

短视频，要流量更要正能量

短视频行业走到了十字路口，以高质量的产品占领市场，以有品位的内容赢得消费者信赖，才能实现可持续发展

自编自导自演，拍个短视频给生活加点料；录一段短视频，展现一番鲜活的城市形象；还有检察院专门录制短视频，通过真实案例推行法治教育……如今，短视频日益“渗入”日常生活，甚至有人认为短视频已成为视频领域的第三极，与电视台和网络视频节目成鼎足之势。虽有夸大之嫌，也足见短视频的迅猛势头。

其实，早在几年前，就有人判断，短视频是继图文、长视频、直播之后的又一个流量洼地。日前，一份研究报告显示，2017年以来短视频行业持续火热，用户规模日益增长，用户红利仍在，有较大的用户发展空间，预计2018年将达到3.5亿多人。与庞大用户相比，短视频数量特别是播放量早已以亿为单位，一些短视频播放数高达千万乃至数亿次，至今已不觉新鲜。

应该看到，无论网络直播还是短视频，这些新业态的涌现，不仅为企业带来巨大商机，还“调剂”着大众生活，丰富着我们的精神世界。更重要的是，互联网新业态风生水起，风头正劲，恰可说明我国的互联网发展充满无限生机，孕育无限可能。只要敏锐把握时代潮流，善于开疆拓土，就能在互联网“蓝海”中找到一席之地，同时为中国经济的转型升级提供新动能。

“每个人都是生活的导演”。由于绝大多数用户并非专业人士，所制作的短视频趋于平庸化，这也无可厚非。但如果走向庸俗、沦为粗俗、甘于恶俗，乃至违背公序良俗，挑战法律底线，就值得警惕了。有的用户在“吸睛就是吸金”的逻辑支配下，用充斥着“黄赌毒”的内容获得点击量；一些短视频平台奉行功利化的思维，往往放弃守土有责的责任，只讲流量罔顾正能量，片面追求日活量而忽略内容质量，甚至为了“红利”使出黑招。众所周知，目前有大量年轻人活跃在各大短视频平台，如果对粗俗的内容听之任之，对错误的价

价值观放任自流，则不仅不利于短视频行业的长期健康发展，更不利于青少年形成正确的价值观。

宣传思想工作是要做人的工作的，人在哪里，宣传思想工作的阵地就在哪里。因此，治理短视频乱象，监管部门重任在肩、责无旁贷。此前，国家网信办会同工信部、公安部、文化和旅游部、广电总局、全国“扫黄打非”办公室等部门，开展网络短视频行业集中整治，为短视频行业带来了一股清风。更要认识到，高传播、低门槛，这是短视频存在的特点，传播海量、碎片化、便捷化和不可控化，更为监管带来了难度。正因此，消除短视频乱象，除了监管部门发力，也需要平台尽职，共同形成合力。

“自觉讲品位、讲格调、讲责任，自觉遵守国家法律法规，加强道德品质修养，坚决抵制低俗庸俗媚俗，用健康向上的文艺作品和做人处事陶冶情操、启迪心智、引领风尚。”习近平总书记不久前在全国宣传思想工作会议强调的这句话，同样适用于短视频行业，适用于短视频平台，适用于短视频制作者。一定程度上说，短视频行业走到了十字路口，如果继续奉行“萝卜快了不洗泥”的发展思维，不在制作上下功夫，不在内容上做文章，短视频就会继续在低水平上徘徊，最终被广大受众抛弃。推精品，出力作，以高质量的产品占领市场，以有品位的内容赢得消费者信赖，才能实现可持续发展。

美学家说过：“这个时代所需要的美，应该有助于人民去创造属于自己的有意义、有价值、有情趣的人生。”如果能够以美为美，用鲜活的内容去承载正确的价值，那么短视频行业就不只是会站上风口，更会赢得更长远的未来。