

别被短视频“剧本杀”

——“守护清朗网络空间”系列报道①

本报记者 霍旻含

骑手送餐超时，惨遭顾客殴打；外地摊主做生意，被本地人排挤欺负……

看到这样的短视频，你是否忍不住打抱不平？然而小心，它们可能是“剧本”。

今年2月，中央网信办发布2025年“清朗”系列专项行动整治重点，其中包括整治短视频领域恶意营销，打击虚假摆拍、虚假人设、虚假营销、炒作争议性话题等问题。

整治“虚假摆拍”，对普通用户、创作者、平台、监管方来说意味着什么？记者进行了探访。



扫描二维码
看“融”观中国主页

整治“人设摆拍”，创作会受限吗？

对于“打击虚假摆拍、虚假人设”，不少人的第一反应是：自己平常爱看的短视频博主，不少都有拍摄脚本、都是虚构演绎，难道都要整治吗？

6月10日至11日，2025中国网络文明大会在安徽合肥举行。记者就这个问题进行了现场采访。

“摆拍本身没有问题。”安徽合肥市公安局刑侦支队副大队长杨础告诉记者。作为网红“反诈”短视频账号“肥肥小警”的运营者，杨础表示，为了反诈宣传更精彩有趣，自己平日也会使用虚构演绎的办法创作，“但也一定要明确告知观众”。

事实上，“剧情演绎”本就是短视频的主要赛道之一。

从模仿老师入木三分的钟美美，到“打工人口嘴”派小轩、“一比一还原童年”的方小菇，再到靠演绎辍学农村女孩“小春兰”吸引万千网友“揪心追更”的晓凡凡……不少短视频博主基于对现实生活的细腻感知，靠巧思满满的剧本、活灵活现的演技圈粉。

那么，正常创作演绎与“虚假摆拍”的边界在哪儿？是否有明确的判断标准？

联合网络安全与网络犯罪问题高级顾问、北京师范大学法学院博士生导师、中国互联网协会研究中心副主任吴沈括总结：对摆拍的界定可以“分两步走”。

“首先，有些行为本身有法律明确规定，构成违法犯罪，比如穿警服假冒国家机关工作人员。”吴沈括说。

“但法律不足以涵盖所有的场景。那些没有明确规定的，主要看行为实际造成的后果”。

在衡量后果时，虽然需视情况而定，却并非“全凭主观”“无规可依”。

比如，中央网信办2020年起施行的《网络信息内容生态治理规定》中，对网络信息内容提出了“鼓励、禁止、限制”三类要求。其中“禁止类”包含

11个“不得”——“危害国家安全”“破坏民族团结”“宣扬邪教和封建迷信”“扰乱经济秩序和社会秩序”“教唆犯罪”“侮辱或诽谤他人”等都是绝对不允许的。

一旦摆拍的后果触及这些红线，监管部门就可以参照治安管理条例、反不正当竞争法、广告法、网络安全法乃至刑法，根据转发量、涉及金额等具体指标，“无缝衔接”，进行裁定处罚。

不少人还记得头部网红“猫一杯”，她因虚构“小学生秦朗在巴黎丢失作业本”被全平台封号，受到行政处罚。原因之一就在于她的虚构故事掀起“全网寻人浪潮”，让同名的一所小学不堪其扰。

去年9月，广西钦州还查处一起假扮外卖员吸粉引流案件。涉案人王某某等穿上美团骑手工作服，摆拍“骑手与顾客吵架”“卖惨”等剧情。不到3个月的时间里，发布71个虚假视频，总点赞数达39.6万，播放量超1000万，转发量超10万，严重扰乱社会秩序、损害企业声誉。

换句话说，对创作者而言，有“剧本”“人设”没问题，关键在于考虑传播后果，内容不涉及法律规定的禁止性内容，遵守公序良俗的要求。

标注“虚构演绎”，平台能免责吗？

在短视频一角或播放界面，你可能见过“虚构演绎，仅供娱乐”的字样。

早在2023年，中央网信办就发布《关于加强“自媒体”管理的通知》，要求“自媒体”发布含有虚构情节、剧情演绎的内容，网站平台应当要求其以显著方式标记虚构或演绎标签。

目前，各家主流短视频平台都已响应这一规定。以抖音为例，用户可以通过“发文助手自主声明”入口，选择合适的声明内容进行标记。官方说明手册也提到：“平台不会因为作者按照规范正确添加标识而限制作品

流量。”

那么，只要给虚构演绎内容打上标签，就可以“万事大吉”了吗？并非如此。

首先，作为网络信息发布后的“第一把关人”，平台要持续跟踪负责。

泰和泰律师事务所高级合伙人廖怀学告诉记者：“就算平台已完整履行标注义务，但如果用户仍因虚假信息遭受损害，且平台收到权利人的侵权通知后，没有及时采取删除、屏蔽、断开链接等必要措施，仍应承担连带责任。”

“‘标注机制’将虚假信息违法风险的防范前置化。如果未能履行，可能被推定为存在‘误导故意’，加重平台法律责任。”廖怀学补充，“可能面临约谈、罚款、停业、吊销许可证等行政处罚。”

其次，在虚假摆拍等乱象的整治链条中，平台承担的责任与义务远不止“打标签”那么简单。

“平台不只是普通的参与者，而是重要的生态组成主体，因此既要保证自己不散播虚假信息，还要对自己的产品、服务，以及各类用户的行为依法予以治理。”吴沈括解释。

杨础告诉记者，在短视频内容的实际监管整治中，需要公安、网信、市场监管等多个部门在各环节协同发力，平台的配合至关重要。

据了解，不少短视频平台正尝试“疏堵结合”，探索多环节整治虚假摆拍。比如，抖音在创作者培优课程中、创作者社群里，以及线下交流会上，都强调虚构演绎内容标志的重要性。并不定期发起活动，引导剧情领域“大V”创作优质内容，其中就包括抵制无底线虚假摆拍的剧情视频。

打击“炒作争议”，热点内容怎么管？

新就业形态群体、相亲催婚、婆媳关系……在公安部公布的短视频

虚假摆拍典型案例中，不少与社会热点争议话题相关。

中国传媒大学文化产业管理学院法律系主任、教授郑宁表示，根据信息传播规律，争议热点事件及人物更容易获得流量，引发舆论快速发酵和扩散；也更容易侵害合法权益、扰乱社会秩序，触及“虚假摆拍”的界定红线。

正因为流量的快速涌入，不少争议事件尚处在事实不清阶段，就过度发酵。给了虚假信息、网暴言论等乱象大行其道的空间。

那么，对于互联网平台来说，争议热点相关的短视频该怎么管？

对于抖音来说，核准“当事人”身份，是防止假冒虚假内容的关键。

据相关负责人介绍，6月4日晚，北京大学数学科学学院助理教授、研究员韦东奕账号入驻抖音，发布视频。平台迅速关注，与当事人及亲属确认账号非仿冒，随即推进对仿冒、蹭热度、谣言等违规内容及行为的治理。

截至6月8日20时，平台已累计处置了涉嫌使用韦东奕形象、个性签名明示暗示为本人的仿冒账号约2300个，并交叉应用人工智能大模型和人工判断，下架或拦截了一系列相关谣言。

此外，抖音5月27日公布《抖音社区热点信息和账号治理规则（试行）》，提出对新闻要素不全、无权威信源的热点内容，纳入“存疑”热点持续追踪；对传播偏激对立情绪、可能诱发“网暴”“开盒”等信息，纳入“争议”热点研判处置，为热点核实和真相揭示争取时间。

或许还有人好奇，对于那些没有特定受害者，却触及敏感话题、挑起社会矛盾的虚假摆拍，有人管吗？

吴沈括告诉记者：对于未危及个人利益，却造成如烈士、残疾人等群体形象受损的摆拍行为，检察机关可以发起公益诉讼。“为此，我们的立法也在完善，比如已经增设了‘侮辱英烈罪’。”他说，“会有越来越多人意识到，违反法律与公序良俗的虚假摆拍不是‘流量密码’。”

“起来！不愿做奴隶的人们！”2025年5月8日，上海市杨浦区荆州路151号，国歌纪念广场上，阳光抚过青铜雕塑的棱角，牙牙学语的孩童好奇张望，“大国之声——纪念《义勇军进行曲》诞生90周年”主题纪念活动正在举行。

起来：冲破黑暗的战歌

“九十年前的今天，《申报》《时报》《大美晚报》同时刊发《义勇军进行曲》词谱，这是民族战歌正式问世的起点。”国歌展示馆馆长陈晨说。

国歌展示馆坐落在国歌纪念广场西南侧。1935年，导演许幸之在这里拍摄电影《风云儿女》，影片结尾，男主角辛白华高唱着《义勇军进行曲》昂首向前的画面名动一时，每当“起来！不愿做奴隶的人们！”的歌声响起，观众便自发起身合唱。

文艺工作者构筑的“精神长城”，远不止一首战歌。

鲁迅在全面抗战前夕，通过杂文集《且介亭杂文》痛斥“亡国论”；郭沫若的历史剧《屈原》借台词喊出“我们只有雷霆，只有闪电，只有风暴”；洗星海的《黄河大合唱》磅礴唱出“保卫家乡，保卫黄河，保卫华北，保卫全中国”——这些“文化战士”用笔与胶片唤醒四万万同胞。

万众一心：星火燎原的合声

在国歌纪念广场的露天舞台上，音乐情景剧《励国之歌》正在上演。青年演员们用戏剧重现1935年的创作现场，演员的年纪与先辈创作《风云儿女》时正相仿。

“在抗战时期，左翼文艺作品犹如一座永不熄灭的灯塔，在民族危亡的暗夜里投射出了炽热的光芒。”上海师范大学世界史系教授、抗日战争史学者刘峰表示，文艺作品通过艺术手段深入人心，在抗战时期，能够将全民族的抗战意志凝聚起来，促成抗日统一战线。

“田汉以笔为枪，通过文艺创作来动员民众的抗战热情。”田汉之孙欧阳维回忆。20世纪30年代，中国共产党领导的中国左翼文化界同盟成立。党领导的进步戏剧家、文艺家、音乐家、电影家等文艺工作者联合起来，将理想和艺术有机结合，上海成为左翼文化运动的中心和摇篮。

前进：生生不息的密码

在“大国之声”主题展览的尾声，一台红色电话机静静伫立。拿起听筒，按下数字键，耳边就会传来1935年《义勇军进行曲》首版唱片、1949年首版国歌唱片、粤语版《义勇军进行曲》等不同版本的铿锵旋律。

活动现场，已经退休16年的“老杨树宣讲汇”代表刘松山回忆起过去：“我曾是一名雷达兵，筑起的是边防长城，后来我在上海浦东国际机场海关工作，筑起的是空港长城，如今我立志于将战斗基因传承下去，这是我们这一代的责任。”上海市市东实验学校的学生则说：“先辈用血肉筑长城，我们要用知识攻克科技难关！”

国歌承载着民族复兴密码，昂扬奋进的“前进”精神早已渗透在上海的城市基因中。田汉之孙欧阳维说：“国歌的力量就是凝聚全国各族人民的力量。无论遇到什么样的挑战，我们都能像抗战前辈一样，团结一心，向前奋进！”

国际博主体验洛阳文化创新实践

海外网 冯欣欣

日前，人民日报海外网发起“我在中国的72小时”洛阳行活动，吸引来自德、澳、法、俄、新、韩七国的文旅博主参与。

通过博主们的探访、体验与社交媒体的实时传播，十三朝古都的文化创新表达吸引了海外受众的目光。

澳大利亚博主安心冉在中国研习古代文学。活动中，她身着专业复原唐代胡姬妆造，在定鼎门拍摄视频，获得上万点赞。安心冉感叹：“这些精致又还原的妆造什么时候才能登上国际舞台？”

德国博主海雯娜痴迷李白诗词。她身着精美汉服，在天堂明堂自拍，配文“谁家玉笛暗飞声，散入春风满洛城”。视频获得200多万浏览量与8万点赞，评论区化身诗词大会，网友纷纷用洛阳相关的诗词名句“接龙”。海雯娜用河南话感慨道：“古代中国因开放而先进，当代中国也因开放而富强。能在这里穿上汉服游览，真是特别‘带劲’！”

韩国博主大柱是美食爱好者，品尝过洛阳特色美食浆面条、牛肉汤和烩面后，他在社交媒体上描绘了自己眼中“舌尖上的洛阳”，吸引了众多美食爱好者热议中国传统饮食文化。

新西兰博主茉莉拍摄72小时体验Vlog，完整呈现汉服妆造过程，并分享了欣赏十三朝汉服秀的震撼。她坦言：“通过这次活动，我对唐朝了解得更多了。”

法国博主Titi的体验则充满巧妙的“法式”注解。他分享了在牡丹瓷博物馆体验捏制工艺的感受，并用法国人熟悉的比喻描述：“制作牡丹瓷和法国人做面包很相似，但需要更加细致。”他还分享了身穿汉服游览龙门石窟的照片，并用中法双语配文：“中国古代工匠有着灵巧的双手，卢舍那大佛有蒙娜丽莎一样的神秘微笑。”

同样在龙门石窟，俄罗斯博主伊琳娜举起“剪刀手”，模仿着宾阳北洞那尊因独特手势走红的佛像，并将照片发布到社交平台。这一举动迅速引发网友在评论区接力分享“同款”打卡照。

在瑞典博主北欧媳妇发布的视频中，她身着汉服端坐在钢琴前弹奏，东方衣冠礼制与西方乐器艺术在镜头中交织共生，让网友直观欣赏到文明交流互鉴的和谐画卷。

从龙门石窟的佛光，到汉服的衣袂翩跹，从指尖绽放的牡丹瓷，到街头巷尾的市井烟火气，博主们见证了传统文化如何通过科技、时尚、美食等现代元素完成转译。

河南省洛阳市委宣传部常务副部长马晓平表达了自己的期许：“欢迎来自世界各地的博主和媒体朋友用镜头和语言记录真实洛阳，让世界更深刻地认识这座‘步步皆风景，处处有文化’的城市。”



国际博主在洛阳体验复原汉服。

朱一鸣摄

为时代而歌，『筑成我们新的长城』

『一座城·一首歌』系列融媒体报道走进上海

海外网 刘凌 王珊宁



扫码看视频

造假欺诈，罚！

顾洁

新媒视点

当前，互联网已成为社会文化繁荣发展的新空间、群众精神生活的新家园。

其中，短视频平台“异军突起”。截至去年12月，我国短视频用户规模达到10.40亿，使用率达93.8%。无论是生活记录、搞笑剧情，还是电商带货、知识分享，短视频创作者们凭借出色的创造力，丰富着人们的精神生活，也重构着信息传播的方式。

为什么人们爱看短视频？

一方面，短视频让信息高效触达。“短、平、快”的属性，加上平台的智能算法推荐，让人们一点开手机，就有个性化、定制化的内容源源不断地涌入眼帘。另一方面，短视频中的记录和表达，往往更有真实感，能拉近创作者与观看者间的距离，更充分地调动人们的情感。

然而，正是这一点，也给网络空间治理带来了虚假摆拍、虚假人设、恶意营销等新难题。

比如，有团队租用果园摆拍“滞销果农”剧情，同一件破洞T恤在不同视频中反复博得同

情；有人靠剧本批量生产“外卖骑手被打”视频，挑动社会对立情绪，抹黑新劳动形态就业群体……

这些利用虚假视频引流牟利的案件，要么利用同情心，营造“卖惨剧场”；要么激化放大性别、职业、城乡等矛盾，虚构“冲突戏码”；更有甚者，将虚构的贫困场景“嫁接”至不同的地区省份，开展“扶贫表演”。无论是何种噱头、何种模式，其本质都是一种“情感欺诈”：人们往往先被激起悲或喜的真实情感波动，随后又被打假与反转狠狠“背刺”。

为此，今年4月15日起，中央网信办开展为期3个月的“清朗·整治短视频领域恶意营销乱象”专项行动，从严打击恶意虚假摆拍、散布虚假信息、违背公序良俗、违规引流营销等恶意营销乱象，要求明确工作重点、压实平台责任、从严处置处罚。

如何识别这样的虚假摆拍？有三个维度的“标尺”：

其一，是否履行标注义务。根据相关规定，

创作者应对虚构情节进行明确标注，保护观众的知情权。

其二，是否守卫生实底线。即检查是否出现虚构农产品原产地等地理标志篡改，假冒医护人员、警察等执法人员的身份信息篡改，摆拍伪装成新闻纪实事件的性质篡改。

其三，是否出现异常信号。根据公安、网信等部门的治理经验，异常的情感唤起强度、异常的商业转化路径、异常的内容重复率等，都可能意味着真实性“亮起红灯”。

需要看到，整治虚假摆拍等短视频乱象，不是简单的审核、下架、封锁能解决的。短视频平台应落实主体责任，加强审核把关、优化流量分配机制。必须超越简单的“用户停留时长”指标，建立包含真实性权重、社会责任系数、文化价值维度在内的全面评价体系。同时，公安、网信、市场监管等政府部门需要协同发力，完善法律法规，形成治理合力，提升网民的媒介素养。

（作者为中国传媒大学电视学院教授）