

范式创新与关系重构

——微短剧赋能产业融合新模式探究

麻施纶, 刘 静*

赤峰大学文学院, 内蒙古 赤峰

收稿日期: 2026年6月7日; 录用日期: 2026年7月3日; 发布日期: 2026年7月15日

摘 要

更新换代是时代与科技发展的永恒主题, 当电影和电视剧还在向“后电影与电视剧时代”迈进之时, 随着数字媒介技术的快速发展和用户消费习惯的变化, 基于互联网的新型内容形态——微短剧的市场规模已经超越了传统电影行业, 微短剧作为一种新兴的内容形态正以惊人速度占领人们的移动屏幕成为了影视行业又一中坚力量, 视听内容生产制式新的路径, 与用户消费的范式转型, 更对传统传媒行业生态产生了深远的影响。本文通过微短剧产业的范式创新, 分析微短剧的市场现状, 并探讨其与考古文旅结合的创新模式与发展前景。

关键词

视听创新, 微短剧, 范式创新, 媒介融合, 文化传播

Paradigm Innovation and Relationship Reconstruction

—Exploring the New Model of Micro-Drama Empowerment Industry Integration

Peilun Ma, Jing Liu*

School of Literature, Chifeng University, Chifeng Inner Mongolia

Received: June 7, 2026; accepted: July 3, 2026; published: July 15, 2026

Abstract

Renewal and iteration constitute an eternal theme of the times and technological advancement.

*通讯作者。

文章引用: 麻施纶, 刘静. 范式创新与关系重构[J]. 新闻传播科学, 2026, 14(7): 96-102.

DOI: 10.12677/jc.2026.147177

While feature films and television dramas are advancing toward the post-film and post-TV-drama era, driven by the rapid development of digital media technologies and shifts in user consumption habits, micro-dramas—new internet-based content formats—have seen their market size surpass that of the traditional film industry. As an emerging content form, micro-dramas are rapidly capturing audiences' mobile screens at a staggering speed and evolving into another backbone of the film and television industry. The emerging production model of audio-visual content and the paradigm shift in user consumption have exerted far-reaching impacts on the ecosystem of the traditional media industry. By examining the paradigm innovations within the micro-drama industry, this paper analyzes the current market status of micro-dramas and explores innovative integration models and development prospects for combining micro-dramas with archaeological cultural tourism.

Keywords

Audio-Visual Innovation, Micro-Drama, Paradigm Innovation, Media Integration, Cultural Transmission

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

科技发展引领着视听领域的创新,在我国科技水平飞速发展的当下,大众的视听体验也迎来了新的创新,微短剧不仅对传统影视行业的拍摄模式与传播方式进行了革新,并且与考古与文旅等领域融合,形成了“文旅+微短剧”“考古+微短剧”等受政府支持的新型文化传播的现代化跨领域融合产业。本文借鉴托马斯·库恩有关“范式”的科学革命理论。在库恩看来,范式是科学共同体共享的信念、价值与技术范例,当既有范式遭遇日益增多的异常而无法有效回应时,便将催生范式转换。对微短剧的范式创新与发展方向予以新闻传播视野下的探索总结,并对微短剧与传统影视及网络文化之间的关系重构进行深入探讨,便成为一项重要任务[1]。

2. 微短剧的发展与范式创新

微短剧是数字媒介时代,基于网络文化诞生的新的视听传播形态,微短剧的典型特征为制作微,时长短,反转,冲突密集,微短剧的单集时长在几十秒到十几分钟不等,通常以竖屏形式播出,简单的从横屏变为竖屏,就可以更贴合用户的手机使用习惯,适合移动设备观看。从播出形式上就适应了更多受众的需求[2]。

微短剧不只是简单的视听娱乐形式,更是一种文化表达载体,承担着社会价值观传播,与文化内核表达的双重作用。微短剧在价值取向上呈现出双重特点:一方面,基于“爽感”制造、指向情感宣泄和道德评判的“微短剧价值观”仍然占据主流;而现如今,随着微短剧的发展越来越多的微短剧作品开始关注社会现实问题,传递积极向上的价值观。

2.1. 微短剧的视听创新

微短剧不只是简单的视听娱乐形式,更是一种文化表达载体,承担着社会价值观传播,与文化内核表达的双重作用。微短剧在价值取向上呈现出双重特点:一方面,基于“爽感”制造、指向情感宣泄和道德评判的“微短剧价值观”仍然占据主流;而现如今,随着微短剧的发展越来越多的微短剧作品开始关

注社会现实问题,传递积极向上的价值观[3]。

微短剧在内容上通常采用间离派的表演方法,犹如观看话剧一般,这种观影体验的成因有内容与拍摄的双重原因,在内容上微短剧的剧情可以说是“短时间的冲突性释放”,对人物与叙事逻辑与线索铺垫的极致简化,突出高潮反转,进行情感代偿,满足现状用户对猎奇,反转,爽点的高要求。

微短剧的叙事简洁明了,往往在开篇就点出高潮冲突,追求第一时间就抓住观众的注意力,在视觉风格上,受限于竖屏的画幅,展现的细节不如横屏,这样的播出形式会使演员的脸部变得相对模糊,正因如此观众可不拘泥于演员的脸谱,下意识的把自己代入进爽文当中,使得沉浸感与代入感更强,可以在短时间内进入剧情。

2.2. 微短剧内容生产的跨媒介融合

在文本方面,大胆启用了网络小说改编,其实这种形式并不是先例,在日本,动漫业极其发达,其动漫大多数都是用日本的“轻小说”¹进行改编,这种改编形式不仅保证了剧本故事性率先得到了市场的检验,而且在流量方面自发的会吸引小说粉丝观看,番茄小说,起点中文网,七猫等诸多大型网络小说平台都与微短剧平台或剧方展开版权合作,可以说网络文学的发展就是微短剧剧情发展的前瞻,现如今微短剧主流的“兵王回归都市”“豪门恩怨”等桥段,都是曾经网络小说的主流桥段,这种媒介组合使小说平台与微短剧相互促进发展,同时这种跨媒介的内容生产新模式也为之后的文化产品创新提供了成功的参考模板。对微短剧而言,跨媒介融合通过多元化的内容表达和平台协同,将一个形式的生产内容,深化为一个可供拥有更多受众与广阔市场的新的视听形式,最终构建起一个兼具文化深度和商业价值的可持续模式[4]。

2.3. 微短剧的制播革新

微短剧的制作生产模式与传统影视也呈现出截然不同的特点,微短剧制作周期短,制作成本低,打破了传统影视产业链的高专业度与高门槛的特点,现如今微短剧的拍摄,如横店与广东拍摄基地,“三天拍摄,七天制作,十五天上线”的高流水线化作业已成常态,如今的短剧如同美国好莱坞早期的B级片一样,虽然大部分粗制滥造,但投入小、风险低,降低了入行门槛,可以作为人才和资金的蓄水池,孵化出有潜力的人才和团队,有助于形成更成熟的影视剧市场。这种高效的生产模式,使微短剧更适应现状高速变化的网络环境,响应市场变化与受众需求,进行及时的调整与迭代更新。

在创作主体上,微短剧推动了网络文化创作从“用户生成内容”(UGC)向“专业用户生成内容”(PUGC)的转变。早期网络文化主要由普通用户创作,内容质量参差不齐;而微短剧则需要一定的专业制作能力,促使创作者向专业化方向发展。这一变化既提高了网络文化的质量水准,也带来了商业化和机构化的趋势[5]。

在传播方面,微短剧的主流平台播出平台是短视频平台与各社交软件,在现如今算大数据的加持下,微短剧的传播效率是传统电影电视剧无法比拟的,无需排片排时段,不用担心同类型撞档期,高流水线化生产模式下,即拍即发是最顺应当前互联网现状的剧播模式。

在消费模式上,微短剧强化了网络文化的社区性和互动性。微短剧往往在社交媒体平台上传播,观众可以通过弹幕、评论、二创等方式参与内容互动,形成围绕作品的社区讨论。这种强互动性不仅增加了用户的参与感和归属感,也为内容传播提供了动力。

由此可以看出,微短剧在投资创作主体的身份,与制播剧集的过程,还是平台宣发的策略都形成了独有的全新范式体系,微短剧不是“微化”的电影,而是视听传播在数字时代的又一次革新。

¹轻小说:是一种具有高效地将故事内容传达给读者的通俗的写作手法、通常使用漫画风格的插画的一种娱乐性大众文学和通俗文学体裁。“轻小说”可以理解为“能轻松阅读的小说”,盛行于日本。

3. 微短剧与传统影视的关系重构

微短剧与传统影视之间的关系并非简单的颠覆或者革新,而是一种动态演变,微短剧的强势崛起,实打实抢占了传统影视的市场份额,但这并不代表传统影视走向黄昏期,电影的诞生本就源于十九世纪的科技发展,利用视觉暂留原理与摄影技术的发展电影应运而生,而在如今人们使用的视听媒介再次更新,智能手机与移动网络的普及为微短剧的诞生提供了技术上的可能,社交媒体的发展为微短剧提供了优质的平台,当今社会的碎片化娱乐需求为微短剧创造了市场需求,微短剧的飞速发展是视听领域的生态多极化发展的大趋势。

3.1. 微短剧对传统影视的冲击

微短剧在诞生之初被视为传统影视的新时代竞品,因现如今社会人们对碎片化的娱乐的需求,短视频平台如抖音快手等平台的成功已经证明了碎片化娱乐的庞大市场,面对影视视听碎片娱乐化这一蓝海市场,市场对微短剧的前景普遍看好,微短剧的制作成本低,周期短,回报快,门槛降低市场下沉,吸引了想要投资传统影视市场,但因门槛高,容错率低的人才与资本,2022年网络微短剧上线一千七百余部,而电视剧的备案数量降低15%。

市场份额的抢占不只是简单的经济收入的竞争,更是对用户视听行为与消费习惯的塑造与争夺。当前,抖音作为全球范围内规模最大、用户活跃度最高的互联网短视频平台,已经深刻改变了大众的观影模式。调查显示,60%的微短剧用户减少了观看传统影视剧的时间,尤其是年轻用户群体,这一比例高达78%。现在的用户更习惯在闲暇的时间在抖音等短视频平台刷视频,而非选择如“优爱腾”等长视频平台观看传统剧集。微短剧凭借其短小精悍的特点,完美适配现代生活的碎片化节奏,抢夺了大量原本属于长视频的观看时间。

同时微短剧行业的爆发式增长吸引了大量影视人才转型,包括编剧、导演、演员和制作人员。微短剧相对较低的入门门槛和更快的回报周期,对行业新人尤其具有吸引力,导致传统影视行业面临人才流失的压力。

3.2. 微短剧与传统影视的协同发展

在这一背景下,不少自媒体观点认为,微短剧的兴起将颠覆传统电影的观影习惯,表示微短剧的爆火,是社会的浮躁,人们文化鉴赏能力的下降。

然而,不应以简单的二元对立如“低俗”与“高雅”对个体或群体的文化消费进行价值评判。而是应该结合时代背景,微短剧与传统影视产业之间的关系,更接近于哔哩哔哩与抖音在媒介生态中的互补与共生,B站以具有一定思想深度和创作完整性的长视频见长,而抖音则专注于高效利用用户的碎片时间,精准契合快节奏社会中即时性、高频次的娱乐需求。

传统影视作品注重叙事结构的完整性、艺术表达的深度与镜头语言的精心设计。每一帧画面往往承载着导演的意图与美学追求,每一句台词也可能埋下伏笔,引导观众在后续叙事中实现认知上的顿悟与情感上的共鸣。相比之下,微短剧则展现出其形式灵活、传播迅速、响应热点及时等显著特征。它依托网络生态²,能够迅速捕捉并反映社会潮流与公众情绪,通过高密度情节、强冲突设置和即时反馈的剧情表达,在极短时间内提供多个“爽点”,满足受众的情绪释放与心理代入。其轻量化、模块化的内容形态也更易于社交分享与算法推荐,从而形成爆发式传播效应。

可以说,微短剧自诞生之初就具备明确的发展目标与行业定位。在创作层面,微短剧积极借鉴传统

²网络生态:它将互联网空间比作一个自然生态系统。它指的是由用户、网络信息、技术平台、社会环境、等要素相互关联、相互作用而构成的一个动态平衡、持续演化的复杂系统。

电影的叙事结构、视觉语言, 致力于艺术表达水平的提升, 展现出向专业化、精品化靠拢的明确倾向。与此同时, 微短剧也发挥着传统影视产业预备队的重要功能。其行业生态更为下沉、准入机制相对灵活, 为大量传媒及相关领域从业者提供了入行通道和实战机会, 许多原本难以进入传统电影工业体系的新人创作者, 得以通过微短剧积累经验、展示才华。

另一方面, 电影作为高成本、宽产业链、低容错率的视听媒介, 其在技术革新与语言探索方面往往面临较高风险与代价。而微短剧则凭借其轻量化、快迭代的制作特性, 为影视技术的先锋实验提供了更为适宜的土壤。例如, AI 拟真技术、动态场景生成、虚拟制片流程等前沿手段, 可率先在微短剧中进行应用与验证, 其反馈和经验进而为传统电影行业的技术升级与创作范式转型提供宝贵借鉴。由此可见, 微短剧并非传统影视的替代者, 而是其在媒介融合时代下的重要补充与拓展。两者共同构建了一个多元分层、彼此交织的当代视听图景。

4. 微短剧与网络文化的关系重构

4.1. 微短剧的网络文化基因

微短剧从诞生到成熟, 都是扎根于互联网, 微短剧的爆火就是抓住了时下最火爆的网络文化, 现如今短剧往往都是围绕“兵王归来”“豪门情仇”“复仇逆袭”“穿越重生”还有最早最出圈的“霸道总裁爱上我”等这些内容容易满足当前社会人们追求反差刺激的需求。微短剧的网络语言表达, 用户参与文化, 碎片化表达等特点都是源于网络文化, 前文提到在内容创作上许多微短剧作品就来源于网络小说, 微短剧提取在网络文学中筛选发展过程中, 被读者与市场认可与喜爱的剧情模式与反转套路, 这种事先选择并有参考的制作方式使微短剧能迅速制作出受大众欢迎的剧情, 提高制作的容错率。

4.2. 微短剧的产业升级

同时, 微短剧重塑了网络文化的叙事手法与表达方式, 微短剧通过竖屏的叙事手法, 通过演员表情细节微动作作为技术创新, 已经形成了独立的创作标准与视听语言, 另一方面, 微短剧提升了网络文化的叙事容量和表现力。相比文字、图片或短视频, 微短剧能够承载更复杂的故事和更丰富的情感, 使网络文化表达从“碎片化”走向“微系列化”。这种升级不仅保留了网络文化的即时性和互动性, 还增加了内容的深度和延续性。可以说微短剧是网络文化的视频化表达与形态的升级[6]。

4.3. 微短剧的网络文化多面体

扎根于互联网, 微短剧不仅在表达网络文化的形式与文本内容, 网络文化的价值观也在扩大化传播, 微短剧的聚焦小人物靠个人努力逆袭等经典桥段, 这部分代表了普通人的心理诉求与期望, 这种情感共鸣也是微短剧吸引受众的重要原因。

可是网络内容鱼龙混杂, 制作方为眼球, 博流量, 追求微短剧的极致反转, 触碰道德底线, 打着网络擦边球, 使得大量微短剧缺乏其作为影视作品的内核, 没有深度思考与传媒行业从业者的社会责任感, 这种现象引发了主流文化的深刻讨论, 同时建立严格的审核监察机制这也是推动微短剧在体量迅速增长之后的, 健全微短剧体系重要一环, 可以推动微短剧行业更多元持续发展。

5. 微短剧赋能文旅新模式

随着微短剧占据的份额增大, 数字经济不断发展成熟, “微短剧 + 文旅”这一新兴的跨产业融合的新业态, 正在成为推动文旅产业转型升级的重要引擎, 微短剧与文旅的成果结合离不开政府的政策支持, “跟着微短剧去旅行”的创作计划一经发布引起了创作者的巨大热情, 推动了微短剧取景地随着剧集的

热播而破圈, 实现了线上观影经济与线下文旅经济的双向共同发展, 促进了文化传承与经济效益的双重提升。

5.1. 微短剧成为文旅宣传新载体

微短剧在文化传承与情感共鸣方面有独特的优势, 并且直观的表达与戏剧冲突域可以降低文化传播的门槛, 并且提升游客们的关注度, 因此各地积极探索这一新形态对文旅的带动方式。

微短剧 + 文旅的融合不仅是简单的跨产业融合, 更代表了体验经济时代内容与场景深度融合的发展趋势。通过微短剧的文化宣传, 将旅游目的地从单纯的自然风景转化为具有风土人情的文化旅行, 极大地提升了文旅体验的品质和吸引力[4]。比如热播的微短剧《我的归途有风》他的成功在于, 它远不只是一部“加长版的广告”。它通过多种文旅吸引点(美食、地标、方言)构建了一个可信、可感的“乐山世界”, 再通过共情叙事(治愈、归乡、美食传承)与观众建立深厚的情感联结, 其故事主线围绕“归乡”、“治愈”、“非遗传承”展开, 精准地击中了当代都市青年面对职场疲惫、渴望逃离内卷的群体思潮。剧中女主角从大都市回到家乡, 并进行了一系列可以展现文化传承与风土人情的历程, 最终找寻到了自我价值, 这一系列的经历, 使得乐山被赋予了“心灵世另乡”“心灵避风港”等称号, 让乐山除了自然风光, 又被赋予了前去游玩可以放松身心的情感动机, 这种情感共鸣使得从“看短剧”到“去实地”的心理转变变得更加自然[7]。

而到了线下之后, 平台与官方发起的“打卡能量值”活动, 要求用户上传线下打卡视频以解锁剧集番外的内容。这就使得完成了一条“看微短剧(触发兴趣)→行动(实地旅游)→打卡分享(UGC 传播)→让新观众看到”的良性文旅传播路线, 最终通过巧妙的线上线下互动, 把网络“流量”真正转变为游客“留量”。

5.2. 微短剧 IP 文旅场景打造新模式

一个成体系拥有创意, 故事, 周边等多种要素集合而成的文化符号成为了让顾客可以在繁杂的旅游宣传当中迅速定位的金字招牌, 以长安十二时辰为例, 西安市与短视频平台合作推出的《长安十二时辰短剧版》系列, 通过持续的内容输出, 强化了西安作为盛唐文化目的地的品牌形象。该系列剧不仅吸引了大量观众, 还带动了相关文创产品和旅游线路的开发, 形成了完整的 IP 产业链。2022 年 5 月开市以来, “长安十二时辰”主题街区迅速成为西安最火爆的打卡地之一, 小长假期间接待游客达 6 万人次, 全网曝光量突破 2 亿大关。“长安十二时辰”主题街区项目将影视 IP 转化为实体文旅场景, 注入电视剧《长安十二时辰》IP 和唐朝的真实市井现状, 将影视剧 IP 全场景还原, 曲江文旅将剧中的建筑, 音乐, 着装一比一还原, 可以置身其中与工作人员交流, 消费与体验, 在吸引游客后真正做到完美的“售后服务”, 《长安十二时辰》实现了影视 IP 与商业 IP 融合、多元业态与沉浸式体验结合, 为微短剧与文旅 IP 打造提供了优质模板[8]。

微短剧在未来的发展过程中, 应更加注重内容质量与社会责任感, 避免过度娱乐化和低俗化倾向。同时, 应进一步加强与传统影视、网络文化及其他产业领域的互动融合, 探索更多创新模式与应用场景。政策引导、行业自律与受众教育将是推动微短剧健康、可持续发展的关键。

6. 微短剧赋予考古成果传播新体验

“微短剧 + 考古”模式的出现, 为传统文化传播提供了创新路径。这是数字时代, 考古与考古文化成果传播的新模式, 通过 AI 技术、叙事创新和结合商业模式, 考古主题微短剧将沉寂的文化遗产转化为生动有趣的数字内容, 实现了文化保护、传播和创新的多重目标。微短剧将枯燥的考古数据转化为生动有趣的视觉叙事, 实现了文化传播与娱乐体验的有机结合。这种融合不仅丰富了微短剧的内容题材, 提

升了其文化价值, 也为考古学和传统文化教育吸引了更广泛的公众关注, 特别是年轻群体的兴趣[9]。

《马家窑谜踪之神杖密码》是国内首部由 AI 技术制作的微短剧, 甘肃广电总台应用创新中心负责人王成梧说: “这不是一部传统影视作品, 而是一座用代码搭建而成的数字博物馆。”在剧中, 90%的场景基于真实考古数据构建。如剧中部落的选址, 完全参照了马家窑聚落“近水高地”的考古结论; 男主角顾北辰的面部特征融合了现代审美与史前人类头骨复原数据, 其战斗动作由动作捕捉技术结合马家窑文物纹样设计而成, 使用的骨刃上刻有象征繁衍与生命之力的蛙纹。这种细节的展示, 古文化的精妙传播, 是曾经考古文化宣传所做不到的, “微短剧 + ai”在表现考古的硬科学性的同时, 增添了趣味性, 打破了曾经考古宣传的专业化门槛, 增大了受众人群, 让更多不了解的人了解了考古。

另一部值得关注的考古主题 AI 微短剧是《陶妈婴娃 7000 年前的北辛时光》这部剧可以说是现代技术的“炫技”之作, 全程使用 GPT-4 等多种大模型制作, 完成从场景设计到人物造型、再到编辑配音的全流程制作, 该剧最值得称道的是通过婴娃的成长线串联全片: 童年时等待食物的童真、磨骨针时手指渗血的坚韧、成人礼前夕的忐忑, 这些情感细节都让观众自然代入, 增强了观众的代入感, 这就是科技赋予考古的新体验, 是考古行业发展的现代路径[10]。

寓教于乐, 是文化传播的追求之一, 随着技术不断进步和创作理念持续创新, 微短剧与考古的融合将走向更深层次。从单纯的内容制作到文化 IP 构建, 从国内传播到全球化输出, 从娱乐消费到教育体验, 这种跨界合作将为传统文化传承提供新路径, 也为微短剧行业的可持续发展注入新动力。

7. 总结

微短剧的爆火标志着视听领域进入数字时代, 是视听内容生产与消费方式的一次深刻变革。本文通过对微短剧的产业现状与范式创新及其在文化传播与多领域融合中的实践进行分析, 阐述了微短剧在与传统影视、网络文化之间的关系重构, 与在文旅推广与考古传播中展现出强大的赋能潜力。现如今我们不能完全预见微短剧广阔的前景, 可是我们可以看向过去, 看到曾经的“视听新秀”电影的庞大市场与艺术地位, 虽然, 微短剧的快速发展也伴随着内容同质化、过度娱乐化、价值观引导不足等问题, 可更应该看到微短剧的年轻与潜力, 微短剧不仅是媒介技术发展的产物, 更是这个时代文化表达与公众情感共鸣的重要载体。微短剧应当继续完善行业监管机制, 把握住时代需求的发展动力, 使微短剧成为讲好中国故事, 传播世界故事的最佳视听载体。

参考文献

- [1] 洪长晖, 栾品仪. 短兵相接: 网络微短剧重构影像版图的潜能与路径[J]. 影视产业研究, 2025(1): 80-86.
- [2] 杨舒. 竖屏微短剧的叙事策略与精品化路径[J]. 东岳论丛, 2025, 46(8): 68-75.
- [3] 刘建华, 张欣然. 微短剧爆火的七大成因[J]. 传媒评论, 2025(8): 48-50.
- [4] 邹灿. “微短剧 + 文旅”的特点、现实挑战与突破路径[J]. 今古文创, 2025(32): 78-80.
- [5] 燕道成, 易靖雅. 文旅微短剧跨文化传播的发展动力与效能提升路径[J]. 传媒, 2025(16): 60-63.
- [6] 石蓉蓉, 周月婷. “AI + 微短剧”赋能典籍活化的多维叙事策略——以《AI 看典籍》为例[J]. 新闻世界, 2025(8): 87-90.
- [7] 王若冰. 河北省“微短剧 + 文旅”融合发展研究[J]. 大舞台, 2025(4): 94-97.
- [8] 杨慧, 李民. “唯美”与“超越”: AIGC + 微短剧审美叙事策略探析——以微短剧《山海奇镜之劈波斩浪》为例[J]. 参花, 2024(32): 107-109.
- [9] 高宇飞. 怀旧、逆袭与慢炖: 八九十年代背景微短剧的类型化叙事策略与价值研究[J]. 西部广播电视, 2026, 47(6): 55-61.
- [10] 林吉安, 樊珂. 试论微短剧“爽感”生成的三重逻辑[J]. 四川戏剧, 2025(7): 91-95.