

视频摆拍从“一条龙”转向“拼装”—— 摆拍灰色产业链改头换面

百万粉丝网红“抱抱盲兔”盲道被撞,被证实为摆拍视频,涉事人员已被依法采取刑事强制措施。记者近日调查发现,从事短视频制作运营的商家和个人,承接摆拍类视频的业务明显变得谨慎。多年前存在的脚本、拍摄、剪辑、推广等“一条龙”“一站式”服务,如今难觅。有的商家表示只承接脚本和推流,有的则只接待剪辑和运营,摆拍视频的相关业务由“一条龙”转向“拼装”。

变化

纯摆拍难觅 “演绎”类增多

“我们外卖员都挺正义的,我看看姐姐。”“哥们儿,帮我照顾一下她行吗?我下楼买点东西。”抖音平台上,一则短视频获得了1537个赞、11条评论、187个收藏。这则短视频内容主要是外卖员送货上门,却被“挽留”照顾醉酒者。短视频还添加了“骑手小哥”“外卖”“日常”等标签。视频下方作者声明:虚构演绎,仅供娱乐。

在快手平台,一则标题为“随拍”的短视频,描述的是一位光着脚“蹭”车的女子被视频拍摄者制止。“穿的衣服吊牌都不拆,指定穿着拍完视频就退了。”“吊牌不拆,拍完段子再退?”在评论区,有网友质疑。

在微信视频号,一段患者按照AI建议去买药的演绎类短视频,获得1200多个点赞。视频作者未做标签标注,声明了内容原创。评论区有网友“眼尖”,留言称:“开药店还是要有职业操守,虽然这是在拍段子。”

今年1月以来,中央网信办指导网站平台深入清理虚假摆拍等违规短视频52万余个,严惩违规账号6.8万余个,发布治理公告54期,并集中曝光典型案例。在治理摆拍视频越来越严、要求短视频内容标注的当下,短视频平台上“一眼假”的摆拍视频已经难觅,转而出现了不少标注“虚构演绎”“剧情娱乐”等字样的内容。

此前暗涌的摆拍视频脚本、拍摄、剪辑、推流等“一条龙”服务,也减少了。连日来,记者咨询了多个提供“短视频代运营”“短视频拍摄”“IP打造”等业务的公司或个人。当听闻需要摆拍“夫妻日常”“骑手送餐”等内容来“起号”时,相关方面要么回复以承接企业电商短视频业务居多、无法匹配需求,要么回应无法提供脚本等服务。

“你没看到新闻吗?盲人摆拍都被抓了。”北京一家公司,主要为企业短视频账号运营服务。工作人员说,短视频并不是不能摆拍、演绎,但是要注意“红线”,不能“以假乱真”,也“不要去刻意摆拍矛盾对立以及容易引发很大舆论风波的视频,单纯的小打小闹没事”。

中国政法大学副教授朱巍说,需重点整治的摆拍视频,是带有剧本演绎、以流量和营销为核心目的,易误导公众认知、扰乱网络舆论、损害公共利益的视频。当前行业使用“剧情演绎”等标签,是因为其可覆盖剧本连线、虚假街采等超越单纯摆拍的造假场景,适配更广的违规情形。



(宋溪/图)

调查

脚本要“爆点” 服务“分段包”

尽管“一条龙”的摆拍视频生意已很难找到,但调查发现,当提出制作摆拍、演绎类短视频的需求时,行业中仍有人宣称可以合作。

摆拍、剧情演绎类视频制作的重要一步,是脚本内容创作。在电商平台、短视频平台等输入“短视频脚本”等关键词,有不少账号在售卖脚本文案,价格从几元到数百元不等。

然而,这在“专业人士”看来并不靠谱。“那些脚本段子,很多都已被人拍过了,而且有些是由AI写的。”从事短视频运营生意的老杨介绍,无论要做什么类型的账号,脚本都十分关键。“如果3秒钟之内,无法把人留住,可以说这个视频就废了。”在他看来,“3秒爆点”几乎是各大平台流量推荐的一个基本逻辑。脚本不能平铺直叙,而要有冲突、反差。老杨说,如果以“骑手送餐”来摆拍、演绎短视频,除了拍摄者自身的记录和观察之外,也可以有脚本设定,但脚本内容不会太细致,只会写出大致的方向,以及一些拍摄机位要求。

调查发现,在具体拍摄、剪辑、推广等环节上,一些与短视频业务相关的公司和个人,出于业务范围、地域、安全等因素考量,往往只会选择承接其中某一环节的业务。

以拍摄为例,有短视频运营服务的公司在其账号上,明确表示不能提供上门拍摄服务,有的则回应请人拍摄、剪辑的成本较高,建议当事人买个运动相机或者手机,按照写的脚本,以自己的第一视角拍摄。

一家新媒体运营公司的工作人员小李则谨慎很多。听闻记者准备以“外卖骑手”身份拍摄视频“起号”后,他表示只能承接“后端”的剪辑和发布运营业务。

“脚本、拍摄你都找他们,那是需要你每天出去拍、去碰的。”剪辑一条2分钟内的短视频,需给小李188元,这与后续运营推广该视频的费用相当。小李同时建议,如果实在没有剧本,可以去看其他外卖骑手的账号,“很多都是互相抄的。你去看看他们的内容,模仿他们的风格,自己再改动一下,拍摄完毕给我剪辑就可以了”。

运作

养号有讲究 投流有门道

有了脚本、拍摄完毕后,如何让发布的短视频有流量,也是一门学问。相比于前些年动辄请“水军”或用软件刷数据、刷流量,如今,行业公司和个人更偏向于直接在平台购买投放流量。但如何具体投流,也是有技巧的。

“我们收取10%的运营费,包月的话2000元。”上海一家短视频公司的工作人员介绍,前述费用只是与他们合作的成本,某个视频需要投放多少流量的钱,则需单独计算。既然如此,用户何不自己购买流量投放呢?该工作人员说,他们的投流不是随意投放,而是会根据后台数据的变化,在投放过程中修正优化,找出某个短视频账号真正的兴趣人群,“你自己一旦投得不对,播放量、涨粉量都不会很高”。

“现在管得严,基本上没人用‘水军’或者软件刷数据了,平台一旦发现,说不定还要封号。”老杨拆解了摆拍、演绎类短视频账号的运作手段和过程。想要一个账号快速“起号”,最好办理一张新电话卡,用新卡去开设账号。开设账号后,前三个月不能闲着。业内通常将这个阶段叫作账号“冷启动”期,用户要经常性登录账号,观看同类型账号内容,或者在同类型账号下留言互动。“要尽可能垂直、活跃,让平台知道你是什么类型的号。”

一旦视频按脚本拍摄完毕,他会在短视频发布和投流前,先把短视频提交到平台过一遍审核,“基本只要在抖音过审了,其他平台就没问题”。对于手法,他采用“分段投流”,“打个比方,拿100元投流。不能一下子全部投进去,而要分批在不同时间投”,投了以后观察流量的变化幅度,再决定是否继续追加投流、追加多少,并依流量情况调整投流时使用的标签。老杨说,和此前不同,现在签合作协议,不会约定保底粉丝量多少,而是保视频的曝光量,“按照我说的,一年之中,会有几个几十万次曝光量的短视频”。

记者注意到,无论是抖音、快手还是微信视频号等平台,对于虚假摆拍类短视频,长期以来都是严格治理,处置措施包括但不限于视频限流、删除、取消认证、封禁账号等。但朱巍认为,把虚假摆拍伪装成真实事件的视频之所以屡禁不止,原因之一就是各大平台在治理上有其难处与局限。难处之一是,日均短视频体量庞大,人工审核及AI手段都难以精准甄别隐性剧本摆拍的内容。对此,他建议,一方面要提升治理摆拍视频的相关法律的位阶,完善网络传播与内容安全专项法规,细化摆拍违规的具体类别。另一方面,平台应加大内容审核强度,畅通标记渠道,细化标记类型,遏制套路化、同质化虚假内容传播。此外,还应强化违规追责,破除被流量驱动的摆拍灰色产业链。

(北晚 李松林)