

“不知从何时起,“修驴蹄”“挤痘痘”“洗地毯”“切肥皂”等视频开始受到网友的关注,凌晨三四点仍在观看的用户不在少数。这些看似寻常无比的视频,随着观看的人数越来越多,慢慢被贴上解压的标签。据记者观察,目前各视频平台上,有关解压的话题或标签近百个,相关视频的累计播放量破千亿,部分解压视频的创作者更是利用其流量热度从而实现变现,还有商家的19.8元同款道具售出了29.1万件。

这些令人上瘾的解压视频到底是为何火爆网络?其是否又真的能达到解压的目的?带着这些问题,记者进行了调查。

■据《成都商报》



技术含量不太高 看的网友那么多

解压短视频的流量密码

谁在焦虑

白天压力大的年轻人 晚上就靠短视频来治愈

当学业、工作、生活面临压力,人们开始急于寻找最快捷、简短的解压方式。不知从何时起,“修驴蹄”“挤痘痘”“洗地毯”“切肥皂”等短视频开始受到网友的关注。

“看这个很容易上瘾,我本来只打算看个几秒钟,但一不小心就看完了十多分钟的完整版,过后还忍不住搜了同类视频继续看。”上班族唐小姐告诉记者,她有睡前上网冲浪的习惯,一般会花15分钟在短视频平台闲逛,自一年前偶然刷到采耳的视频后,便“着迷”似的每天定期观看,有时博主未及时更新,她还会在后台催更。

唐小姐说,每次看到采耳师傅拿着工具在耳道里操作时,都会有一种既紧张又舒服的矛盾感,“细细的耳勺在靠近耳膜的地方不停来回,很担心下一秒会把耳膜捅破……但只要师傅将叮聆取出,那种成就般的快感又让我觉得很舒服。”唐小姐告诉记者,除了采耳,她还喜欢看一些手工修复类的解压视频,特别沉迷视频里的每一个步骤,觉得像是在动手操作一样,“成了习惯后,每天睡前我都要去搜解压视频,不管时间多长都会看完。”

准备考研的大学生小张也喜欢看解压视频,但她更喜欢看具有机械重复性、不用观众做过多思考的视频,如“洗地毯”“切肥皂”等。小张说,在看这些视频的时候,她的注意力都在视频上,大脑得到了短暂放空,感觉内心很平静,“白天因为学习而内耗,晚上就要靠这些来治愈。”

据丁香医生发布的《2022国民健康洞察报告》显示,健康困扰中,“情绪问题(焦虑、抑郁等)”连续三年位列榜首。另据2021年3月中国科学院心理研究所发布的《中国国民心理健康发展报告(2019-2020)》显示,18-24岁年轻人的焦虑与抑郁水平均高于成年期其他年龄段。

通过梳理各大视频平台的相关数据,记者发现,与“解压”相关的话题和标签热度也在不断增加。在抖音APP上,带有解压一词的话题约有数十个,其中,排在首位的话题播放量合集达到1201亿次,内容涵盖了拔粉刺、挤痘痘、修驴蹄、洗牙等多种类型的短视频。

谁在获益

高流量带来变现 19.8元道具售出29.1万件

记者注意到,尽管这类视频有着不错的流量,但发布视频的账号粉丝量却并不多。以抖音为例,在其APP上检索关键词“解压”,与其相关的账号粉丝数普遍在5万至20万左右,部分解压视频达百万播放量的账号粉丝数也仅仅只有29万左右。

“粉丝少并不意味无法变现。”互联网分析师丁道师告诉记者,简单的解压视频并不需要创作者掌握多么复杂的营销逻辑,其甚至可以同时注册多个同类型账号,然后发布相同的视频内容,就算一个账号只有100人关注,但积少成多后,一个视频素材就能通过多个账号获得

多数人的关注,从而提高流量效率实现变现,“变现的方式都差不多,主要是店铺引流、橱窗卖货和广告植入”。

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林在接受媒体采访时则表示,解压短视频流量单价是比较低的,这是因为当前自媒体平台寻求的是垂直流量,比如给财经、美食等领域自媒体会有不同单价——对于知识分享型的内容,平台也会给流量更高报价。“这种趋势就导致解压短视频当前的流量单价不高,因为他们没有给平台太多的内容增量,流量是流量,对平台

来说,这些流量不是持续的价值增量。”

在一些专门分享采耳、挤痘痘类解压视频的账号里,记者发现,该账号视频合集播放量高达500多万,且每个分享的解压视频里,博主都会对观众推荐“视频里的工具/道具就在主页橱窗里”。而通过查看该博主的橱窗商品,记者进一步发现,每个与视频中出现的工具/道具高度相似的商品都有着不错的销量。如,挤痘痘解压视频里所使用的镊子售价19.8元,通过该博主目前已售出5692件,而博主所引流的电商店铺对该商品则已成功售出29.1万件。

会上瘾吗

专家称确能暂时解压 但不宜长期沉迷

不论是播放量还是销售量,前述的种种数据似乎都在传递着“人们对解压视频越来越关注”的信号,网友甚至在留言评论里频繁用“解压”“加更”“爽”等关键词来表达对该类视频的上“瘾”。

这些解压视频到底为何引来诸多关注,其是否又真的能达到解压的目的?“看解压视频是人们将负面情绪投射到网络的表现,也确实有解压的效果,但终究只是暂时的。”国家二级心理咨询师张银玲告诉记者,当下社会节奏快,很多人普遍都会有压力感,一旦压力巨大或是产生了负面情绪,就会出现焦虑、紧

张、烦躁等不舒服的精神状态。受现实影响,人们大多会选择压抑这些情绪,通过虚拟的网络世界来释放,因此观看解压视频成为人们比较容易接受的压力释放方式。

张银玲说,不同的人有不同的情绪,也会有不同的宣泄方法,在看到同一个解压视频时,所得到的感受也是不一样的。“像重口味或暴力的解压视频,很多人是矛盾的,一方面想看,甚至控制不住,但另一方面又觉得变态,恶心又不想看,或者是看完之后又自责。”她表示,人们在看这类视频时,其内心的感受和情绪是有链接的,人们寄

希望于通过暴力视频释放自己的攻击性,又或是希望通过修复、清洁类解压视频来获得现实中缺少的控制感、秩序感、成就感。

“在不违背社会伦理,以及影响他人和伤害自己的情况下,适当的看解压视频是有缓解压力的作用。”张银玲表示,在虚拟世界解压只是心理上的暂时缓解,并不能解决现实生活中的压力问题,想要真正减轻压力,还得学会正确管理压力情绪。同时,她也特别提醒和警示,长期沉迷解压视频,特别是一些暴力、重口味的解压视频,会影响个人的心态与认知。

相关链接>>>

有声类

通过观察,记者发现,目前各视频平台上的解压视频可大致分为有声与无声两大类。其中,有声一类类似于医学领域的ASMR(自发性知觉经络反应,指人体通过视、听、触、嗅等感知上的刺激,在颅内、头皮、背部或身体其他部位产生的令人愉悦的独

特刺激感),主要通过声音来舒缓或释放情绪。如,沉浸式聆听大自然中的各类声音,或是特意去制造一些如吃饭的吧唧声、纸张绸缎的撕裂声等。

无声类

无声类则可以根据具体的内容更细致的分为破坏、清洁、手工、重口味等多类。比如,将完整的肥皂切

碎,或是借用机器将各种物品捣碎等属于破坏类解压视频;组装物品、清除铁锈、蛋糕制作等属于手工类解压视频;目前流量较高的“洗地毯”“出租屋大扫除”等则属于清洁类解压视频。重口味领域则包含了挤痘痘、修脚、采耳、洗牙等医疗视频,但该类视频由于可能会出现令人不适的画面,常被平台限制播放或传播。