

短视频数量暴增质量堪忧 谁在给劣质短视频加持流量?

【互联网上,充斥着一些低质、病态的短视频,点赞评论流量还挺多。记者调查发现,这类或夸张恶搞,或打擦边球的短视频,从找素材到拍摄再到流量推广,都有一条产业链。

乱象 低俗短视频流量大

“吹牛大赛开始!”话音刚落,视频中几位打扮简朴、表情略拘谨的人开始一人一句,唱了起来。“我有好几家银行”“我能吃一斤砒霜”“我能救活武大郎”……伴随每个人的夸张演唱,画面背景音不时发出尖锐的哈哈大笑。这条标题文案为“你这么能吹吗”的搞笑短视频,已获得8万多次点赞,5万多次转发。

有的短视频,还会拿孩子当“道具”增色。一则点赞超过10万次的短视频中,母亲问小女孩,我要跟你爸离婚,你跟谁?没想到小女孩回答说,“男人就像袜子,拎起来都一个味儿……你该干什么干什么去吧。”在视频留言中,不少网友表示“这小孩太有才了”,

刷量 100多元能买1万个赞

为什么擦边色情、恶搞低俗、制造焦虑的短视频,流量不少?多位商家透露,可以靠刷数据流量来赌一把平台推荐。

一名提供刷量服务的商家在收到链接后,表示可以对几个短视频平台的作品刷量,“1万个赞,150元至250元不等;评论10条3.5元。需求量大,还可以送转发量。”商家说,在他这里所有的刷流量数据,都是真人操作,1万个点赞,需要48小时之内完成。

“我们是真人操作,用机器刷量的便宜,但是对账号意义不大。”见记者有些犹豫,其表示这个价格是一手资源的价格,他下面的二级代理,同样的需求,价格会更高。当询问刷几万点赞能否冲一冲“10万+”的热门时,他直言没问题,但是全靠刷量,成本太高了。

量产 全网都在“搬运视频”

短视频是如何快速生产的呢?调查发现,一些短视频背后,有产业链前端涌动的“造人设”生意,也有后端快速搬运的“量产”技术。这放大了短视频的同质化、劣质化。

“塑造独特人设定位、展示差异化风格,根据反馈不断优化。”一名短视频推广公司的工作人员表示,其背后有专业运营团队,能根据某个人的情况量身策划,提前定脚本、定镜头。12800元的套餐中,就包含打造人设以及10万粉丝、150条视频策划剪辑、1000万次曝光量等。

调查发现,如此多的劣质短视频背后,还与一个因素相关——为了博流量,一些热门短视频可随意用技术“搬运”或低成本“量产”。

一名自媒体刘老师介绍,只要交费399元,就可以学习其所有技术,赚多个平台的流量费用。其中包括短视

也有网友说,“这是模仿,根本不是小姑娘的想法,她这么小。”

除了夸张恶搞,还有短视频内容打色情擦边球,色情低俗的短视频标题不堪入目。这些内容大多是围绕男女两性关系或生理特点展开,单个短视频多则点赞数千上万次,少则几十上百次。该账号目前为止发布了387条内容,但获赞已近176万,粉丝达96万人。记者注意到,内容风格相似的账号,在该平台不止一个。

与夸张恶搞和擦边色情不同,有的短视频账号更是用“道理”或“理性”来制造焦虑,撩拨社会情绪。这类短视频,流量同样不少。

另一个平台中,打着“人性”旗号

另外一个给短视频提供刷流量服务的工作人员则称,目前工作室主要面向市面主流的几家平台,“播放、点赞、分享转发、粉丝,都是有的。”不仅有单点某个项目刷量的价格,还有更实惠的套餐价格。以推广引流一项的套餐价为例,仅需500元,就可以在某短视频平台获得1万个点赞、100万播放量、600次分享以及90个真人评论等等。

其实,在直接刷点赞、评论、转发等流量之外,有平台也推出了对作品投放加流或加热的项目。然而这样的项目,同样被一些商家瞄上,而衍生出所谓的“代投”生意。在电商网站上,就有多家商家提供着“代投”业务。其中一家宣称,“上热门,没效果全额退款”“本店承诺包多少赞和浏览,粉丝或上热门一切以官方数据为准”。而

频平台,甚至可过审首发。“简单说,去别的平台搬别人的热门视频。通过技术二次剪辑处理,达到原创的效果。”他介绍说,此做法不用拍视频,也不用写文案,三到五分钟就可做一个视频,“全网都在搬运”。

以前述打色情擦边球的短视频博主为例。其第一条视频发表于今年2月,不到半年就靠擦边视频吸引了96万粉丝。在累计近400条短视频中,相当一部分视频的关键词在“炒剩饭”,且更新频率极快,最近一天就发表了25个短视频,不同视频的发表间隔时间最短只有1分钟。另一个同类型短视频博主,使用的内容关键词与其也有不少重合,粉丝则已过百万。

“搬运”或“量产”的目的,正是因为有流量可图。中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍介绍,不少劣质短视频有流量,是因为有争议。而之

的博主,所发布的多个短视频,就制造着焦虑和争议。在一则点赞超7万次的短视频中,该博主说“你没钱,证明你自己无能”“无能你就应该被淘汰,你生什么孩子”;另一则视频中,该博主打出的标题是“怎样与父母和解,谁有钱听谁的”;而在一个获得近2万次转发的短视频中,他又直斥“世界上所有的套路,都是针对善良的穷人制定的”。

“当下受众接受的以短视频为代表的信息服务,数量是暴增了,但质量是下降的。”中国传媒大学新闻学院副院长、教授曹培鑫说,相比于色情擦边短视频,一些价值观扭曲的短视频危害更大。

当真正接洽时,商家表示,10元钱就可以保底15000次播放量和150个点赞,“只包保底效果,其他一律不管。”

花钱买流量,有助于视频冲上热门,获得更多推荐流量吗?采访中,不同商家说法并不一致。有的表示要循序渐进。也有商家介绍,自己的业务中,经常有刷量后获得平台推荐的情形,“我们的投放,就是要带动自然流量。靠数量把作品推进流量池,获得主动推荐。”

对于刷流量产业,已有专家警示,短视频行业背后有一个巨大的产业链,产业链分工也越来越细化。“你想红,就有人负责在前端捧;已经红了想要保持高流量,也会有中间环节的运作。”他说,不仅短视频的生产者,平台也在这个过程中追求盈利,这是短视频背后产业链的运作逻辑。

所以有很多同质化同类型的视频出现,甚至连文案都是抄袭的,“是因为某类型的视频一旦获取流量后,一些人或者经纪机构的关联账号就会效仿。发现它是符合算法推荐的,更多同质化、低质化的短视频就出来了。”

目前短视频平台的内部风险控制,仍是“底线风控”。比如,主播衣着是不是过于暴露、内容是否有脏话等。“技术上,他们完全可以做到,但主观上可能并不太想严格落实;同时,平台也希望爆款短视频带来充沛流量。”因此,对于劣质短视频的横行,光靠平台自律并不够。他呼吁,国家公共政策介入到管理中来,给予传统媒体更多帮扶,督促短视频平台启用更细致的管理规范。另一方面,短视频平台怎样在算法与推流上细致甄别,未来也要做更细致的内控。

据《北京晚报》

农民手机应用技能培训周活动启动

新华社北京7月25日电(于文静、陈书逸)2023年全国农民手机应用技能培训周活动近日在北京启动,将在全国范围举办22场线上线下专场活动,推动提升农民数字技能,助力数字乡村建设。

中央农业广播电视学校党委书记刘明国表示,农民手机应用技能培训将聚焦智慧农业、农产品电商、乡村产业发展、乡村信息服务等内容,发挥多方协同优势,锚定农民生产生活需求,促进手机应用与农民生产生活深度融合,助力农民增收致富。

据了解,启动活动上发布了2023年全国农民手机应用技能培训方案及农村青年主播等系列专题活动,有关省份通过视频连线方式分享经验并同步启动培训活动。本次培训周从7月24日持续至30日,各地也将围绕培训主题,组织开展系列培训活动。

据悉,近年来,各级农业农村部门顺应移动互联网发展趋势、创新工作方式方法,把农民手机培训与农业生产、农民生活需求紧密结合。全国农民手机应用技能培训活动近3年培训人次均保持在4000万以上。培训活动启动以来,7年累计培训受众超过1.95亿人次,有力促进了农民数字素养与技能的提升。

首艘国产大型邮轮完成首次试航

新华社上海7月25日电(记者 贾远琨、王辰阳)记者从中国船舶集团有限公司旗下上海外高桥造船有限公司获悉,7月24日,由该公司建造的首艘国产大型邮轮提前1天完成首次试航。

大型邮轮设计建造要求高、面临的风险与挑战也多。因此,海上验证是一个必不可少的环节。本次试航的完成,标志着国产大型邮轮实现了从蓝图到蓝海、从上海到海上的跨越,也标志着我国船舶工业即将填补大型邮轮设计建造领域的空白。

此次试航历时8天。期间,首艘国产大型邮轮不仅完成了航行系统、推进系统、电站管理系统等涉及船舶性能的关键系统与设备的试验,同时对振动噪声、安全返港这两项贯穿邮轮设计建造全生命周期的关键技术进行了区域性的测试验证。试验项目均满足设计规范要求,获得船东、船检认可。

本次试航有1217人参与,包括船东、船检、合作单位和外高桥造船相关部门的工作人员。海上的航行驾驶、技术支持、检验、调试等8个航行试验小组,后勤和酒店2个生活保障小组与岸上的应急、技术保障2个小组协同合作,有力保障了试航工作。

靠泊码头后,首艘国产大型邮轮将进入交船前设备系统调试和内装工程最后的冲刺阶段,计划年底前命名交付。