



霸总爱上老保姆 甄嬛上阵端机枪

总局连续三个月重拳出击影视乱象



这边厢,20岁的霸道总裁爱上了家里50岁+的保姆;那边厢,高铁开进了永寿宫,甄嬛突然端起了机枪来一通扫射……在各大短视频平台,近期话题热度十足的恶婆婆题材、霸总题材微短剧和AI“魔改”等内容,在“雷”得观众“外焦里嫩”之后,广电总局网络视听司连续重拳出击,发出详细的“管理提示”。这些雷人短视频为何屡禁不止?背后的行业现状又如何? 青年报记者也进行了调查。

青年报记者 陈宏

现象

恶俗内容雷人不重样

微短剧从火爆“出圈”之初,就背负着流量的正反两面性:因为内容接地气容易赚取“泼天”的流量富贵,但往往会走上“恶俗”“无底线”的邪路。

11月下旬被出“管理提示”的是“霸总”题材。“霸总”的说法并不是新鲜事物,此前长视频平台甚至湖南卫视这样比较注重娱乐的电视台,都是“霸总”不断,演员张翰至今都还戴着“霸总”的帽子。但在短视频平台崛起后,“霸总”题材也开始了快速的演变。“‘霸总’的演化史经历了多个阶段,一开始是‘霸总’爱上灰姑娘,典型台词是‘你成功引起了我的注意’,如今,它更夸张了,什么《27岁霸总爱上45岁保洁》《人到五十,闪婚霸总》《五十岁的我怀了20岁霸总的孩子》……让人哭笑不得。”资深的影视观察人曾女士告诉记者,愈演愈烈的题材“突破”正在挑战公众底线。

出现这样“雷人”的设定,是因为闪婚、甜宠等题材观众已经看腻了,拍摄的“流水线”空着也是空着,一些“深耕”这个领域的制作公司,就将目标受众从青年女性换成了“老年女性”。从事电影行业的周女士告诉记者,她的婆婆就是“受害者”,“以前她就是正常刷刷做菜煲汤或者情感类的短视频,自从听了邻居老姐妹们的推荐后,从此手机屏幕上总是出现小鲜

肉爱上老太太的桥段,弄得我很尴尬。”

这股流量歪风,甚至影响到了知名人士。360公司创始人周鸿祎这样的行业名人,就发文称“为了宣传新产品,被市场部逼着演了短剧”。而这一切缘于他在乌镇告诉媒体自己“不爱看综艺会看微短剧”,虽然有玩笑成分,他也承认“其实自己就看过一部还没看完,就是《20岁霸道总裁爱上50岁的保洁阿姨》”,他还兴致勃勃地和网友探讨,“这是我人生第一次拍短剧,大家觉得老周应该扮演什么角色?”并表示“准备拉几个企业家朋友来客串一下”。

有意思的是,总局网络视听司在就“霸总”题材发布“管理提示”前的10月份,刚就中老年题材中的“恶婆婆”模式化创作倾向发布了提示。而在这个12月份,“管理提示”又贴到了“AI魔改”题材上。

“AI魔改”不属于微短剧,它是用AI技术恶搞经典影视作品,从而吸引眼球流量。在平台上比较知名的是《甄嬛传》《西游记》《红楼梦》等作品的篡改,高铁开进紫禁城,甄嬛等后宫嫔妃们一言不合就端起机枪扫射,还能说出篡改的恶搞台词;通过AI技术,不仅林黛玉能大战孙悟空,说台词的口型竟然都能对得上。网友们戏称这些制作方是“中国杂交电视剧之父”,称这些行为“小作坊下药就是猛”。

解密

盈利堪忧引发恶性循环

尽管有网友表示,“成年人不会因为这样的剧影响自己的判断”“AI魔改不就图一乐吗”,但也有大量的网友表示,“唯流量”的歪风邪气“就像很容易转移的癌细胞”,对于公众价值观的负面影响是潜移默化的,对正规创作机构的创作更是一种践踏。“其实包括很多从业者都知道,为了强行‘爽剧’、强行反转、强行恶搞,小到逻辑大到公序良俗都能被无视,肯定是饮鸩止渴,观众很快就会抛弃这些题材,却会留下无数后遗症。”曾女士说。

连续3个月,广电总局网络视听司不断发布“管理提示”,也让人无可奈何。所有的提示都基本上是同一个工作流程:总局下属的省局摸排情况、加强审核、平台降量提质,它更多是体现在引导效应上。但制作方总会不断改变赛道甚至只是更改“外衣”,换汤不换药地用同一套模式来创作所有的题材。这一点,连周鸿祎都知道“这个短剧据说一天写剧本两天拍摄”“大家说花几十万元拍部短剧,如果能播放几百万,真的比任何广告都划算”。

大公司 and 名人蹭微短剧的热度做宣传,还有资金保障,但对制作公司来说,如此不顾底线,其实也是因为如今压力增

大。去年12月,青年报记者曾就微短剧话题采访了上海衍钧影视文化传媒有限公司负责人鞠仁曦,他透露“微短剧其实已经不是蓝海,变‘红海’了”。

12月10日,上海市广播影视制作行业行业协会秘书长、上海市影视拍摄服务机构和上海市版权服务中心主任于志庆也告诉记者,上海的微短剧大概兴起于2019年,“是从广告演变而来,早期短剧的时长在一分钟前后,集数在12集左右,基本上能把一个故事讲完讲全,制作成本方面控制在15万元左右”,“现在大家都觉得这个行业好,制作成本其实也跟着水涨船高,现在订制内容最高150万元一集,还不错的微短剧制作机构基本利润也就5%~8%左右,还不算投流的钱。”

行业不好做,不少制作公司开始转方向:一是到海外投资,在海外制作绕过监管和高成本;一是公众熟悉的“下猛药”,狗血剧情、剧烈冲突、强烈反转、AI魔改,都是这个思路下的产物。而另一家制作公司的从业者李先生还透露:“现在圈内有一部分人,是在恶意炒作这些短视频的‘高流量’,以此来三四线城市骗投资,粗制滥造成为必然。”

上海

堵疏结合引导 行业健康发展

根据艾媒咨询数据,2024年中国微短剧市场规模将突破500亿元。上海是电视剧制作的重镇,也是影视制作公司集中的地方。于志庆告诉青年报记者,对于短视频的乱象,上海现在是“堵”和“疏”结合,来引导包括微短剧在内的短视频内容行业的健康发展。

“堵”是依据今年6月初广电总局下发的《关于微短剧备案最新工作提示》。该提示在业内引发比较大的影响,它要求未经审核且备案的微短剧不得上网传播。至此,原先并未纳入审核机制的微短剧市场正式步入“备案时代”。于志庆解释说,微短剧将依据投资额进行分层审核:投资额100万元以上的,由国家广电总局审核;30万元到100万元之间的,由省级广电部门审核;30万元以下的,由播出或为其引流、推送的网络视听平台履行平台内容管理职责。

而“疏”则是通过官方鼓励性和服务性措施,引导行业走上正道。比如杨浦、松江等各区对微短剧产业有扶持,涉及微短剧的创作、审核、版权保护、技术革新及市场推广等课题;今年上海国际电影节期间也举办了首届上海微短剧大会,探讨行业发展未来;9月,上海广播电视台和中国网络视听协会在上海联合启动“中国微短剧品质东方计划”,在产业各链条都有大动作,同时建立微短剧的行业评价体系。

“我们行业协会、拍摄服务机构和版权服务中心,也在各产业链联动,引导会员单位进行健康、积极的内容生产,比如组织编剧去五个新城、去新农村采风,能挖掘出来很多鲜活的故事,能共情共鸣,也很适合打造微短剧,”于志庆说,“抛开急功近利的思想,其实生活中可以挖掘的题材有很多的。”

律师说

“魔改”或侵犯名誉权

北京市中伦文德律师事务所上海分所合伙人李宇明律师就短视频乱象中的AI“魔改”现象,接受了记者采访。他认为,“魔改”视频包含较高的侵权风险,包括侵害原著著作权,侵害原作中演员的肖像权、名誉权等。

“‘魔改’顾名思义,是一种背离原作者原始创作意图的改编和解释。如果没有获得著作权人合法授权的情况下,这类作品比较容易涉嫌侵犯著作权,包括著作权下保护作品完整权、信息网络传播权和改编权等。”

李宇明律师认为,AI是新兴领域,诸多法律法规还有待完善,但根据现行《互联网信息服务深度合成管理规定》《生成式人工智能服务管理暂行办法》,利用深度合成技术手段时,必须取得他人的同意,不得未经许可复制、删改他人肖像、声音,否则构成对肖像权(包括声音权)的侵犯,侵权人应承担相应的损害赔偿赔偿责任。

此外,利用深度合成技术进行“魔改”视频,也可能造成他人名誉损害。“如果恶意给演员换脸,或是利用AI让演员做出一些不文明的举动,都会造成社会公众对相关人员的社会评价降低,或构成对相关人员名誉权的侵犯。”