

点亮网络视频新征程

讲稿

走出“为了拍而拍”的基层短视频宣传误区

刘舜月

近年来，短视频的兴起已经成为社会沟通与信息传播的重要工具。无论是各大社交平台的推广，还是日常生活中的分享，短视频已经深入到人们的生活方方面面。特别是对于基层宣传来说，短视频无疑是一次革命性的突破。通过短小精悍、直观生动的内容展示，短视频为家乡美景、乡村振兴等地方特色注入了新的活力，成功吸引了大量的关注，助力地方“出圈”，进一步提升了地方形象和吸引力。然而，短视频在为基层宣传带来便利和机遇的同时，也带来了新的挑战和思考。如何理性运用短视频，既发挥其优势，又避免其弊端，成为了基层工作者亟需思考的问题。

短视频的兴起，给基层宣传带来了前所未有的机遇。首先，短视频具有极强的传播性和吸引力，能够快速抓住观众的注意力。与传统的文字和图片宣传方式相比，短视频通过其多媒体的形式，可以更加生动、直观地展现基层的风貌，让更多人了解基层的发展成果。短视频内容简洁易懂，不仅可以帮助基层宣传人员传递政策和信息，还能够增强与公众的互动性，扩大宣传的受众范围。

其次，短视频突破了时间和空间的限制，使基层宣传更加灵活。通过短视频，基层单位可以随时随地上线并发布内容，将本地的亮点、特色和活动展现给更广泛的受众群体。此外，短视频内容可以迅速在社交媒体平台上传播，从而带动更多人关注和参与，甚至通过平台的推荐机制，可以引流、扩大影响，达到事半功倍的宣传效果。

然而，随着短视频的普及，基层宣传也面临着新的挑战。短视频的创作虽然相对简单，但却需要充分的策划与思考，否则容易陷入形式主义的困境，造成宣传效果的偏差。作为基层工作者，若过于追求形式而忽视内容的实际意义，短视频便会沦为“为了拍而拍”的工具。某些单位为了追赶短视频潮流，盲目跟风，往往陷入“每事必拍、每会必录”的误区。这不仅没有起到应有的宣传效果，反而浪费了大量的人力和物力，最终成为基层工作者的新负担。

此外，短视频的流行也给基层宣传带来了信息过载的问题。在信息爆炸的时代，观众对短视频的耐心越来越短，许多基层宣传视频因为缺乏核心内容和有价值的信息，导致观众很难真正关注，最终被淹没在信息海洋中。而且，部分短视频内容为了迎合大众口味，可能过于娱乐化或戏剧化，忽略了应有的深度和严肃性。这样的内容虽然能够吸引眼球，但难以达到传播基层政策、传递公共价值的目的，甚至可能对基层形象造成负面影响。

面对短视频带来的挑战，基层干部应当理性看待短视频这把“双刃剑”，发挥其优势，同时避免其带来的负面影响。首先，要善用短视频的直观、生动的特点，精心策划、认真制作有温度、有深度的内容。例如，可以通过记录基层干部在扶贫工作中的具体行动，展示贫困地区的变化，讲述有温度的故事，让更多的人了解基层的工作成果和社会贡献。这样的短视频不仅能够打破大众对基层工作单一、枯燥的刻板印象，还能让观众感受到真实和温情。

其次，基层工作者要避免形式主义，坚决避免“为了拍而拍”的现象。短视频的创作应该根据工作实际来策划和拍摄，确保宣传内容的有用性和实效性。要注重视频内容的价值传递，将实际工作成果、群众需求、政策解读等与群众紧密相关的内容融入其中，做到接地气、贴近民心。特别是在短视频的制作过程中，要避免过于浮夸的包装，而应保持内容的真实性与可信度，以此提升视频的公信力。

最后，基层工作者还需要注重短视频的反馈和互动机制。通过社交媒体平台发布后，要及时关注观众的反馈和评论，借此进一步改进宣传内容。积极与群众互动，解答疑问，听取意见，不断调整和优化宣传策略，确保短视频能够发挥最大的社会效应。



科普篇

打击虚假摆拍视频 要下狠手出重拳

潘铎印

“家境贫寒的弟弟辍学卖苹果供哥哥上大学”“抱患病孩子送外卖”“女外卖员被偷外卖崩溃大哭”你是否刷到过类似视频，并为之心酸、难过、气愤？然而，有调查发现，多起引发高度关注的事件，被证实是造假“摆拍”。一些“自媒体”账号通过制造假事件、捏造假人设来“卖惨”，还有的虚构悲惨身世博取关注，以此博取眼球、引流变现。

当前，短视频已成为现代人生活的一部分。有数据显示，目前网络视听用户达到了10.74亿人，短视频人均单日使用151分钟。随着短视频的爆红，视频造假也随之出现，一些人为了吸引流量、骗取关注，或为了直接获利，制作摆拍视频，这背后还有专业的造假团队介入，形成了灰色产业链。假事件、假故事、假人设，如此“真情演绎”，收割用户流量，消耗社会公信力，可谓是一场伤风败俗的流量骗局。

作为网络空间的重要传播工具，短视频的传播价值和带来的影响很大，发布在短视频平台的网络作品要适应清朗文明的网络生态。2023年7月，中央网信办发布《关于加强“自媒体”管理的通知》，明确要求规范账号运营行为、限制违规行为获利，以及严格违规行为处置等。公安部党委决定将2024年作为打击整治网络谣言专项行动年，持续加大全链条、全平台、全领域打击力度，净化网络生态。

短视频也是创作。创作是有边界的，必须遵循创作规律。如果摆拍的内容不顾道德法律，损害他人利益，引发负面联想，就要受到相应的惩处。虚假摆拍的短视频，不在显著位置标注作品性质，刻意模糊作品性质，故意伪装成新闻事件，引起公众强烈情绪波动，误导公众对事件、人物或问题的认知。更有部分短视频对社会秩序和公共利益造成破坏，损害网络生态健康，触碰了法律底线，冲击公序良俗，甚至违法违规，必须加以整治。

打击虚假摆拍视频要下狠手出重拳。各地各部门要加强短视频内容导向治理，严肃清理通过伪造场景、编撰细节、虚构经历等手法，摆拍制作导向不良、误导公众的短视频，重拳整治违法违规、违背公序良俗的内容，依法严厉打击恶意摆拍短视频行为，刹住短视频造假歪风。加强上下游全链条打击，从严惩处相关“自媒体”账号及其背后的MCN机构（从事网络红人培育、经纪的机构），以强有力的监管，动真格的手段，督促平台将“以显著方式标记虚构或演绎标签”的规定落到实处，让虚假摆拍没有任何生存的空间。短视频平台也要做到守土有责，完善内容审核机制，优化算法推荐机制、账号管理等，对违规账号和MCN机构严格实行黑名单制度和分级处罚，加大人工审核力度，为优质内容匹配更多流量资源。

网络不是法外之地。建立完善长效治理措施，加强对无底线博流量行为的预判、预警、预防，不让摆拍短视频游走于“灰色地带”，要去伪存真、动真碰硬，形成合力对虚假摆拍视频等违规不良内容予以有效遏制，促进短视频行业规范、健康发展。广大网民也要提高辨别能力，不盲目跟风、被虚假信息所误导，对虚假摆拍视频说“不”。

“10分钟确诊一身病”？莫让短视频心理分析“贩卖焦虑”

万山

近日，各类以“你以为正常，其实是XXX的行为”为标题的心理分析短视频“走红”短视频平台，这些视频通过总结某种人格或心理问题的特征，在线为网友“诊断”人格。对此，不少网友评论：“刷了10分钟，确诊一身病”。

“你以为是拖延，其实是回避型人格”“你以为是社恐，其实是社交焦虑障碍”……打开短视频平台，铺天盖地的心理分析席卷而来，以“你以为……其实是……”的句式，精准捕捉着大众的痛点。短短几分钟，就能让你“确诊一身病”，陷入自我怀疑的泥潭。这看似轻松调侃的背后，实则隐藏着不容忽视的隐忧。

不可否认，心理科普的普及意义重大。现代社会快节奏、高压力的心理问题日益凸显，大众对心理健康的认知亟待提升。短视频平台凭借其传播速度快、受众广的特点，的确可以成为心理科普的有效渠道。然而，目前泛滥的心理分析短视频，却走向了另一个极端：过度解读、标签化、贩卖焦虑。

这些视频往往将复杂的人格和心理问题简单化、碎片化，用几个特征就给用户“贴标签”，仿佛人人都有“病”。殊不知，心理诊断需要专业人士进行系统评估，绝非几分钟的视频就能断定。这种“快餐式”的心理分析，不仅缺乏科学依据，更可能误导大众，加剧用户的焦虑情绪，甚至导致“自我实现的预言”。

试想，一个原本只是有些内向的人，看了“社恐”的视频后，将所有社交不适都归咎于“社交焦虑障碍”，会不会更加抗拒社交，最终真的发展成“社恐”？这种“自我诊断”带来的心理暗示，如同无形的枷锁，将人们禁锢在负面情绪中，甚至可能将原本轻微的心理困扰放大成难以逾越的障碍。这种“病急乱投医”式的自我诊断，无疑是饮鸩止渴，只会让问题雪上加霜。

更令人担忧的是，一些视频为了博眼球、赚流量，刻意夸大心理问题的严重性，渲染焦虑氛围。例如，将正常的紧张情绪描述成“焦虑症”，将偶尔的拖延说成“回避型人格”，用耸人听闻的标题和配乐吸引用户点击。这种“贩卖焦虑”的行为，不仅是对心理健康的歪曲，更是对用户的不负责任。

心理科普，需要的是科学严谨的态度，而非哗众取宠的噱头。短视频平台作为信息传播的重要阵地，更应承担起社会责任，加强对心理分析内容的审核和监管，避免误导性信息传播。同时，也要鼓励专业的心理咨询机构和从业者利用平台进行科普，用专业知识引导大众正确认识心理健康。

“心病还需心医治”，心理问题不能“自诊自治”。与其在短视频里寻找“病症”，不如积极寻求专业人士的帮助，进行科学的心理咨询和治疗。毕竟，心理健康，关乎你我，不容忽视。

让我们警惕“短视频心理分析”背后的陷阱，用科学的态度守护自己的心理健康，拥有更加积极阳光的人生。

编者按

在当今数字化的浪潮中，网络视频已成为人们生活中不可或缺的一部分，它如同一座充满无限可能的宝库，不断挖掘和展现着新的精彩。

1月3日至4日，2025年全国广播电视工作会议在京召开。会议对2025年广播电视和网络视听重点工作作出部署。其中之一就是全面提升网络视听领域治理能力，完善节目类视听内容管理，制定《微短剧管理办法》，在繁荣发展和规范管理并举上下功夫。

本期话题关注“网络视频”，让我们看看微短剧红火、短视频掀起热浪的当下，如何做好网络视频的“文章”，为我们的精神世界增添更多绚丽的色彩与光芒。

话老篇

老人因“轻松”迷上短剧，短剧也需“适老化”变革

王军荣

伴随短剧的迅速崛起，短剧也成为了老年人数字生活里的关键构成部分。《2024老年群体网络沉迷调查报告》显示，对于老年人而言，短剧不仅是一种娱乐形式，同时也满足了老年人对简单操作、轻松愉悦和情感陪伴的多重需求。85.76%的老年人选择短剧是因为操作简单，67.31%是因为能带来轻松的心情，近一半的人表示短剧满足了情感诉求，54.05%的老年人每天会花费1-2小时用于观看短剧。

老年人钟情于短剧的原因，一方面在于操作简便，另一方面则是因为“轻松”。短剧的每一集时长都不长，通常处于几分钟至十几分钟之间，故事既相对独立，又具有一定的连贯性，加之内容适宜，老人能够在碎片化的时间里轻松观看，也不必担忧因记忆力欠佳而记不住。这种轻松的观看模式，使得老人们能够迅速地沉浸于故事之中，进而获取愉悦与满足感。

然而，老年人和小孩子相似，容易沉迷短剧之中，可能受到一些不良影响，进而对老年人的身心健康造成损害。据媒体报道，成都有一位老人在半年里，每个月的微短剧付费频率保持不变，金额达到6000元，累计充值金额竟然高达4万元。2024年1月，中消协等机构发布了《2023年第四季度消费维权舆情热点》，指出了几大侵害消费者权益尤为突出的问题，其中短视频平台微短剧诱导付费赫然在列，这致使不少中老年消费者的权益遭受侵犯，短剧对老年人进行围猎已成不争之实。同时，要开展“适老化”改造。一方面，内容要贴近老人的生活和情感需求，诸如展现家庭伦理、邻里关系、养生保健等方面的短剧，能够让老人产生强烈的共鸣。另一方面，要避免流量至上，防止凭借低俗的情节和虚假的广告宣传来“坑害”老年人，损害老年人的身心健康，误导他们的价值观和消费观。

老人喜爱短剧是数字时代文化娱乐多元化的展现，而短剧的“适老化”则是满足老年群体精神文化需求、推动文化养老的必然选择。只有当短剧在内容、制作以及传播等诸多方面都充分考虑到老人的特点与需求，才能够让这一新兴的娱乐形式在老年群体中焕发出更为绚烂的光芒。

微短剧发展之路 切莫“微短”

周家和

“欲罢不能，看到停不下来”“‘狗血’但爱看”“一天刷了80集”……近几年，比电视剧“短平快”、比短视频更连贯的微短剧，凭借情节直白、“爽点”密集等特点，在网络视频平台收视火爆；而付费观看“套路”多、内容浮夸制作粗糙等问题也饱受争议。

微短剧之所以如此火爆，除了迎合现代观众的持手机观看习惯和多样化的题材、风格，还具有较高的商业价值和发展空间。对此，伴随微短剧的快速发展，市场红利与乱象相伴相生。有的为博取眼球、获取流量，制作播放低俗不良的内容；有的剧情千篇一律，抄袭和同质化现象严重；有的充值付费套路多，侵害消费者合法权益等，严重影响了微短剧的健康发展。

笔者以为，当下，微短剧的市场前景和发展主流还是好的，但也不可忽视其带来的一些社会负面影响。微短剧发展之路要走实、走远，就应该“风物长宜放眼量”。微短剧的形式和内容可以微短，但是发展眼光决不能“微短”。要促进微短剧健康有序发展，必须要加强管理，在保持其形式“短平快”和题材多样化的特点的同时，要进一步提升内容质量，避免“低俗”和“同质化”，切实保障付费观看微短剧消费者的合法权益。要打磨精品内容，充分发挥文艺的正向精神力量，做到“微而不弱”“短而不浅”。要规范收费观看模式，既要靠平台管理者的自觉，更要有一套完善的网络视频平台监管机制。如果微短剧的发展患上了眼光“微短”病，若不能及时治疗，就会产生不良后果，甚至导致短命。只有在内容健康、制作精良上下功夫，同时保障消费者合法权益，微短剧的发展之路才会越走越宽，越走越远，真正赢得观众的支持与掌声。

