



精神需求还是消费陷阱?

当网络短剧的风吹进“银发赛道”

闪婚老伴、保洁老妈、五十霸总……本以为是闲解解闷,没想到深陷“爱的深坑”。近来,网络短剧因夸张的剧情和无限反转的套路日益火爆,“父母看短剧成瘾”“老年人陷入短剧消费陷阱”“短剧内容导向过于奇葩”等话题也被大众广泛讨论。随着我国老龄网民人数的不断增加,短剧对老年人群的“精准拿捏”,让大众看到银发一族不可小觑的消费能力,也暴露出当前网络适老化改造的迫切需求。

老年版短剧爆火

倒置的年龄差、刻意的角色设定、“狗血”的剧情,让“国产短剧已经疯了”“老年短剧收割爸妈钱包”等网络话题轮番冲上热搜。有爆款短剧上线仅半月,累计播放量便高达5亿次。

在一些网友看来,一些流行的老年短剧里充斥着各种槽点。在一部网络短剧中,中年保洁阿姨与年轻霸总谈婚论嫁,剧情一再反转,保洁阿姨竟是世界首富;另一部热播剧中,未过门的儿媳将“年轻貌美”的婆婆误会成霸总老公的“情人”,对其极尽羞辱之后,婆婆亮出身份,竟是集团幕后神秘董事长……这些网络短剧瞄准“夕阳红”群体,吸引老年人眼球,有网友调侃,短剧的风终究还是吹到了“银发赛道”。

数据显示,2024年微短剧市场中40岁到59岁的用户占比高达37.3%,60岁以上的用户占比也有12.1%。根据民政部发布的最新数据,截至2023年底,我国60

岁及以上人口已达到2.97亿。与此同时,老年人触网的比例也在增加,第54次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,2024年上半年新增网民群体中,60岁及以上老年群体占比20.8%。

陷在短剧里的老年人,让家中子女犯了愁,只因沉迷短剧既“劳神”又“伤财”。网友王璐说,“原本觉得老人在家也挺无聊,想看点啥就随她吧。但没想到自打迷上短剧,我妈整天熬夜刷手机,有时凌晨一两点钟还在线。本来眼睛就不好,现在整个人的精神状态越来越差。”

更令一些子女担忧的是潜藏在各类短剧平台中的消费套路。在黑猫投诉平台搜索“短剧”,相关投诉信息有近2000条。网友林女士发现,为了看短剧,她的父亲订阅了近60个小程序,两个月充值9000多元。“其中多笔消费,老人自己并不知情,仔细一查才发现是自动续费和广告跳转订阅,想要维权要么缺乏监管渠道,要么客服以‘虚拟产品不能退费’为由

直接拒绝。”林女士说。

三重隐忧“围城”

事实上,今年以来,相关监管部门已针对微短剧的内容和消费乱象等问题,出台多项举措,相关平台也下架多部违规作品。今年6月,国家广播电视总局下发的《关于微短剧备案最新工作提示》正式实施生效,明确微短剧实行分类分层审核,未经审核且备案的微短剧不得上网传播。10月10日,“抖音安全中心”微信公众号发布《抖音关于打击违规微短剧的公告》称,9月平台累计下架违规微短剧166部。

然而,对于网络消费辨识能力弱的老年群体来说,短剧市场仍是陷阱重重,主要存在三重隐忧。

隐忧一:消费陷阱“套中套”,维权渠道不通畅。今年8月,江苏省消保委开展了微短剧消费调查,发现存在不少隐形侵犯消费者权益的问题,主要集中在诱导高额付费、收费规则混乱、维权困难等方面。

“我在8月19日购买了某平台短剧90天的会员,但是在9月22日看短剧时发现无法观看会员部分内容,需要重新充值才能继续观看。”消费者彭先生说,“我的会员时间明明没有到期,平台这种行为属于欺骗消费者。”

“对网络环境不太熟悉的老年人,极易遭遇微短剧付费陷阱。”中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示,一些短剧平台随意下架剧集,甚至因日趋严格的监管政策“跑路”,“遇到这种情况,年轻人都常常投诉无门,老年人若想维权更加困难。”

隐忧二:部分“狗血”剧情引发消费负面情绪。多位受访者认为,一些老年微短

剧通过离奇、低俗、狗血的剧情,一边牢牢抓住老年用户的烫手流量,一边潜移默化影响老年人。一位影视从业者说,“有些短剧中动不动就扇巴掌、撕衣服的过激内容,其实是在消费人们的负面情绪,增加社会戾气。”

隐忧三:数字鸿沟形成“入网障碍”。部分短剧观看渠道虽然对剧集充值价格进行明示,但充值金额、广告、用户须知等关键信息使用小号字体,对全剧所需虚拟货币总数明示不清,多种付费选项花样繁多,对老年用户并不友好。

华东师范大学社会发展学院院长、社会学教授文军表示,要求老年消费者弄清楚这些复杂隐蔽的计算公式、消费流程和充值规则,是很困难的。“这就导致在网络世界中,适应能力较弱的老年人需要和年轻人一样直面互联网冲击,间接导致部分老年人‘入网’时遇到各种问题。”

网络适老化还需更多关怀与包容

在中国传媒大学视听艺术研究中心主任、中视协微短剧委员会副会长赵晖看来,当下爆火的老年短剧之所以引发社会广泛担忧,一方面有行业处于发展初期,监管法规还不完善的原因,另一方面也暴露出我国老年人群在精神文化需求方面供给不足的现状。

影视制片人、编剧谭中琨发现,伴随着短剧的出现和成长,银发一族在影视剧中的形象也在发生变化。“他们过去是年轻人的配角,如今却可以成为主角。”谭中琨说,某种程度上,短剧填补了传统影视作品在老年题材方面的空白,直接将镜头聚焦于老年群体,为老年人提供了独特的“情绪价值”。

“当然,短剧的内容在适老化,平台服务和监管也要跟上。”陈音江说,“不能因此利用老年人在互联网环境中的弱势地位而大肆牟利。”

针对微短剧行业充值付费乱象,陈音江建议播放平台建立公平合理的收费标准,强化告知义务,优化自动续费机制,平台还要积极研发老年人付费模式,解决数字弱势群体冲动消费难题。“参考未成年人模式,平台可以考虑提供针对老年人等重点人群的服务版本,通过优化自动续费机制,将有关收费方式、收费标准、收费上限等信息突出显示、放大字号,增强针对老年人的数字包容,减少老年人冲动消费情况。”

“老年人尽管如今接入互联网已经不成问题,但比起年轻人还是差很多。”文军说,“面对良莠不齐的内容,缺乏网络信息甄别能力的老年人倘若信以为真,不论是受到短剧内部分价值观的鼓吹,还是受到短剧页面的广告诱惑,都会对他们的生活产生负面影响。”

“部分粗制滥造的老年短剧泛滥已不单只是一个行业问题,它已经成为一个社会话题。”赵晖说,让老年群体获得更好网络视听消费体验只是网络适老化改造中的一小部分,“这背后既需要更多的政策法规支持,也需要更强大的技术防范和更有温度的社会关怀。更重要的是关注和正视老年人的精神需求,为银发人群提供更多健康积极的娱乐方式和生活选择。”程思琪

