

N综合北京日报 北京晚报 光明日报

趁年轻人不注意,“爸妈”们正在悄悄沉迷短剧。自今年6月以来,内容指向中老年群体的短剧屡屡屠榜,爆款一部接一部,被年轻人抛弃的甜宠剧正被他们的爸妈“接盘”,在50岁以上的中老年人群中流行。数据显示,在为短剧买单的用户群体中,45岁至64岁的中老年人付费行为最为活跃。在互联网和真实的世界之间,老年霸总短剧开始进入老人的日常生活。此外,亲情类、家庭情感类、逆袭类等短剧,同样受到中老年人欢迎。老年短剧成为“流量密码”提醒儿女家人,更多看到老年人的精神需求。同时也提醒创作者,看到银发一族的市场潜力,在未来需要提供更丰富、更精良的“适老”作品和服务,满足老年人的精神生活和情感需求。

剧情悬浮 却令老年观众沉迷

豪华宴会厅里的满月宴鸡飞狗跳,卑微的赘婿母子和势利的亲家一家吵成一片,怒火中烧的孩子姥姥要向孩子奶奶动手……突然间一声高喝:“谁敢动她一下试试?”苦苦挣扎却无力反抗的女主角抬眼一望,霸气护妻的正是自己那闪婚不久的老伴。以上剧情来自一部名为《闪婚老伴是豪门》的短剧。该剧8月底开播,短短半月就成为爆款。

从“不对等闪婚”,到赘婿母子与势利亲家的冲突,还有恶霸前夫等剧情依次登场;场景也很丰富,一会儿星级酒店,一会儿农村祖祠,一

会儿老破小出租房……冲突环环相扣,不让观众的情绪有一分钟平静。

第一集只用了短短7分钟,就让盒饭摊中年女摊主和资产千亿的富豪闪婚。中间起承转合情节的粗糙、不合理处,年轻观众恐怕很难认同。然而数据显示,不仅大妈欲罢不能,大爷也爱看。一位男性观众这样表达:“最喜欢看夫妻俩克服万难后,一起在家吃晚饭,只有人过中年才懂得这些平淡的日常幸福来之不易。”而一位女性观众则说:“虽然明知是一个梦,但有美梦的生活总是好的。”

创作瞄准老年群体情感需求

很多年轻人发现父母沉迷短剧的第一反应往往是担心——担心这些毫无营养的微短剧让老人们花钱、花时间,还可能危害健康。有的老年人花钱充值追更,有的一看看一宿;有网友抱怨,妈妈自从迷上短剧,家务也不爱干了;不少老年人看短剧爱外放声音,全家被迫陪听狗血台词……但总不能拿出管孩子玩游戏的劲头管爸妈看手机追剧吧,不但不好使,还可能被骂“不孝”。

确实,年过花甲的“互联网新人”们往往意识不到网上套路深,对付费设计缺乏警惕,沉迷看剧,容易伤财又伤身。然而,年轻人了解父母沉迷短剧的深层原因吗?

狗血的剧情凭什么俘获了阅历丰富的老年人?背后是被忽视的精神需求。

老年人的情感诉求,是渴望被关心、被认可、被尊重,与配偶如是,与子女亦然。有短剧制作团队在接受媒体采访时表示,在开拍之前进行了大量调研,总结出老年群体的情感需求集中在两个方面:一是为子女付出并被子女看到,二是爱与被爱。该剧的剧情就是围绕这两方面来“定制”的,无论女主角蒙受多大的委屈,霸总丈夫都无条件支持她,女主角则一次次以一桌温暖的家常便饭作为回报。而这恰是许多老年人理想中的幸福生活。

内容指向中老年群体的短剧,屡出爆款

老年霸总短剧为何成『流量密码』?

高品质“适老”作品有待发掘

《闪婚老伴是豪门》的女主角人设是“为子女付出无怨无悔”,无论儿媳对她多么势利刻薄,她都没有怨怼,为了维护儿子家的安宁平静,什么都能忍。还有一部高热度的老年短剧《五十岁保姆嫁豪门》,女主角到豪门给男主角当保姆,她骄傲地说出自己最大的“毛病”就是节俭,而她的节俭、能干也迅速打动豪门男主。

老年短剧还有以亲情为主题的《母爱无声》,讲家人隔阂与重聚故事的《半生夫妻终成陌路》,以知恩图

报为核心价值的古装剧《卖菜大妈竟是皇嫂》……这些题材在中老年观众中越来越受欢迎。

这些短剧对老年人的吸引力可能是年轻人难以想象的,究其原因,让老年人沉迷、享受的并不是黄昏恋里的粉红泡泡,而是在剧情的虚拟世界里,他们的价值观得到了认同——看到和自己有着类似条件、处境,相同价值体系、生活习惯、行为模式的人得到了关爱与呵护,过上了幸福生活,他们心里是熨帖的。换言之,短剧浮夸离奇也好、粗

糙狗血也罢,却针对性地提供了情绪价值,所以在老年人眼里“真香”。

老年短剧成为“流量密码”提醒儿女家人,更多看到老年人的精神需求,比如陪他们聊聊天,夸夸他们的厨艺,肯定他们的爱好,或者推荐优质影视作品,甚至和他们一起观赏。同时,老年短剧成为“流量密码”也提醒创作者,看到银发一族的市场潜力,在未来需要提供更丰富、更精良的“适老”作品和服务,满足老年人的精神生活和情感需求。

声音

老年霸总短剧火了也是一种市场选择

作为一种新兴的娱乐形式,短剧最初以吸引年轻群体而进入舆论视野。此前,不少高校表演系的毕业生还曾凭借出演短剧而出名,受到一众年轻人的追捧。然而,随着短剧内容制作朝着多元化的方向发展和市场的进一步拓展延伸,这一影像形式开始进入中老年群体的生活,更有不少“爸妈”为此付费。这样的转变打破了年龄壁垒,凸显了这一产业对不同年龄段需求的积极响应与包容。

从报道看,目前,覆盖中老年群体的短剧类型逐渐变得多样化,在满足老年群体情感需求方面,起着不小的作用。在此背景下,短剧反而成了老龄群体一种情感交流和社交的新方式,成为他们表达情感、寻找同龄社交话题的媒介。这或许是中老年短剧频频霸榜的重要原因所在。

当然,老年群体对短剧的热情,也在某种程度

上证明了“银发经济”市场的巨大潜力。仔细观察就会发现,在过往的互联网之中,年轻人大多数时候是“主角”,平台也乐于让相应的话题围绕年轻人转。而老年群体由于触网晚、响应速度慢,因而经常成为“被忽视的一个群体”。但容易被忽视不代表其不存在,也不代表其没有相应的文化娱乐需求。尤其是随着我国老龄人群的逐步扩大,这样的需求进一步凸显。

民政部官网的数据显示,截至2023年底,全国60周岁及以上老年人口29697万人,占总人口的21.1%。在短视频已经深度融入公众日常的时代,面对如此庞大的一个群体,理当有符合其需求的短视频影像产品。带有一定演绎情节、便于理解的短剧的出现,恰好填补了这部分市场需求。从这个角度看,短剧覆盖中老年群体,某种程度上而言,也是一种基于市场

的选择。因此,倒也不必大惊小怪。

不过目前,部分短剧在内容制作上依旧相对粗糙。尤其是部分短剧为了吸引眼球、在短时间内制造“冲突性”,某些情节设计相当“狗血”,要么围绕家庭伦理制造冲突性剧情,要么就简单地套入某种悲惨苦情戏码,以获取流量。这些套路可能会在短期内获得流量,但当市场逐渐成熟之后,这些套路化的、粗制滥造的短剧必然会被市场所淘汰。因此,生产针对老龄群体的精品化短剧,势在必行。

要提醒的是,由于短视频平台上新闻类、演绎剧情类等内容共同存在,因此,在面对分辨能力相对较低的老龄人群之时,有必要在这些短剧中清晰地标注“这类内容存在演绎情节”,而非“真实发生的新闻类内容”。如此,以更好地帮助老人理顺短剧与真实世界之间的关系。



好看!好看!

杰清漫画

霸总短剧