式社交”对青年倍速行为具有推动作用^[4]。这一现象说明,个人时间并不完全属于个人。当热点文化的有效讨论期不断缩短时,用户会被迫提高信息接收速度。昨

天的热门话题可能很快被新的热点替代,慢慢观看意味着可能错过参与窗口。

4.4 重复使用形成速度习惯

倍速观看还有明显的习惯效应。一个长期以1.5倍速度观看视频的人重新回到1倍速时,往往容易产生“说话太慢”的感觉。实际内容速度并没有降低,变化的是个体已经建立了新的节奏参照。

这种适应能够解释为什么倍速使用容易从特定场景扩散。最初可能只是为了快速完成网络课程,后来开始用于知识视频,再进入影视剧和综艺。用户一旦习惯更高的信息输入速度,正常节奏的等待成本就会提高。

习惯形成后,倍速甚至可能在没有明确效率需求时自动开启。此时,观看速度已经从理性选择变成惯性行为。用户不再询问“这段内容是否需要加速”,而是默认“能倍速就倍速”。技术便利、内容环境、时间压力和个人习惯相互叠加,最终形成稳定的倍速观看模式。

5 倍速观看中的时间困境

5.1 节省时间却没有获得更多时间

倍速观看最明显的矛盾是:技术能够真实节省观看时间,但个体并不一定因此感到时间更加充裕。赵智堃在讨论倍速观看时指出,节省出来的时间可能继续被新的媒介任务填充,使用户进入“加速—焦虑—再加速”的循环。

这一矛盾可以通过一个简单情境理解。如果用户原本计划看两集电视剧,每集60分钟,正常播放需要120分钟;采用1.5倍后只需要80分钟,节省40分钟。若用户在剩余40分钟中停止观看并休息,那么倍速确实带来了额外自由时间。若用户看到还有40分钟,于是继续播放第三集,最终实际观看时间仍然接近两小时,那么技术提高的不是空闲时间,而是单位时间内消费内容的数量。

现实中的平台机制更容易推动后一种结果。一个视频结束后,下一条内容立即出现;一季剧看完后,首页仍有新的推荐;社交平台不断提供新的热门信息。用户节省时间以后,很少面对真正的“空白”,而是面对更多可以继

续观看的选择。

问题便从“如何节省时间”转变为“节省下来的时间属于谁”。如果每一次效率提升都被更多内容占据,个体虽然拥有更高处理能力,却不一定获得更多可自由支配的时间。这也是效率逻辑中的核心悖论:做得更快并不等于更轻松。

5.2 闲暇时间被效率标准重新塑造

倍速观看还反映出效率观念从工作领域进入休闲领域。工作讲求效率具有明确理由,因为效率可能与任务完成、劳动成本和产出相关。观看影视作品、听音乐和阅读小说则具有不同性质。这些活动的重要价值在于体验本身,而不是尽快抵达终点。

当休闲活动也不断接受效率评价时,休闲的性质会发生变化。用户会计算两小时能看多少集、一个晚上能刷多少视频、多久可以追完一部剧。原本用来摆脱时间压力的娱乐,开始产生新的进度要求。

张奥认为,倍速播放可能使自由时间受到效率和消费逻辑的影响^[2]。这种变化并不是说使用倍速就意味着失去自由,而是需要注意评价标准发生了什么变化。如果用户根据内容特点自由选择速度,技术扩大的是自主性;如果用户即使在休息时也因为“慢就是浪费”而无法接受正常速度,那么效率已经由选择转变为压力。

闲暇真正重要的地方,并不是完全没有活动,而是不必始终证明时间被有效利用。一个人可以看完整部电影,也可以什么都不做。若任何空白都被理解为浪费,休息就会变成另一种需要管理和优化的任务。倍速观看只是这种变化中一个非常具体的入口。

5.3 时间感知发生持续加速

技术速度长期改变后,人对时间的心理感受也可能改变。正常速度并不是一个纯客观标准,它还受到过去使用习惯影响。长期处于快速信息环境中,人会建立新的节奏预期。对话间的停顿、镜头的长时间停留、内容铺垫甚至正常语速,都可能显得缓慢。

王一涵的研究指出,倍速观看会参与青年

媒介时间感知的建构^[5]。这意味着用户不仅是在加快视频,也可能逐渐形成更快的心理节奏。观看行为结束后,这种对速度的期待未必立即消失。

当速度预期不断提高,等待本身会变得更难接受。视频加载几秒会让人不耐烦,较长文章需要迅速寻找重点,长篇影视剧会倾向于通过解说视频了解剧情。效率需求由此可能扩展为一种更加广泛的时间态度。

这里的问题不是“快”本身,而是速度选择是否仍然存在。如果个体既能够快速获取信息,也能够需要在需要时接受慢节奏,那么速度仍然是工具;如果慢逐渐变得不可忍受,速度就可能反过来限制选择。真正的时间自由并不是永远加速,而是能够根据活动性质调整节奏。

5.4 注意力由持续投入转向快速提取

倍速观看对时间的压缩还会改变注意力使用方式。高速播放意味着单位时间进入的信息量增加,观众必须更快识别语言、画面和情节。如果内容简单,这种方式不会必然造成理解困难;面对结构复杂、信息密度较高或情绪表达细腻的内容时,较快速度就可能降低深度处理空间。

杜奕萱针对128名大学生开展的教学视频实验中,比较了0.5倍、1倍、1.5倍和2倍播放条件。研究结果显示,不同播放速度会影响注意表现和学习满意度,1倍速在相应实验条件下表现出较高的学习满意度^[7]。这一结果提示,播放速度与观看效果之间并不是简单的“越快越好”关系。不同内容、任务和观看目的需要不同速度。

影视内容中的影响更加难以通过“是否看懂剧情”衡量。观众即使开2倍速也可能准确知道人物关系和故事结局,却可能减少对表演细节、镜头语言、音乐和情绪停顿的感受。此时,信息层面的理解仍然存在,体验层面的观看却发生了变化。

陈晓语把这种变化概括为从审美接受向信息获取倾斜^[6]。这一判断值得注意,因为倍速的真正代价可能不是“看不懂”,而是观看目的被简化。如果用户认为影视作品的价值只是剧情信息,那么加速当然非常合理;如果作品的

意义还存在于过程和形式，过度压缩就可能减少原本能够获得的体验。

5.5 从控制技术到依赖速度

倍速最初给用户带来的感受是“我可以控制视频”。但当倍速形成稳定习惯后，控制关系可能发生微妙变化。用户不是因为某个内容需要加速才选择倍速，而是因为无法忍受正常速度才必须加速。

这种状态并不意味着技术直接控制了人，而是使用习惯缩小了个人对不同节奏的适应范围。正常播放速度依然存在，心理上却越来越难以接受。选择看似增加，实际可接受的选择反而减少。

这一点构成倍速观看最深层的时间困境。技术本来用于帮助用户节约时间，最终却可能提高人对时间效率的要求；技术本来扩大个人控制，最后却让个体越来越依赖加速才能维持舒适感。问题不在于倍速功能设计错误，而在于任何效率技术都可能形成新的效率标准。

当1.25倍成为习惯后，1倍显得慢；当1.5倍成为习惯后，1.25倍又可能不够快。如果观看体验不断围绕速度提升，效率标准就没有天然终点。真正需要解决的并不是“找到最合适的最高倍速”，而是重新判断哪些活动本来就不应以最快完成为目标。

6 倍速观看对媒介消费和内容生产的影响

倍速观看不仅影响个体，也会反馈到内容生产端。平台和创作者会根据用户停留时间、完播率、跳出率等指标观察受众行为。当大量用户对铺垫较长、信息密度较低的内容缺乏耐心时，创作者会倾向于调整叙事方式，提高开头吸引力，压缩无效段落，增加冲突和信息点。

这种调整并非完全消极。传统影视和网络视频中确实存在节奏拖沓、重复表达和内容注水问题。倍速、跳过和退出行为能够向创作者传递明确反馈，推动内容提高叙事效率。乔琳也指出，倍速播放不仅改变用户观看习惯，还会进一步影响视频内容生态^[8]。

但如果创作者过度适应速度偏好，也可能出现新的问题。为了防止观众退出，视频需要持续制造刺激；为了让用户迅速理解，内容表达会趋向直接；复杂的铺垫、缓慢的情绪积累和需要耐心理解的内容可能失去竞争优势。内容生产就可能从“让作品具有完整表达”转向“尽量不让观众觉得慢”。

陆振洋在讨论短视频中的“快文化”时指出，快速传播和高频更新能够满足信息获取需求，但也可能带来认知负担和体验单一的问题^[9]。这说明速度文化存在明显的双面性。快能够提高信息流动效率，却不能替代所有媒介形式。真正丰富的内容生态需要同时容纳快速信息和慢速体验。

如果平台所有内容都竞争用户极短的注意力，最终可能形成节奏趋同。影视作品越来越快，知识内容越来越强调结论先行，短视频不断缩短吸引用户所需时间。用户对速度的需求推动内容加速，内容加速又进一步提高用户对速度的期待，两者形成循环。

这种循环还会改变文化消费的评价方式。一部作品是否值得看，越来越容易被转换成“值不值得花这么长时间”。时间成本当然是合理考虑，但如果它成为唯一标准，长篇作品、慢节奏作品和需要沉浸体验的内容就容易处于不利位置。文化产品的价值不能完全按照单位时间获得多少信息来衡量。小说、电影、纪录片乃至一些长谈话的意义，往往恰恰来自不能被快速压缩的过程。

倍速观看带来的文化变化并不是简单的审美下降，也不能归结为青年缺乏耐心。它更像是用户、平台和内容生产之间共同形成的一种速度结构。每个主体都有合理理由追求效率，但当这些效率需求叠加后，整个媒介环境可能越来越难给“慢”留下空间。

7 从效率优先转向情境化观看

7.1 区分信息型观看与体验型观看

解决倍速观看中的时间困境，并不需要取消倍速功能。倍速具有明确实用价值，关键是避免把同一种速度逻辑应用到所有内容。

信息型观看主要目标是获得事实、方法或结论。例如用户观看已经掌握大部分内容的课程、查找操作步骤、回顾熟悉知识时,提高播放速度可以降低时间成本。此时,速度服务于明确的信息任务。

体验型观看则不同。电影、纪录片、访谈和部分文化内容的意义并不只存在于结论中。语言停顿、镜头长度、声音和节奏都是内容的一部分。此类观看如果过度加速,即使仍能获得基本信息,也可能损失体验。

用户真正需要建立的不是“绝对不用倍速”的规则,而是根据观看目的调整速度。倍速应当是情境工具,而不是默认设置。只有保留正常观看和慢速观看的能力,技术选择才是真正的选择。

7.2 减少把观看变成待办任务

青年倍速观看的一部分压力来自不断增长的待看清单。收藏功能、稍后再看、追剧列表能够帮助管理内容,却也容易制造“还有很多没看”的负担。收藏数量越多,用户越可能产生尽快清理内容的需求。

减少时间压力的有效方式不一定是提高速度,也可以减少不必要的观看。信息环境中,大量内容具有重复性。一个热点可能被多个账号重新解释,一项知识可能被不同视频反复包装。如果所有内容都试图跟上,即使使用2倍速也不可能真正看完。

放弃部分内容并不等于信息损失,而是一种更主动的时间管理。时间自主的核心不是把所有内容塞入有限时间,而是根据价值进行选择。当个人能够接受“有些内容不看也没有关系”,倍速就不再承担解决信息过剩的全部压力。

7.3 平台应保留用户的速度自主性

平台在速度设计中应继续保留多档播放选项,让用户根据不同场景自由调整。倍速功能本身不需要被道德化。问题在于平台是否通过连续推荐、自动播放和信息刺激不断扩大用户的观看需求。

平台可以在提供效率工具的同时改善时间提示。例如清晰展示连续观看时长、减少不必

要的自动续播干扰、给予用户关闭推荐和自动播放的选择。目标不是要求用户少看,而是让用户更加清楚自己正在如何使用时间。

对于知识型和教学型视频,还可以提供章节导航、重点标记、文本索引等方式。用户如果只是寻找特定信息,可以直接定位内容,而不是必须依靠高倍速从头快速播放。这样能够把“寻找信息”和“加速观看”区分开,减少倍速承担过多功能。

7.4 内容生产不应完全迎合速度竞争

创作者需要提高内容质量和叙事效率,但“提高效率”不应被理解为无限加快节奏。删除重复内容、减少无意义注水属于内容优化,取消所有停顿和铺垫则可能损害作品表达。

短视频适合快速信息,长视频则能够承担更复杂的分析和体验。不同媒介形式本来就可以拥有不同节奏。如果所有内容都按照最短时间吸引用户,媒介类型之间的差异会逐渐消失。

陆振洋提出快文化和慢文化并非只能相互排斥,两者可以在平台生态中形成一定共存关系^[9]。这一思路对于倍速问题同样适用。用户需要快速获得信息时,应当有高效内容;需要深入理解和休闲体验时,也应当存在能够容纳缓慢节奏的作品。

速度多样性比单纯追求“快”更重要。一个健康的媒介环境不应要求所有内容都慢,也不应把所有内容都推向高速,而应允许用户和创作者根据内容性质形成不同时间节奏。

8 结语

青年倍速观看并不是一个单纯的播放技术问题。它建立在时间稀缺感、信息过剩、平台功能便利、热点更新和效率观念共同作用的基础之上。青年选择倍速具有现实合理性。在有限时间内快速完成课程、筛选信息或者跳过低价值内容,都能够提高媒介使用效率。倍速功能扩大了用户对观看时间的控制,也改变了传统视频只能按照固定节奏接受的状态。

真正需要讨论的是,倍速何时从一种工具变成一种默认时间观念。当“快”逐渐成为观看活动的普遍标准后,休闲也可能进入效率计

算。用户虽然不断节省单个视频所占用的时间，却不一定获得更多真正空闲；单位时间能够消费更多内容，也不代表时间压力自然下降。相反，新的内容会继续填补被节省出来的时间，使个体处在持续加速之中。

倍速还可能改变人对正常节奏的感受。长期适应高速度信息输入后，停顿、铺垫和等待越来越容易被理解为低效。观看从体验过程转向内容提取，注意力从持续投入转向快速抓取重点。此时，真正受到影响的不仅是影视审美，而是个体理解时间的方式。

对倍速观看的合理态度不应是简单回到 1 倍速。技术已经成为日常媒介生活的一部分，强行排斥倍速既不现实，也忽视了它在信息筛选和时间管理中的实际价值。更重要的是重新建立速度与情境之间的联系。需要快速获得信息时可以快，需要理解和体验时也能够慢；能够通过倍速节约时间，也能够允许部分时间不追求最大效率。只有当倍速重新成为可选择的工具，技术带来的时间控制才真正可能转化为更加自由的媒介生活。

参考文献：

- [1] 虞嘉雯, 刘俊冉. 加速的困境：青年短视频“倍速播放”行为的动因与社会影响[J]. 新闻潮, 2025, (11): 12-14.
- [2] 张奥. 效率陷阱：倍速播放中的时间感知与加速逻辑[J]. 新闻传播, 2025, (16): 60-62.
- [3] 张萍, 胡云. 加速社会理论视角下青年群体视频倍速播放研究[J]. 视听, 2024, (12): 109-112.
- [4] 段婷宇. 倍速播放：青年群体影视剧加速观看行为分析[J]. 声屏世界, 2025, (9): 108-110.
- [5] 王一涵. 社会建构视角下的媒介时间——一项基于青年群体中长视频观看的研究[D]. 济南：山东大学, 2025.
- [6] 陈晓语. 流媒体平台倍速观影的审美异化探析[D]. 重庆：西南大学, 2025.
- [7] 杜奕萱. 平面与全景环境下教学视频播放速度对学习效果的影響研究[D]. 南充：西华师范大学, 2025.
- [8] 乔琳. 加快的视界：网络视频倍速播放现象的动因及其影响探究[J]. 西部广播电视, 2024, 45(5): 89-92.
- [9] 陆振洋. 倍速与慢享：短视频生态下的文化张力与共生[J]. 视听, 2026, (7): 107-110.

版权声明

© 2026 作者版权所有。本文依据“知识共享署名 4.0 国际许可协议”(CC BY 4.0) 以开放获取方式发布。该许可允许使用者在任何媒介中自由使用、复制、传播与改编文章(含商业用途), 惟须明确署名原作者及出处, 并注明所作修改(如有)。完整协议详见：
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.zh-hans>

出版声明

所有出版物中的陈述、观点及资料仅代表作者及供稿者个人立场, 与 Brilliance Publishing Limited 及/或编辑人员无关。Brilliance Publishing Limited 及/或编辑人员对因内容所提及的任何理念、方法、说明或产品所导致的人身或财产损害概不负责。