

传播求新,政府部门借短视频讲故事

■中国城市报记者 王楠

在当今信息爆炸的时代,短视频以其直观、生动的形式迅速占领信息传播高地。近年来,越来越多的政府部门利用短视频平台进行政策宣传、公共服务信息发布及产业推广。其中,一些政府新媒体号、短视频作品引起了广泛关注,建立起了良好口碑。

梳理媒体信息,中国城市报记者发现这些官方短视频拍摄及内容方向各有不同,如城市管理部门侧重于表现城市治理理念,增强与民众交流;环保部门侧重于展示污染治理的成效,助力提升公众环保意识;执法部门重点普及法律知识、宣传安全常识;文旅和农业部门则展现各类产业发展态势,体现领域动向。

政府部门通过新媒体平台借短视频讲故事、搞宣传已形成风潮,其中涌现出不少好经验做法与创新模式。

直观传达 政策与公共服务信息

中国城市报记者观看一些官方剧情短视频注意到,政府部门通过讲故事来宣传政策和发布公共服务信息,具有直观、生动及可看性高、吸引力强等特点。例如,广东省深圳市卫生健康委员会发布的短视频《霸总剧里当怨种医生》《霸总剧里当怨种护士》,云南省罗平县警方政务号“罗平警方”发布的禁毒反诈、酒驾警示等普法宣传故事短视

频,以及广东省东莞市城市管理和综合执法局(以下简称东莞城管)发布的故事短视频《致敬城市医生》《读懂垃圾分类》《莞·家·情》《底气》等,都因趣味性、知识性强,在网上有很高的人气。

获得东莞第四届短视频大赛一等奖的《莞·家·爱》,讲述东莞玉兰女子城市服务队通过开展巡查管理、柔性执法和宣传引导,打通服务市民的“最后一米”,让有温度的城市服务加速贴近市民生活。东莞城管宣教信息科有关负责人告诉中国城市报记者,该剧情短视频既是女子城市服务队对城市家园的深情告白,也是城管队伍面向广大市民发出的共建美丽家园倡议书。“以女性城管队员为拍摄主体,也是希望改变以往城管执法冰冷、生硬的刻板印象,体现城市管理其实是以人为本的城市服务,是柔性的、温暖的、有力量的。”该负责人说。

对于多地政府部门利用短视频进行政策及理念宣传的趋势,中国传媒大学教授、中国网络视频研究中心研究员付晓光在接受中国城市报记者采访时表示,这种趋势及现象充分体现出地方政府部门对互联网的认知更加深入,在具体工作实施上更加高效。除了具体的短视频内容建设,地方政府一系列成功的策划,同样体现出其对无地域限制互联网关系的优化处理,和对促进互联网流量资源转化的思考。这对于解决互联网时代的城市管理问题,有重要的启示。

生动展现 特色产业品牌及形象

除了宣传政策和介绍职能,一些政府部门还通过短视频展示农业产业发展情况,推动农业科技成果的转化和应用。

在湖南省怀化市麻阳苗族自治县(以下简称麻阳县),当地县委产业办每周都会组织单位内外的青年干部、群众,前往橙园等地拍摄用以宣传当地特色农业产业麻阳冰糖橙的剧情短视频《侠女种橙记》。

麻阳县委特色农业产业办副主任唐祥瑞告诉中国城市报记者:“要想让地区特色农业产业更加深入人心,就必须紧跟时代潮流,采用民众喜闻乐见的形式进行传播。所以,我们尝试将过去枯燥单一的说教宣传方式,改变为生动有趣、影视化的讲故事方式,让人们在轻松愉悦的氛围中了解麻阳冰糖橙的前世今生,从而推动麻阳冰糖橙产业更好发展。”

为了鼓励社会各界人士参与到拍摄短视频的队伍中,今年5月,河南省郑州市文化广电和旅游局印发《关于郑州市加快推进微短剧产业高质量发展扶持政策的意见》(征求意见稿),向社会公开征求意见。其中提到将推出多种政策举措扶持剧本创作,鼓励主题创作和支持剧本孵化。

“大量实践证明,对于固定主题的传统宣传、推广和营销模式,大众的接受度正发生改变。相比之下,剧情类短视频有故事、有悬念,更具长效牵引力。其能有效规避主题先行的宣教口吻,与大众建立



湖南省怀化市麻阳苗族自治县特色农业产业办剧情短视频《侠女种橙记》拍摄现场。孙维斯摄

起更亲切、自然,也更紧密的连接。用好短视频这一工具,不仅可以使地方产业发展更接地气,还能为产业注入更多朝气和活力。同时,这种传播方式也有助于拓展市场和吸引投资,为地方产业的繁荣作出积极贡献。”付晓光说。

用高水平内容 引领互联网文化

尽管态势如火如荼,但值得注意的是,政府部门在推动短视频等新媒体传播形式发展过程中仍面临一些挑战,如内容同质化明显、与自媒体竞争激烈以及短视频娱乐性和政策、职能信息传递准确性之间的权衡问题等。

对此,付晓光认为,政府部门制作发布的剧情短视频和MCN(多频道网络)机构、自媒体制作的短视频“同台竞技”,从流量的意义上看,二者面临无差别竞争。但相对于政府创作定位、主题等方面的限制,后者的灵活性显然更大。

“一则短视频要同时兼顾娱乐性和政策、职能信息传递,编创难度远大于常规意义上的剧情设计。但这并不意味着政府主导的剧情短视频就一定陷入被动,因为有思想深度、有建树的内容与娱乐化的内容同样都是互联网刚需,且高质量内容是相对稀缺的,也是更为亟需的。”付晓光说,“政府主导的互联网内容策划,不能被商业流量的编创逻辑裹挟,也不要过度追求娱乐效果;要与时代发展对话,始终用高水平内容引领互联网文化,如此才符合自身定位。”

从互联网内容形态的发展历程看,任何一种产业形态都有其发展周期。政府部门该如何适应新变化?付晓光认为,作为一种新业态,剧情短视频现阶段正处于爆发式增长期,对其创新性、影响力的解读,容易在与以往旧模式的比较中被放大。长远看,回归理性,尊重本地特色,充分挖掘历史文化内涵,才是赢得差异化竞争的长久生存之道。

/// 言论

莫信非法“代理维权”话术

■宛乐天

“征信修复后可以再贷款……”近日,不少金融消费者接到类似电话,对方反复表示可以修复征信、优化债务。近期,此类中介化、职业化的涉金融领域非法“代理维权”现象有所抬头。与此同时,多地金融监管部门发布相关消费者权益保护风险提示,提醒金融消费者遇到此类情况后,不要盲目听信非法“代理维权”的话术。

代理维权是近年来金融等领域新兴的一种活动,其本

意是让消费者减少中间环节的试错成本,充分运用法律武器维护自身合法权益。然而,此类合规的市场经济行为却被不法分子变相运用,以“维权”之名行“牟利”之实,这背后暗藏的风险不言而喻。比如,向消费者收取比较高的手续费、咨询费等乱象,还可能引发暴力催收、个人信息被泄露或买卖等问题,不利于金融市场有序发展。

此类非法“代理维权”乱象之所以短时间内难以根治,主要是因为其隐蔽性较强、市场有需求、违法成本低。尽管

金融监管部门也开展过多次打击行动,但是“风声”一过,此类金融黑灰产便死灰复燃,用陈词老调坑害金融消费者。

从消费者角度看,部分消费者由于法律意识淡薄,当面对逾期等情况时,病急乱投医,轻信非法“代理维权”组织编造的话术,向金融机构乱投诉,最终搬起石头砸自己的脚。从法律角度看,相关打击此类金融黑灰产的法规依然存在盲区,让非法“代理维权”组织不仅钻了空子,还导致金融消费者付出沉重的经济代

价,甚至承担法律责任。

要优化畅通投诉机制,这是从源头斩断非法“代理维权”利益链的重要前提。有效的投诉机制是消费者与金融机构、监管部门之间的桥梁,可以把消费者原有的合理诉求加速化解,从而免于其受到非法“代理维权”组织的侵害。需要提醒的是,消费者也要选择正规维权渠道,在健全的维权机制赋能下,依法理性维护自身权益。

打击非法“代理维权”决不能手软。面对非法“代理维权”反复滋生、换着马甲行骗

的乱象,金融监管部门应加大处罚力度,只有把板子精准打到七寸,才能让不法分子有所收敛,不敢以身试法。

一方面要加快运用金融科技手段,利用声纹开展反诈预警,识别非法代理维权行为;深入完善金融黑灰产识别标准,以有效应对非法“代理维权”的不当投诉。另一方面要联合司法、监管等多方协同合力共治,通过建立行业“黑名单”制度,加快不同机构之间信息共享力度,从而提升对此类金融黑灰产的预警、防范和处理能力。