

论“剧本化”短视频的法律治理

——基于当前“剧本化”短视频乱象的实证调研与分析

伍小雨

四川师范大学法学院，四川 成都

收稿日期：2024年11月5日；录用日期：2024年11月22日；发布日期：2024年12月31日

摘要

互联网时代，“流量变现”是短时间内获得暴利的秘诀。许多创作者为了迅速攫取流量，就通过伪造场景、虚假摆拍等手段制作博人眼球的“剧本化”短视频。部分短视频导向不良、乱象频发，是亟待解决的焦点问题。故极有必要定向研究“剧本化”短视频乱象，采用“实证调研”、“文献研究”等多重研究方法，探究当前“剧本化”短视频乱象的成因和法律治理所面临的挑战。从而提出有效解决方案，以积极响应国家政策、回应社会需求，为促进短视频生产健康、良性发展提供理论借鉴。

关键词

“剧本化”短视频，短视频乱象，虚假摆拍，法律治理

On the Legal Governance of “Scripted” Short Videos

—Empirical Research and Analysis Based on the Current Chaos of “Scripted” Short Videos

Xiaoyu Wu

Law School of Sichuan Normal University, Chengdu Sichuan

Received: Nov. 5th, 2024; accepted: Nov. 22nd, 2024; published: Dec. 31st, 2024

Abstract

In the internet era, “monetizing traffic” is the secret to making huge profits in a short time. Many creators, in order to quickly seize traffic, produce “scripted” short videos that attract attention through fabricated scenes and fake setups. Some of these short videos are problematic and lead

文章引用：伍小雨. 论“剧本化”短视频的法律治理[J]. 法学, 2024, 12(12): 7337-7344.

DOI: 10.12677/ojls.2024.12121040

to chaos, which is a focal issue that needs to be addressed urgently. Therefore, it is extremely necessary to conduct targeted research on the chaos of “scripted” short videos, using multiple research methods such as “empirical research” and “literature research” to explore the causes of the current chaos of “scripted” short videos and the challenges faced in legal governance. Thus, effective solutions can be proposed to actively respond to national policies, meet social needs, and provide theoretical reference for promoting the healthy and positive development of short video production.

Keywords

“Scripted” Short Videos, Chaos in Short Videos, Fake Staging, Legal Governance

Copyright © 2024 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. 缘起：“剧本化”短视频的产生及动因

(一) 何为“剧本化”短视频

“剧本化”短视频，是指以真实、客观的情节故事为卖点或噱头，但其情节故事却是由创作者策划、编撰的叙事类短视频，因其以事先策划的剧本为指导拍摄，故而得名。

“剧本化”短视频具有以下特点：第一，策划性。“剧本化”短视频是精心策划的结果，主要体现在目标受众的精心选择，故事主题的精心挑选，故事情节的精心编撰，目的是以更能吸引受众眼球的方式生产内容，赚取流量；第二，误导性。不同于明确告知受众存在情节虚构的故事类短视频，虽然在内容上都存在一定的虚构性，但后者利用虚构手法是为了获得更好的表达效果，没有不良导向，不存在误导企图。而前者利用“新闻纪实”试图误导受众对视频真假性的判断，如创作者向大众宣称情节的真实性，或以技术手段使受众轻信情节的真实性，比如刻意降低视频画质、采用暗访视角等；第三，主题通常涉及有话题、有争议的话题，如两性关系、家庭矛盾、职场矛盾等，以迎合受众的焦虑情绪并从中获利；“通过专业拍摄和剧情表达，编造出有冲突感的故事吸引公众观看，从而利用人设剧本获取流量来牟利”^[1]。例如，中央网信办曾经列举三项典型行为¹。当然，伴随技术进步，现实中已经不止这三类摆拍行为；第四，采用煽情化的表达手段可以调动受众的情绪反应。

(二) “剧本化”短视频兴起的动因分析

“剧本化”短视频的兴起有复杂的社会、经济、文化因素的影响，是多动因共同推动的结果。

第一，“剧本化”短视频可以批量化生产故事类短视频，实现工业化生产，保持稳定产出和视频质量，并降低成本。近年来，短视频如雨后春笋般大量涌现，获取了巨大的流量和商业利益，吸引了大量逐利资本和个人投身短视频创作。然而现实是，如果前期没有注入引流资金或者采取其他手段，创作者往往需要制作大量短视频，慢慢积累短视频账号的人气和关注量，这一过程短则数月长则需要几年。如此，快速获利的主观意愿和循序渐进的客观规律产生了矛盾，短视频创作者自然更偏好通过写剧本、编故事的方式打造爆款和热点，以此缩短盈利时间。此外，真实且具有吸引力的故事从来都是稀缺资源，可遇而不可求，因此决定了短视频生产的不稳定。与此同时，发掘真实故事还需要投入大量的时间、资

¹中央网信办 2023 年 12 月发布的《关于开展“清朗·整治短视频信息内容导向不良问题”专项行动的通知》中，提到了“摆拍制作虚假短视频”，并概括了三类典型现象——“摆拍制作并发布涉民生谣言。编造帮扶社会弱势群体情节，消费公众同情心。在突发事件现场摆拍，杜撰虚假情景，散布恐慌情绪”。

金和人力资源,这对于浮躁、逐利的短视频生产者,特别是自媒体而言,是难以承受的。相反,“剧本化”短视频可以定制生产内容,甚至可以实时紧跟热点生产内容,还可以免去采访、审核环节的人力、资金成本,真可谓实现了短视频生产的标准化、工业化。

第二,“剧本化”短视频成为自媒体争夺受众注意力,尽快赢得市场份额的有效方法。喜欢听故事是人类的本能,因此,即便到了短视频时代,故事类短视频也占据了短视频市场的重要份额,涌现出了许多知名账户。如此之巨的市场份额自然吸引大量生产者涌入。然而,面对海量的竞争者和同质化竞品,如何打造自己的内容特色,争夺受众注意力成为短视频生产者不得不考虑的问题。显然,相较于发掘真实故事,自己编撰故事是打造自己内容特色更有效率和更经济的方式,不仅可以降低成本开支,还可以稳定输出符合自身定位、具有连贯性、质量可以保证的短视频。尤其是对于急需积攒用户的新账号而言,其优势更为明显。

第三,流量为王的价值导向驱使媒介平台更青睐于能吸引大量关注的“剧本化”短视频。“剧本化”短视频通过精准踩住受众的“痒点”、“痛点”或“爽点”,常常能获得大量流量和关注,而媒介平台在流量为王的价值导向下,总是更青睐于此类作品,给予更多的流量扶持和创作激励,从而形成错误的引导,吸引更多自媒体参与到“剧本化”短视频的制作当中。

第四,受众对于特定主题和故事类型的偏好吸引着大量自媒体通过编撰剧本迎合受众。比起那些平淡无味的短视频内容,普通大众更喜欢充满反差、冲突、有戏剧性的短视频内容。或是争议性极大,或是落差或是罕见的短视频才更容易成为“爆款”。然而,现实生活中很难发生这些或戏剧性或狗血的剧情,除了意外产生的“爆款”,很多短视频的制作都离不开精心策划的剧本。由此,“剧本化”短视频便应运而生。

2. 困境:“剧本化”短视频缘何乱象频发

近两年,“剧本化”短视频乱象愈演愈烈,例如“猫一杯事件”、四川凉山老人小孩“艰苦生活”等。要根治这一问题,必须准确把握该现象的成因,从源头入手,标本兼治。但“剧本化”短视频乱象成因纷繁复杂,需要进行深入的实践调查。基于此,本文结合实证调研结果,对“剧本化”短视频乱象这一热点问题展开深入探究,具体涉及以下问题:“剧本化”短视频乱象的成因究竟为何?当前“剧本化”短视频法律治理存在哪些难点?如何提升“剧本化”短视频法律治理的效能?为深入剖析“剧本化”短视频乱象的成因,笔者所在的项目组采取了文献研究、数据收集与分析、访谈等方法展开调研²。

(一) 作者驱动:创作者是“剧本化”短视频乱象频发的直接因素

“剧本化”短视频乱象频发是创作者观念缺失、价值错位、行为失范的直接后果。首先,调研结果显示,“剧本类”短视频创作者存在法律意识淡薄的问题。有不少短视频创作者表示,他们并不知晓创作此类“剧本化”短视频是违法行为甚至是犯罪行为。此类创作者往往将网络与现实生活割裂开来,认为在互联网上创作短视频不会造成实质伤害,因此他们不应该为此受到处罚。当然,也不排除其中有一部分创作者是以不懂法的理由试图逃脱法律的制裁和道德的谴责。

其次,创作者对流量和利益的不当追求是导致“剧本化”短视频乱象频发的重要因素。调查显示,大部分受访者认为平台中短视频创作者争夺流量确实会导致短视频作品质量参差不齐(详见图1)。为了吸引更多的观众和提高自身的知名度,一些创作者选择走上极端之路,制作或摆拍“剧本化”短视频,以期在短时间内获得大量的点击和分享,从而实现商业利益的最大化。

²详细调研过程:第一步,通过检索与研究相关文献,以调查的重点方向为引导,作出初步预设;第二步,根据初步预设设计、制作与发放调查问卷,获取原始数据,并结合社会实际,对不实数据进行筛选;第三步,对原始有效数据进行整合与分析,探讨“剧本化”短视频乱象的成因。

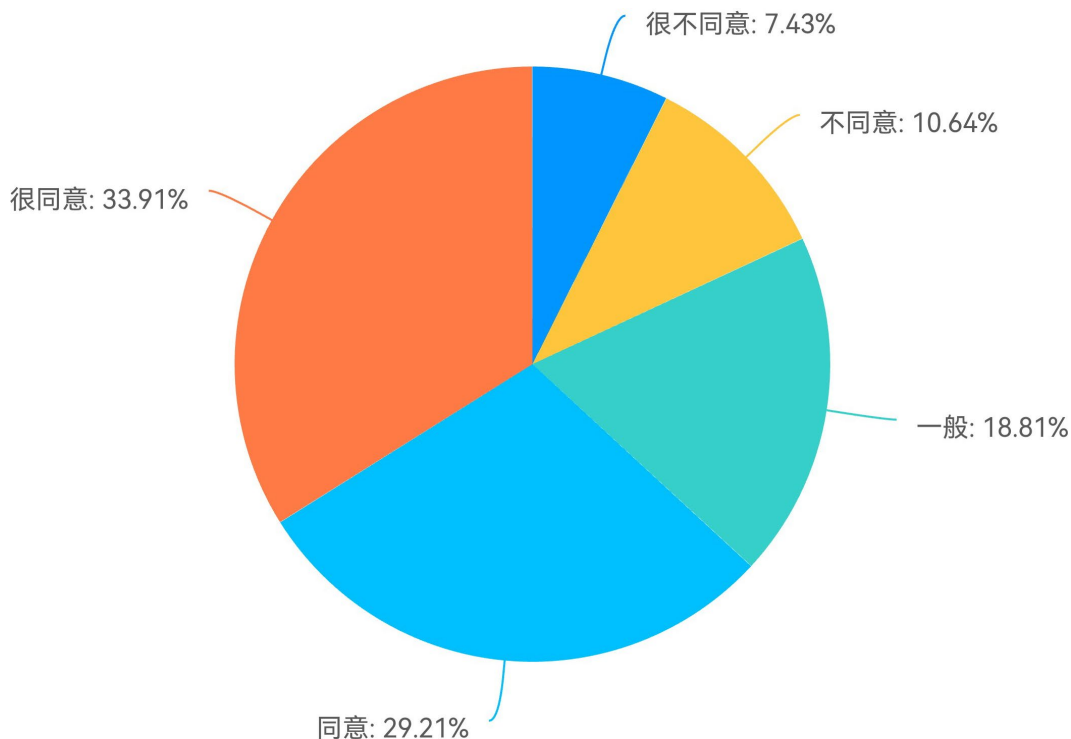


Figure 1. Percentage of creators who believe that competition for platform traffic affects the quality of their work
图 1. 认为创作者争夺平台流量影响作品质量的占比

(二) 监管缺位：“剧本化”短视频在市场上野蛮生长

目前来讲，短视频平台的监管仍未达到理想效果，存在“失明”、无力的问题。首先，各个短视频平台是监管的第一责任人，理应通过内容审核、内容推荐、用户提醒等手段对短视频生产进行严格把关。然而，实际上，各个平台往往遵循流量为王的价值导向，依据点击量、点赞量进行短视频推送，容易在流量逻辑下向受众推送低俗、猎奇等“剧本化”短视频。尽管主管部门已经出台了一系列管理规范 and 审核标准³，但短视频平台的执行力度和执行效果仍不尽人意。一方面，一些平台对短视频内容的审核把关不严，甚至为了争夺平台之间的流量，放纵一些低俗、恶俗的内容以吸引流量[2]。另一方面，短视频的审核存在比较大的难度。审核员在面临基数巨大的待审核短视频时，难以做到细致审查，从而难以准确辨别该短视频是否是“剧本化”短视频，而机器审核也尚未达到精准的分辨效果。

其次，主管部门对“剧本化”短视频的监管更多局限在制定标准和规范，具体实施更多依托平台展开。由于平台有自身的利益考量，执行效果存在明显局限性。此外，平台并非国家机关，仅仅具有有限的处罚手段，而由国家机关为主体进行的监督体系仍有待完善。

(三) 受众偏好：受众需求是“剧本化”短视频屡禁不止的根本原因

“剧本化”短视频之所以泛滥，除创作者自身因素和平台监管不力外，短视频受众的偏好和媒介素养不足也是重要原因。在信息过剩的互联网时代，最重要的资源是人们的注意力[3]。因此，受众市场的偏好就是短视频的创作方向。调查显示，55.45%的用户会因为好奇而点进反常识或从未涉及的短视频，受众喜爱那些幽默、猎奇、刺激，能够引起情感共鸣和情绪释放的短视频。“剧本化”短视频的制作正是为了迎合大众的喜好，吸引大量短视频用户观看。

(四) 媒介素养：难辨真假成为“剧本化”短视频泛滥的客观条件

³ 如中国网络视听节目服务协会制定的《网络短视频内容审核标准细则(2021)》和《网络短视频平台管理规范》。

作为受众的公众，其媒介素养更突出的表现为信息消费素养，即在海量信息中筛选有效信息、辨识、分析和批评信息的能力[4]。公众的媒介素养普遍不足，很多人难以辨识短视频的真伪，虚假或夸大的“剧本化”短视频更容易被吸引和传播。调查中，大多数受访者认为用户媒介素养的不足促进了“剧本化”短视频流量的增长(详见图 2)。用户通过简单的操作将视频分享到各种社交媒体上，从而实现快速传播。这种分享行为不仅增加了短视频的曝光率，也进一步激发了其他用户的观看兴趣。其他用户进行再分享，如此循环转发，“剧本化”短视频的影响范围越来越大。

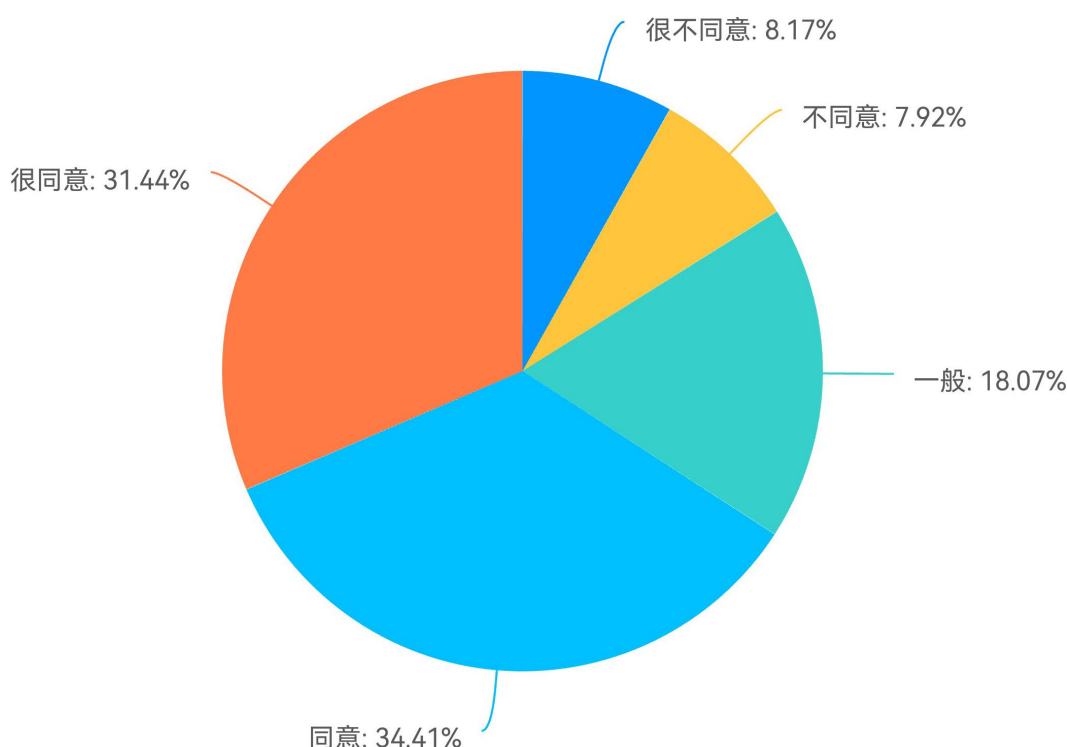


Figure 2. Percentage of users who agree that media literacy affects traffic flow
图 2. 同意用户媒介素养影响流量的占比

3. 难点：“剧本化”短视频法律治理的难点

项目组收集了自 2023 年 2 月至今互联网上影响较大的、典型的“剧本化”短视频案例达十余个⁴。通过对“猫一杯”事件等真实案例进行系统分析，结合我国现行有关短视频治理的规范文件，剖析出此类“剧本化”短视频的法律治理难点。

(一) 立法难：“剧本化”短视频法律治理中的立法难题

法律治理的前提是有法可依。笔者通过收集和整理相关法律法规、政策条例，发现目前我国关于“剧本化”短视频的法规法规依旧存在若干问题：

第一，相关法律法规不完备。笔者发现有关“剧本化”短视频的法律规范存在较大空白，且现有的相关制度比较分散。我国目前并没有专门规制“剧本化”短视频的部门法，也没有一部相关的部门规章，甚至对于范围更广的网络短视频也没有专门的部门规章。

第二，现有规定中处罚的着力点不精准，处罚力度不够。目前，对此类短视频的处罚主要有平台封禁相关账号并下架视频、依法行政拘留等。也有一些因传播虚假不实信息情节严重，而被判处刑罚的。

⁴主要搜集案例中短视频的内容、传播情况、制作者后续行动、后续的处罚以及社会影响等。

其中,很少有人会受到罚款的处罚,并且罚款的数额较低,远远少于短视频创作者可能获得的利润。例如,2024年6月,有短视频博主发布作品声称自己在初中校门口接“女朋友”放学,涉及未成年人话题,引发社会热议。警方和网信部门经调查却发现,视频标注日期为周日,且不是在放学时间拍摄,应为博主为博取流量摆拍造假,从而借机变现获利。最终,该博主被处以行政拘留5日,涉事短视频账号也被封停。有不少网友便提出疑问:“这类事情屡禁不止,是不是因为这样获得的流量收益除去拘留10日的损失得益更多?”。实践中,可以说,针对此类事件的处罚大都未能击中要害。之所以会有人前仆后继地摆拍引流,就是因为其背后存在潜在的巨大利润[5]。

(二) 执法难:“剧本化”短视频法律治理中的执法难题

司法实践中,涉及到短视频管理的有法院、公安部、国家网信办、国家广播电视总局、中国网络视听节目服务协会等国家机关及行业监管部门。这些监管主体之间存在管理范围划分不清的问题,彼此之间界限模糊,导致分段执法、互相推诿等情形时有发生[6]。此外,短视频监管需要跨部门、跨地区的协同合作,但目前各部门之间的信息共享和协作配合仍存在困难,导致监管合力不足,极易出现无法可依的问题。

4. 对策:“剧本化”短视频法律治理的举措

治理“剧本化”短视频需要多方合力,法律治理是其中不可或缺的一部分。基于对当前“剧本化”短视频乱象的成因及法律治理难点的分析研究,笔者针对如何以法律手段治理“剧本化”短视频形成了初步设想,并借助问卷调查加以初步验证,以修正和完善解决方案。

(一) 有法可依:完善法律体系,规范行业运行

以法律手段治理“剧本化”短视频乱象,需要加强相关立法工作,以做到有法可依,重点做好以下几个方面的工作:

第一,明确“剧本化”短视频的界限。在法治国家,如果想要对某一泛滥的社会现象或问题进行法律治理,就要首先明确法律管制的范围。只有明确了“剧本化”短视频的界限,相关部门在处理案件时才能够精准判断,集中火力、节约司法成本。同时,也能够避免司法实践中同案不同处理结果的发生,促进“剧本化”短视频法律治理的统一。如何解决稳定的法律与变化迅速的“剧本化”短视频之间的矛盾?对于这一难点,笔者认为,可以借鉴其他部门法的做法,采取概念加举例的立法模式,在进行定义时把“剧本化”短视频进行抽象化处理,再辅之以一些典型的违法情形和兜底条款。如此,行政机关和职能部门、短视频平台和行业自治协会在整治“剧本化”短视频乱象时,就可以精准地判断出是否属于法律规制的范围。

第二,有鉴于相关法律规定分散各处的现状,有必要专门制定有关于短视频治理乃至细化到“剧本化”短视频治理的法律。就算没有必要专门制定一部治理“剧本化”短视频的法律,出台相关的部门规章也是刻不容缓的。

第三,适当加强处罚力度,保证威慑力度。收益令人艳羡,处罚不痛不痒只能助长“剧本化”短视频乱象频发。因此,适当加强处罚力度便是必须的。因此,对此类短视频制作者以及其背后团队或策划者,我们需要进行必要的财产性处罚,使其违法成本高于可能获得的利润,那么基于趋利避害的本性,短视频创作者就会谨慎地回避风险,打消创作“剧本化”短视频的念头,从而从源头上减少“剧本化”短视频的产出。

第四,明确平台的监管责任,将平台监管纳入法律治理体系。虽然短视频平台并非法律监管的一环,但是可以通过立法赋予和保障平台审核的权利和义务。实践中,法律监管部门多为事后监督,无法在传播初期就予以规制,降低对社会公共秩序的影响。但是短视频平台恰恰可以弥补这一缺漏,在事前、事

中、事后全过程都可以进行监督管理。此外，考虑到短视频平台存在滥用“避风港原则”规避责任等问题，需要深化平台注意义务正当性的法理研判，通过建构事前防范与纠错救济结合的平台责任体系等优化路径，规范短视频平台责任认定。

第五，处罚标准的确定需要精准量化“剧本化”短视频的利润。量化短视频的利润极有必要通过立法确立统一的认定标准，从多个方面考虑：广告收入、电商变现和直播打赏等等。广告收入的量化可以通过计算每千次展示(CPM)或每次点击(CPC)的成本来实现；电商变现的量化可以通过销售额减去成本后的净利润来计算；直播打赏的量化可以通过统计观众打赏的总额，并考虑打赏的平均金额和频率进行评估。当然，实践中有可能并不存在以上几种收入，那么可以通过用户行为数据——如观看时长、互动率、转化率等进行评估潜在的商业价值。

第六，充分发挥法律的激励作用，鼓励和支持创作者制作高质量短视频。法律激励是指通过法律手段来激发和引导个体或组织行为的一种机制。它涉及到法律规范的设置，旨在通过奖励或惩罚来影响人们的行为和决策。国家可通过立法手段，鼓励和支持短视频创作者制作高质量、有益于社会的内容，推动行业健康发展。例如，可以通过立法手段促使短视频平台改变根据点击量的算法推荐方式，使用更有益于社会利益的推荐算法，将优质内容精确地推送给大众，以此来压缩“剧本化”短视频的生存空间，让试图通过“剧本化”短视频牟利的人无利可图、望而生畏^[7]。

(二) 执法有力：梳理执法流程，严格法律执行

执法是法律治理的重要环节。解决“剧本化”短视频治理中的执法难题，必须要做好以下环节：

第一，优化法律监管部门的布局。现实中涉及到短视频管理的部门甚广，但是相互之间权责并不分明，可以建立监管部门合作机制或者成立一个统管短视频的部门。如果建立监管部门合作机制，需要极高的立法技术，并且实践中仍有可能存在重复监管、互相推诿的情形。因此，最直接有效的方式是成立统管短视频治理的部门或工作室。如今短视频行业已经成为“庞然大物”，成立专门的治理部门并非牛刀小试。长远来看，“一站式”监管治理是值得期待和落实的。

第二，执法和普法相互配合，防患于未然。疏堵结合才是治理“剧本化”短视频乱象的良策。调查结果显示，大部分短视频创作者并不了解短视频的具体规定，只是认为“剧本化”短视频有害社会道德风尚，并不认为其有违反法律的风险。因此，倘若加以法治教育，使其了解相关法律法规，便可充分发挥法律的威慑力，从源头减少“剧本化”短视频的产出。此外，对短视频平台和用户也应当加强法治宣传，培养法律治理体系的多元参与主体，共同补全治理体系和环节的每一个漏洞。

在进行法治宣传时，需要根据短视频创作者、平台和用户所起的作用和主体地位而有所侧重。对于短视频创作者，主管部门可以联合短视频平台一起加强法治宣传。例如，主管部门聘请专门的法律专家来录制与短视频有关的法律常识、违法情形和相应处罚等讲解视频，然后由短视频平台推广专家讲解视频。至于短视频平台，主管部门可以采取定期约谈相关负责人的方式，并派驻人员对平台审核工作进行指导。此外，主管部门还应加强对短视频用户的法治教育，加强对短视频相关政策法规的宣传力度，提高用户的媒介素养和法治意识。具体可以通过公益广告等方式呼吁用户保持警惕，对海量推送的信息进行甄别，避免被不良内容操控。

第三，压实平台的主体责任。治理“剧本化”短视频，离不开对短视频平台的治理。一方面，有关部门要督促短视频平台严格履行法律规定的相关义务，认真审核把关，通过激励和惩戒等手段树立积极、健康的创作导向，另一方面，对于明显存在监管失职的平台，有关部门应该严格追究其法律责任。

5. 结语

长远来看，治理“剧本化”短视频乱象不能离开法治轨道。目前而言，短视频治理的重点在于完善

相关立法以及健全法律监管机制，仍然需要着力破解立法难和执法难的问题，以完善的法律法规体系确保有法可依，以健全有力的法律监管体系保障法律执行。以法治手段治理“剧本化”短视频乱象，仍然任重道远。

基金项目

四川师范大学 2024 年度“大学生创新创业训练计划”校级项目——“对‘剧本化’短视频的法律治理研究——基于当前“剧本化”短视频乱象的实证调研”(项目编号: X202410636227)。

参考文献

- [1] 李彦臻. 治一治短视频虚假摆拍乱象[N]. 经济日报, 2024-06-21(005).
- [2] 方志华. 短视频常见乱象成因浅析及整治措施探讨[J]. 科技传播, 2022, 14(14): 142-144.
- [3] 成竹. 多维度治理与规制短视频失范现象[J]. 中国广播电视学刊, 2018(12): 27-29+43.
- [4] 彭兰. 《网络传播概论(第四版)》[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2017: 7.
- [5] 李晓瑜. 论网络短视频平台的法治化运营[J]. 现代商贸工业, 2020, 41(35): 131-132.
- [6] 奉资. 网络短视频法律治理研究[D]: [硕士学位论文]. 重庆: 重庆工商大学, 2021.
- [7] 宣勇捷. 浅析新媒体环境下短视频传播的乱象及治理对策[J]. 国际公关, 2019(7): 26.