

新闻到底：《6口人演戏“骗”了1亿同情粉》②

新闻闪回：某短视频平台上这样一条视频在短短20个小时里冲上了热搜榜第4名，总点击率过亿，收到网友评论数十万条。这条视频被多家官方媒体号转发，看过该视频的大部分网友认为其是真实发生的新闻事件。就在网友们对视频中的“一家人”倾注同情，批判未过门新娘彩礼临时加价行为“太不讲究”的时候，本报记者调查发现，该视频中的内容并非真实发生，而是ID为“刘老大”的视频作者拍摄的一条“段子”。

# 视频作者“刘老大”独家回应：“彩礼涨价”是段子不是新闻

## 本报辟谣视频点击量超千万 专家：“把段子当新闻”现象应加强规范

一段由六人演绎的“彩礼涨价”的段子，在几经转发的过程中演变成成为“新闻事件”，引发网友的关注和争议。

昨日，短视频作者“刘老大”通过本报独家回应此事：视频内容是一家人在一起演绎出来的段子，未经本人允许被媒体包装成为新闻事件而进行转发。

此事件在网络上引起了网友广泛关注，“将段子当新闻”的话题引起千万网友热议。

## 视频作者“刘老大”独家回应：是段子不是新闻 向大家道歉

昨日上午，记者在某短视频平台搜索发现，“彩礼涨价”的视频已经删除。

当日下午，视频作者“刘老大”主动与辽沈晚报记者联系，对“彩礼涨价”视频的事情进行了说明。

“刘老大”说，“彩礼涨价”这个事情确实不是发生在自己家里的事，是从比较远的亲戚那里听说这个事情，觉得比较有看点，就请家里人配合演绎了这个视频作品。

这个短视频账号从9月份开设至今，一直用演绎的方式拍摄家人日常生活中一些有趣味的事情，视频号上的人设是带着憨憨笑容的老太太，视

频拍摄者是老人的女儿，“其实被关注的这个视频还有一段后续没有发出来，事情是有一个反转的，我们其实想通过作品评判社会现象，后来被山东媒体号未经允许转发还包装成了新闻事件，让家人遭受了很多网友们的误解，承受了很大压力和困扰，大家都追问是不是真事，是不是发生在自己家人身上的事，还遭到网友私信辱骂。”

“我们希望通过辽沈晚报来澄清此事，解除大家的误会，向广大网友道歉，以后再发演绎的段子一定告诉网友，以免再次造成误会。”“刘老大”表示。

## “官号大V”下架视频 “把段子当新闻”被网友热议

11月12日晚11时许，把这条“彩礼涨价”视频当做新闻事件进行发布的“某生活频道”和“某电新闻”几乎在同一时间将视频删除。

记者注意到，将“彩礼涨价”视频当做新闻事件首发的“某生活频道”虽然已经将视频下架，但在此之前已经被多家“官媒号”和“自媒体号”进行转载，在网络上造成的传播量不可估量。

11月13日下午3时许，记者注意到，“彩礼涨价”视频虽然已经下架热搜榜，但关于此事的话题关注度相比前一日上涨了2000多万。

记者浏览发现，在大约短短2天的时间里，不但在首发短视频平台被误导传播，甚至在多个视频平台、知名资讯APP上被广泛传播、讨论，许多自媒体主播、博主、法律从业者都把其当做新闻事件进行传播、评论。

## 本报辟谣“彩礼涨价”视频 全网点击量超千万

截至昨晚7时，本报“婚礼将至女方再要10万彩礼”的辟谣视频，全网点击量超千万次、点赞数超10万；本报官方微博发起的“婚礼将至女方再要10万视频系摆拍”的话题，阅读量达到129.8万，人民网、北京青年报等媒体给予转发和关注。

本报提出“演绎类视频应明确告知和分类”的观点，引发网友的共鸣和支持。网友“刘俊尧 Charles”

说：三观崩裂，哗众取宠，该好好治理治理了，要不真成祸害了。网友“ZHL”认为：段子与新闻混为一谈的后果，就是我现在看啥都是段子的态度。平台也是监管不严格、不合理。段子、翻拍应该和事实类的明确分类处理。这两名网友的观点在本报官方微信评论区居于前排位置，众多网友对此观点给予点赞表示支持。社会学者、新闻学教授、知名律师对此也发表了看法。

### 各方声音

## 北京大成(沈阳)律师事务所孙长江、武琢律师：短视频平台和发布者应对作品承担责任

随着移动终端的普及和网络的提速，短视频作为一种互联网内容传播方式应运而生并迅猛发展。在一些短视频分享平台上，大量关于视频发布者生活、遭遇、维权等内容的短

视频层出不穷，其中不乏真实事件与艺术创作真假难辨等情形。在引发社会广泛关注的时候，也不可避免的涉及视频发布者、短视频分享平台等不同主体的法律责任承担问题。



网络短视频在符合《著作权法》有关作品要求的情况下受法律保护。如未经权利人许可，擅自将他人网络短视频用于商业广告等情形，属于侵权行为，对此应当承担相应法律责任。

短视频具有媒体传播属性，短视频发布者应当对短视频内容负责，是真实事件还是艺术创作应当说清楚，不能以假乱真。如果是创作的“段子”，更应当在短视频片头标明“纯属虚构”。如发生短视频侵害他人民事权益的情形，短视频发布者应当按照《民法典》第一千一百九十四条承担侵权责任。如短视频发布者只为博人眼

球、博得流量发布虚假信息，违反社会公序良俗，造成社会不良影响，也可能被有关部门采取处理措施。

作为网络服务提供者的短视频分享平台，在一定情形下应与作为视频发布者的网络用户承担连带责任。依据《民法典》第一千一百九十五条、第一千一百九十七条规定，短视频分享平台在知道或者应当知道视频发布者侵害他人民事权益，或者权利人通知短视频分享平台采取删除、屏蔽、断开链接等必要措施后，而未采取必要措施的，应与视频发布者承担连带责任。

在短视频分享平台搭载相关商

业模式的情况下，如平台采取商家入驻模式、在短视频发布内容中挂有外链链接跳转或接洽广告资源等，短视频分享平台还可能依据《电子商务法》的规定承担相应的平台责任。

为此，建议短视频分享平台一方面要加强对视频发布者真实身份信息的审核核验，防止账号在没有认证的情况下即发布大量假冒视频等现象发生，同时要确保真实身份信息能够有效追溯，避免纠纷发生时因无法披露侵权人信息而承担法律责任；另一方面要加强视频内容真实性审查，如在视频发布时增设真实或虚构的分类标签等。

## 山东政法学院传媒学院院长蒋海升教授：短视频平台应对发布内容加标签进行区分

短视频创作者上传一些演绎式的生活段子，从个人表达和娱乐来看，这本无可厚非，记录个人生活日常的内容比如衣食住行等等，只要没有影响或侵害到其他人的利益，都可以正常发布。但是如果创作者主观地去“创作”“编排”一些段子、短剧，把虚假的内容包装演绎成真实事件，容易引发公众的围观和评论，如果围观和评论的事实基础根本不存在，从而演变成以讹传讹，把虚假的内容传播成为新闻事件，引发不良的社会影响时，创作者在发布此类视频的时候

要明显地标示出“内容纯属虚构”“情节为创意制作”。

短视频发布平台有责任审核发布内容的真实性，个人生活内容的真实性由发布者个人负责，但对于其他人或公众利益可能受影响的内容，短视频发布平台就有责任进行核实，要坚决防止虚假的、虚构的、演绎式的内容进行广泛传播，因为受众对内容的真假没有鉴别能力。比如一些拍摄者自导自演一些街头搭讪类的短剧，以低俗情节来博眼球吸流量，对于这类舆论导

向错误的视频，发布平台应该严加打击和治理，如果此类低俗内容充斥整个平台，这个平台的生存空间可想而知。平台应该对发布内容进行分类区分，记录生活日常的为一类，编排演绎的为一类，记录社会生活事件的为一类，尤其要把演绎类和真实事件区分开，这样才不会造成公众认知和接受信息的混乱。

如果短视频热衷于无厘头、恶搞，最终一定被社会所厌弃，被时代所抛弃。毕竟，追求真善美永远都是社会的主流。

## 21世纪教育研究院副院长熊丙奇：“把段子当新闻”现象应加强规范

由于短视频的碎片化、互动性、丰富性、嵌入性等特征很好地迎合了青少年受众的网络社交需要，短视频逐渐成为青少年的“新宠”，但由于青少年涉世未深，世界观和人生观尚未定型，极易受到网络内容的影响。

短视频行业恶性事件频发，短视频内容的规范也成为短视频行业不得不面对的问题。

1、平台作为短视频的直接管

理方，应加强行业自律，制定更为严格的内容管理规则，可利用编辑加人工智能技术进行短视频内容的把关和审核，剧情类和新闻类短视频必须明确标明类别，并且可以通过建立用户投诉举报制度来增加约束力，发挥平台自身的自我净化功能。

2、学校和主流媒体应该多提供虚假新闻造成危害的案例，以帮助青少年和读者提高过滤虚假新闻的

能力。对于年轻人来说，养成批判性思维、真正读懂新闻，在多个新闻源中去伪存真，这些能力从未像现在这样重要。

3、行政执法机关要严格执法。对于造成一定后果的虚假视频，都应该对当事人依法严厉查处。通过执法活动的宣介、示范，提高民众媒介素养和守法意识。

辽沈晚报首席记者 吕洋 记者 徐刚 吉向前