

## 时评

## 微短剧：主流化精品化是发展方向

□周慧虹

“当初熬夜看小说，现在熬夜看短剧。”这是一些网民如今常说的话。微短剧以其短小、精练、节奏明快、易于消费的特点，去年以来迎来爆发式增长，引起社会广泛关注。

据第十一届中国网络视听大会发布的《中国网络视听发展研究报告(2024)》显示，2023年，在国家广电总局“重点网络影视剧信息备案系统”中，通过登记并进行上线备案的微短剧就有557部、12630集，较2022年增长一倍以上。另据艾媒咨询发布的《2023—2024年中国微短剧市场研究报告》显示，2023年我国微短剧市场规模为373.9亿元，同比增长267.65%。预计到2027年，我国微短剧市场规模将超1000亿元。

微短剧作为当下的流量密码，一方面为人们茶余饭后的娱乐消遣提供了丰富的资源，另一方面，诸多“微短剧+”的创意产品借此收获了较好的社会反响。比如，深圳卫健委借助于“微短剧+科普”模式，发布的微短剧视频通过诙谐有趣的演绎方式，科普白血病不能献血、恶性黑色素瘤要早治疗等多个医学知识。目前，该短剧在微播平台播放量已超百万。再如，“微短剧+文旅”的作品近年来也屡登话题热搜榜，像《逃出大英博物馆》就刷新了人们对微短剧的认知。该短剧用拟人化的

目前来看，微短剧市场尽管不乏口碑不错、令人难忘的优秀之作，但同时也暴露出一些问题。这主要体现在，相当多的微短剧呈现出类型化、同质化、发展受限等突出问题；一些作品为快速投放而粗制滥造、为博人眼球而格调低下，甚至有些作品情节价值观扭曲。

方式讲述“国宝回家”故事，将国风玄幻与现实题材相融合，迅速火爆全网。

客观来讲，置身于互联网时代，传统影视剧由于制作周期长、投入成本高等特点，已经难以满足观众碎片化、即时化的观看需求。相较而言，微短剧既拥有一定的故事承载力和创作空间，又具有投入低、制作周期短的优势，不失为文化创意产业新的增长点，亦为赋能相关行业领域更好发展，助推网络文学创新和传播提供了新舞台。有鉴于此，推进微短剧产业持续健康发展，势在必行。

目前来看，微短剧市场尽管不乏口碑不错、令人难忘的优秀之作，但同时也暴露

出一些问题。这主要体现在，相当多的微短剧呈现出类型化、同质化、发展受限等突出问题；一些作品为快速投放而粗制滥造、为博人眼球而格调低下，甚至有些作品情节价值观扭曲。凡此种种，对这一行业健康的创作生态和商业循环带来不良影响。

微短剧，既要量增，更得质优。相关部门近年来审时度势，一直在探索采取相应举措。国家广电总局搭建起微短剧创作生产全链条管理框架，要求网络微短剧叙事上要“微言大义”、管理上要“防微杜渐”。自2024年6月1日开始，网络视听平台、小程序等播出或引流推送的所有微短剧，均需持有网络剧片发行许可

证，或者平台相应的上线备案号。

在完善监管的同时，社会相关部门陆续推出扶持政策，鼓励微短剧与时代同向、与人民同心、与创新同行，积极推动其从野蛮生长的1.0阶段，逐渐转型为主流化、精品化的2.0阶段。

从内容平台来看，它们中有些适时推出针对微短剧的扶持计划，比如，爱奇艺的“云腾计划”、腾讯的“火星计划”、优酷的“扶摇计划”等，让网络文学IP和微短剧的结合有更大的拓展空间。而就各地政府而言，也立足实际及时出手。近日，上海市文化和旅游局、上海市广播电视局联合发布促进微短剧产业发展系列新举措，从培育经营主体、加速产业集聚、鼓励布局海外等方面共出台9条措施，并配套推出4项扶持计划，旨在推动微短剧全产业链加速发展，力争在3年内推出300部以上精品微短剧，培育壮大10家行业龙头企业，推动实现年度微短剧产业规模达到150亿元。

好风凭借力，送我上青云。有政府职能部门的规范与支持，有相关网络平台的鼎力扶助，如果广大微短剧从业者能够坚持“风物长宜放眼量”，始终做到严格自律、自我加压，争取多出精品，那么，微短剧就能迎来更加美好的明天。

## 江边论道

## 未来传播需要更注重伦理

□江作苏



从研究的角度来看，与新闻出版相关最密的传播学，当下正在朝着两个方向快速靠拢，预示未来。

第一个靠拢方向是信息技术。当下手机接口已经可以直传信息到人的中枢，麦克卢汉的“媒介即信息”经典理论，正在被许多学者倒过来研究，即“信息即媒介”。如，AI与人类、直觉幻觉与芯片、真相与信号的关系、多媒体与融媒体之传受变异等等。可以说，技术发展越快，这类伴随性研究就越多。

第二个靠拢方向则为人类。几乎所有的传播学论文无一不涉人、人性、人伦。传播学的热词“朋友圈”“社交”“圈层”“网暴”“人肉”“蜜房”，乃至“社死”“反转”等，无一不是人与客观信息博弈之时的各种生态、心态。而对这些百态之状稍作观察可以感知到，百态归于一态——无一不是与既存之社会人伦发生交集与抵牾的反应。而学人对之展开研究的理论依托，无不把眼光投向行为伦理、媒介伦理。就此而言，把研究目光聚焦于伦理这片既为学术公地，又是待垦之土的空间，其重要性是可以感知的，当然，也就具有了实际应用与探索理念的价值。

伦理学的分支不可谓不浩大。举凡当今所有人活动的领域，都发展出相应的伦理学分支。例如，如今不经伦理评估，猪肝移植用于人肝这类手术，医生都不被允许动刀，且不谈克隆人这种更激进的向人类生物本态挑战的技术。伦理其实并不神秘，有了人类社会行为就有了初心萌发的人伦，也就是人对秩序的形而上学化。中国古文字中的“伦”字，就是简册的象形字，表示有序与排列，形之以社会，谓之以规则。

媒介伦理也是伦理学研究的一分支，其领域古老而又年轻。媒介的多样化和普及极大地丰富了人们的生活，同时也带来了一系列伦理问题。媒介伦理研究在此背景下显示出紧迫性，旨在探讨媒介行为应遵循的道德规范和价值标准，以确保信息传播的健康、公正和有效。

学者提出过“传播即伦理”的理论命题，意指只要传播就有行为意义，不能回避社会伦理，不可规避社会责任。重视媒介伦理研究的社会意义在于：

维护公共利益。媒介传播的内容直接影响公众的认知和行为。媒介伦理研究有助于确保媒介在传播过程中坚守公共利益，避免误导和操纵公众。

促进社会和谐。媒介伦理研究关注媒介行为对社会的影响，倡导公正、公平、诚信的传播原则，有助于维护社会稳定与和谐。

提升媒介公信力。媒介伦理研究要求媒介在追求影响力与经济效益时，不损害社会道德和公共利益，从而提升媒介的公信力和权威性。

关注人类命运。媒介与传播已与当下一切深度结合，影响人类的现实与未来。只有研究其走向与规律，才能避免媒介与信息误导的悲剧发生。

媒介伦理又是一个面向实际的问题性研究领域，它如影随形，前沿性的媒介技术到达哪里，研究视野就要投向哪里。当下与未来的媒介伦理问题主要涉及以下几个方面：

信息真实性。媒介在传播信息时应确保信息的真实性和准确性，避免虚假和误导性信息的传播。

隐私保护。媒介在采访和报道过程中应尊重个人隐私权，避免侵犯他人的人格权。

公正性。媒介在报道新闻时应保持公正立场，不偏袒任何一方，避免激化社会矛盾。

版权问题。媒介在传播信息时应尊重知识产权，避免侵犯他人的著作权。

人机关系问题。这些问题包括人工智能形成的控制性数据链，智能投喂，网络软暴力的形成机制，以及范式的伦理依据、规避与容错等。

媒介伦理问题的复杂性和多样性，以及媒介在履行责任和自律义务方面的紧迫，背景在于社会要求媒介应承担起相应的责任和自律义务。这些使得无论是业界还是学界，均高度重视媒介伦理的研究与运用。

## 声明

杭州昆龙置业有限公司项目部持有的公章“杭州昆龙置业有限公司”是依法备案的公章。公司将该章一直交由项目部使用至今且从未遗失。

鉴于，除加盖上述杭州昆龙置业有限公司公章以外，其余加盖任何形式的公章的与项目有关的合同及文书，项目部概不予承认。

杭州昆龙置业有限公司  
2024年6月18日

·广告·

## 一家之言

## 暑期观影观剧要管好“熊孩子”

□苑广阔

胡女士刚刚在国家大剧院欣赏了一场音乐会。“演出内容非常精彩，唯一感到遗憾的是，周围有好几个捣乱的孩子，还有不自觉的大人经常交头接耳，整场演出都不消停，非常影响观演效果。”她说。(7月17日《北京晚报》)

每年暑期，既是传统的旅游旺季，同时也是电影的暑期档，以及各种戏剧、音乐会等演出的“黄金季”。由于大中小学已经放假，所以很多的电影、演出都是围绕青少年及亲子家庭来打造的。然而，部分未成年人在没有养成良好的观影观演习惯，而他们身边的家长也没有起到很好的引导和约束作用，结果给周围其他观众带来了很大的困扰。

从电影及各类演出市场的角度来看，暑假确实是一个比较特殊的阶段。家长在带孩子外出看电影、戏剧或听音乐会等的时候，一定要提前对孩子做好教育引导，帮助他们树立文明意识，培养文明习惯。到了现场，如果一些孩子对于眼前的电影、演出缺乏兴趣，家长应该顾及及其他观众的感受，维护整个影厅或演出现场的文明秩序，带孩子提前退场。

作为电影院、剧场等的运营管理者，在暑期也要做好对现场秩序的引导和维护工作。如果一些演出时间较长，也不适合未成年人观看，不妨提前发出提示或限制，以避免影响到演出效果。同时也避免让演职人员感觉自己没有受到尊重。

据媒体报道，有些地方的电影院针对孩子喜欢吵闹的天性，特意选择一些适合孩子观看的电影，设置了“儿童专场”。在这样的专场场次里，孩子和孩子之间，孩子和家长之间，都可以自由互动，充分释放他们的天性。所以，面对暑期电影以及演出市场，有关影院、剧场也不妨参考这样的做法，变堵为疏。

电影、演出市场繁荣，群众文化生活丰富，都是我们愿意看到的，但是一定要尽快弥补观影观剧演出方面的秩序短板，在平时如此，在暑期电影、演出市场，更是如此。

## “快递借书”有利于提升公共图书共享度

□戴先任

近日，有上海市民建议，图书馆应该推出送书上门的服务。上海市文化和旅游局回复称，已经有10家图书馆开始试点了。读者不仅能在借书时，快递到家，阅读完后还可以在线预约，快递还书。试点结束后将指导更多公共图书馆推出相关服务。(7月21日新华网)

对于大多数图书馆来说，馆藏图书都需要上门才能借阅，这就让读者范围往往局限于方便往来图书馆的民众。图书馆是“文化灯塔”，而阅读才能点亮这座“文化灯塔”。现在不管是大城市，还是中小城市，图书馆都成了标配。但随着移动互联网的兴起，以及人们娱乐活动的多样化，图书馆的读者群体也在发生变化，一些图

书馆的阅览室更是成了考研、考公等群体的学习场地，而图书馆辐射范围的有限，也是阻碍人们借阅图书的重要原因。

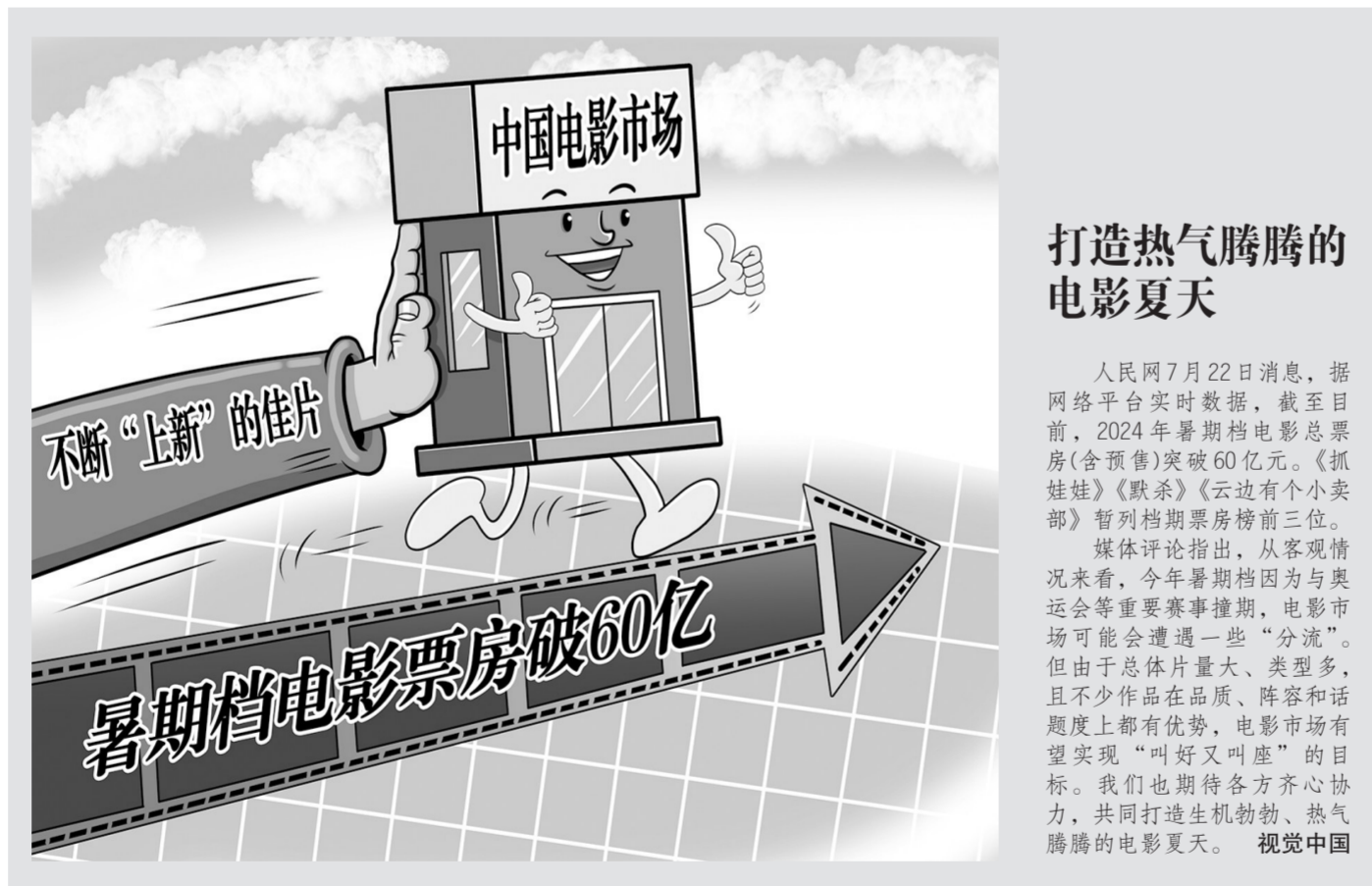
图书馆开通“快递借书”服务，这就让图书馆这一“文化灯塔”的辐射效应大大提升，而读者足不出户就能借阅图书，不仅节省了时间成本、交通成本，也会提升读者借阅图书的积极性。

上海图书馆等公共图书馆的尝试值得肯定，但网借书库藏书不多，影响了网借服务的吸引力。所以，还有必要进一步增加网借书库藏书，惠及更多读者。如2018年，浙江图书馆就开通了在线借阅功能，向省内读者推出了“信用+互联网+服务”的“信阅”服务。之后，

浙江图书馆的信阅平台作了升级，范围向全国拓展，不仅惠及省内读者，还面向全国读者。

“快递借书”服务，能够突破空间、时间的限制，为图书馆文化输送“搭桥”，更好体现公共图书馆的普惠价值，提升公共资源的共享度。这样的做法值得各地图书馆借鉴与推广。

进而言之，公共图书馆要更好地利用公共文化资源，包括唤醒“沉睡”的公共文化资源，让公共文化资源真正为民所用、全民所享。开通并做好“快递借书”服务，更好实现“送文化上门”，体现图书馆“开门办馆”的精神及充分激活公共文化资源的思路与智慧，最为可贵。



## 打造热气腾腾的电影夏天

人民网7月22日消息，据网络平台实时数据，截至目前，2024年暑期档电影总票房(含预售)突破60亿元。《抓娃娃》《默杀》《云边有个小卖部》暂列档期票房榜前三位。

媒体评论指出，从客观情况来看，今年暑期档因为与奥运会等重要赛事撞期，电影市场可能会遭遇一些“分流”。但由于总体片量大、类型多，且不少作品在品质、阵容和话题度上都有优势，电影市场有望实现“叫好又叫座”的目标。我们也期待各方齐心协力，共同打造生机勃勃、热气腾腾的电影夏天。视觉中国

## 观察

## 让AI谣言飞不起来

□李方向

技术是中性的，AI技术被应用于批量生产谣言，受指责的不应该是技术本身，而应是背后的“黑手”。

近日，天津市民李萌(化名)与母亲就一篇“科普文章”发生了激烈的争吵：母亲坚信文章中有视频、有图，还有各种所谓博士、医疗团队得出的研究结论，不可能是假的；李萌仔细辨别文章后发现，文章为AI生成，平台也进行了辟谣，肯定是假的。(7月17日《法治日报》)

被AI谣言坑骗的远不止李萌的母亲。近期，多地公安机关发布了多起利用AI工具实施造谣的相关案件。需要指出的是，很多AI生成的谣言中，都夹杂着“据报道”“相关部门正对事故原因进行深

入调查，并采取措施进行抢修”“提醒广大市民在日常生活中要注意安全”等内容，而且软件还根据输入的关键词自动在网络上抓取相关文字信息和图片、视频，由于匹配逼真性高、迷惑性强，让公众更易辨别。利用AI软件生成的谣言速度快、成本低，不仅会对舆论空间和信息生态造成极大破坏，而且很有可能扰乱社会秩序甚至引发混乱。

技术是中性的，AI技术被应用于批量生产谣言，受指责的不应该是技术本身，而应是背后的“黑手”。《互联网信息服务深度合成管理规定》规定，深度合成服务提供者不得利用深度合成服务制作、复制、发布、传播虚假信息。面对AI谣言带来的危害，要合力共治，使AI谣言无处遁形、飞不起来。其一，平台要加大技术审核拦截。平台要认真履行审核责任，对信息进行甄别，尤其是要升级技术手段，提高文字信息与视频、照片不匹配的发现率，及时将AI谣言拦截扼杀在摇篮中，最大限度地减少漏网之鱼，也让流量生意无利可图。其二，网友慎重评论转发。面对耸人听闻或离谱的信息，网民要让他们飞一会，要慢点转发、评论，从多个渠道去验证一下消息的真假，不让自己成为AI谣言传播的“帮凶”。其三，管理部门要强化法治手段治理。公安机关要加大网上巡查，及时核实相关信息，依法严厉打击AI谣言制造者及传播者。同时要完善法律制度，加大对AI造谣者的惩治力度，让违法人员不敢用AI造谣。