



# 短视频里说“大人话”的孩子成赚钱工具 “亲子搞笑”视频 实是“坑娃吸金”

北京晚报

“我的人生规划是，让我爸把我养到20岁，让老公把我养到60岁，让我儿子把我养到80岁，我啥也不用干！”短视频平台上，一个看起来也就是几岁的小女孩，大谈自己的人生目标，这些话绝不是她这个年龄段能说得出口的。而这番话语并非原创，网上早就有了类似的段子。现在一些拍短视频的人，不断编出一些剧本让孩子来当主角。有些剧本内容三观不正，把孩子带歪。



建隆/漫画

短视频数量暴增质量堪忧

## 谁在给劣质短视频加持流量?

北京晚报

“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,画面背景音乐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。

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。

### 张口闭口“段子” 只为节目效果

短视频平台上另外一条视频中,爸爸想让小女孩帮忙倒杯水,遭到小女孩拒绝后,爸爸嘟囔了一句:“养你有啥用啊?”可没想到,这句话遭到了小女孩的连珠炮还击:“你能把我从医院抱出来,我也能把你从火葬场带回来。你给我买大房子,我给你买小盒子……”评论区里,有网友表达了不满,“这样的话教给孩子说,别把孩子带歪了”……

类似的摆拍,在网络平台上并不少见。又一则视频中,爸爸表面上正在给女儿照相,但本该聚焦到女儿

身上的镜头却慢慢往旁边的一个妙龄女子身上转移。从整个视频的拍摄手法来看,这显然是一个策划好的段子,内容则有些低俗。孩子在其中,只是充当一名演员而已。

很多摆拍的“亲子搞笑”视频,虽然表演痕迹很重,传递的也并非正能量,但因为孩子说的话听起来很逗,在涨粉引流上很有成效。大谈人生规划的小女孩,一年下来拍了100多条视频,所属账号也积累了10万多粉丝。

还有的账号,已经到了

流量变现的阶段。一个同样以父女段子为主题的短视频账号,粉丝已经达到了1000多万。有的视频刚点开看,还像是父女之间在闲聊,可聊着聊着就引入了广告。或是按摩椅,或是护眼仪,或是购物平台的优惠活动,隔一两个视频就会有一个广告视频,内容完全是为广告而量身定制。

这些能吸粉的孩子,最大的特点就是能说会道。有的孩子即使不那么会说,视频博主也能用后期处理的办法,营造出孩子在镜头前滔滔不绝的假象。

### 刷量

### 一百多能买一万个赞

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,“10000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,一万个点赞,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。

另外一个给短视频提供刷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10000个点赞、100万播放量、600次分享以及90个真人评论等等。

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。

### 视频背后有套路 剧本抓人眼球

这些利用儿童摆拍的视频的更新频率惊人,很多都是日更,内容还不带重样,都是怎么做出来的?记者搜索发现,网上专门有一批短视频剧本写手,以网店的形式接单,客户需要什么剧本,他们就写什么。

网店中,无论是短视频剧本,还是舞台剧、微电影、脱口秀的剧本或文案,店家都能代写。

记者询问客服,自己想开一个短视频账号,内容是家长和孩子在一起时的搞

笑段子,能不能帮忙写剧本?对方则回问了孩子的年龄,性别,大人谁参与出镜,随后开出了1条1分钟剧本100元的价格,如果觉得剧本效果好,长期合作还能优惠。

记者又咨询了另外几家网店,发现1分钟长度的剧本的售价都在100元左右1条。

除了单独的网店,记者还在网上找到了专门买卖短视频剧本的平台,上面售卖的剧本也有很多是家庭

亲子主题,售价从几十元到几百元不等。记者看到,这里有不少剧本都是用“小孩讲大道理”“小孩调解大人矛盾”作为视频的卖点,和之前那些摆拍剧本的套路如出一辙。其中一个剧本,编剧先炮制了一场婆婆和儿媳之间的矛盾,在双方争执不下之时,孙女闪亮登场,狠狠回击奶奶,达到让观众解气的效果,编剧还特意在剧本特色一栏写道:“情节跌宕,母女俩的反应符合观众期许。”

### 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。

一名从事自媒体的“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”。

以某个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管理控制,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。

### 视频平台缺监管 导致恶意改编

这些通过剧本演出来的摆拍视频,到底有没有规定加以约束?

在记者看到的儿童摆拍视频中,有些虽然披着搞笑的外衣,但内容上却是编造家庭矛盾吸引眼球。比如一则点赞超过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,“男人就像个袜子,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”,也有网友说,“这是模仿,根本不是小姑娘的想法,她这么小。”

一家短视频平台的社区公约中,明确写道,“不能让未成年人从事与其心智不符的,有碍未成年人身心健康的表演或行为”。然而视频里那些孩子,能说出大量远超该年龄认知的话语,甚至有三观不正的嫌疑,显然已经违背了这条公约,但

平台并未对其进行监管。

缺乏监管的后果,就是有些流量大的摆拍视频,还会被其他自媒体账号掐头去尾截取,再加上虚假的日期和地点,视频摇身一变成了“新闻视频”,仿佛这个不是演出来的段子,而是发生在生活当中的真事。处理过的视频被转发于其他视频平台之上,因为孩子的言语过于出格,还遭到了网友的言语攻击,造成的影响十分恶劣。