



在信息爆炸的时代,人们每天都被海量资讯包围。然而,虚假信息也在暗处滋生。在一些平台,自媒体炮制的短视频成为假冒伪劣产品的促销工具。视频中,当事人的遭遇往往离奇:“我老公丢了10万元的现金”“我老公去世了”……

如今,外卖平台发展迅速,外卖员群体数量庞大,他们穿梭大街小巷,风里来雨里去,为大家提供便利服务,让大家对他们的辛苦付出了共情。因此,一些网络造谣者又盯上这类行业。无论是遭遇离奇的少妇,还是辛苦奔波的外卖员,这些短视频都有相同的套路——

剧本1 “老公走了,当时我还怀着双胞胎”

山东的赵先生浏览短视频平台时发现,平台推送的一些短视频中,不少当事人的遭遇很是离奇。这些短视频中,虽然当事人不同,身处的环境也不一样,但讲述的遭遇却是出奇地一致。

“老公走了,当时我还怀着双胞胎。”这些惊人相似的短视频中,当事人无一例外都是用离奇的遭遇作为开头,剧情都采用一波三折的叙事模式,而最后有的变成“求点关注”,有的变身带货“画风”。

社交平台中为何会有如此海量的“同款”短视频?

赵先生介绍:“他们让我进群,交了98元。一开始就教你变网红,每个人安排一个师姐辅导上课。他们会开7天的课,例如很入门的用手机拍视频,还有个文案库。”

交了98元后,专门的“导师”给赵先生发来如何变网红的“基础”笔记。

记者发现,笔记上的内容主打通过短视频来打造人设和定位的套路,比如“定位和人设

就是要抢占用户的心智”。

按照笔记的设计,“二胎+负债+远嫁”的话题便属于“爆款”。而负债话题都需要“逆袭人生”作为故事反转。在笔记中还展示脚本案例:“远嫁→三胎→负债→被家暴→二胎→复婚”。

笔记中罗列了做账号的三个阶段:1.前期热门涨粉;2.中期热门涨粉+变现+人设打造;3.做人设+变现。换句话说,最后都是为了“变现”。

真相 通过炮制离奇故事吸引流量

微信群里不到一百元就能学到的手把手教学,通过炮制离奇故事吸引流量。短短几天微信群就满员,而大量相似的剧情离奇故事在社交短视频平台不断出现。

海量的同款短视频充斥着视频社交平台,有人留言表示同情,而背后的真伪很难辨别。赵先生把明显存在抄袭和涉嫌利用未成年人带货的视频向平台进行了反映。平台客服则反馈,“视听审核后作出相应处罚”,“可能会对账号进行封禁,封禁直播权限或者减少推荐,但具体情况还是以审核为准”。

哪有那么多

老公去世 负债远嫁 外卖员受辱

苦情戏? 剧本杀!

短视频真相竟是博眼球博流量涨粉吸粉



剧本2 “辛苦一个月,却只有两三千元”

记者调查发现,还有不少人甚至会“亲自下场”,冒充外卖员的身份,制造谣言,而这样的谣言,往往更难辨别。

一男子通过一段视频中吐槽自己辛苦一个月,却只有两三千元的工资。在该视频的评论区,网友对此众说纷纭,有的安慰外卖小哥工作不易辛苦了,也有的把矛头指向了外卖平台,认为外卖平台规则不合理。

在这名男子的短视频账号上,类似的外卖小哥晒工资条的短视频还有数十条。除了过百万的播放量,点赞、评论和转发的量也很大。就在这些短视频在网上持续扩散传播时,江苏泰州警方接到了一家外卖平台公司打来的报警电话:“这名男子根本就不我们公司的外卖小哥,而且发布的内容也与实际情况不符。”

接到报警后,警方立即对短视频平台上的这些内容进行了分析。民警发现,这些外卖小哥晒工资条的短视频内容,确实存在诸多疑点。

据警方介绍,嫌疑人在短时间内发布多条关于工资条的内容,正常来说,上班是半个月或者一个月发放一次工资,不可能短时间内多次结算工资。而且话术基本统一,视频开头都是说我服了,某某平台工资发放了,然后怎么样。

同时,办案民警还发现,这名男子所晒的工资条不仅是一家外卖平台的,而且这些工资条上的姓名和工号也都不一样。那么这些工资条究竟是怎么回事呢?

随后警方与涉及的全部外卖平台进行逐一核实,发现不仅视频中的这名男子不是这些平台的员工,工资条上出现的其他名字和工号也不是这些平台的员工。除此之外,这些外卖公司还告诉警方,工资条上提到的外卖平台服务站点,也存在问题。

警方表示,工资单上的外卖站点为泰州市梅兰中路,经核实发现这个站点是不存在的,这条道路也是不存在的。

真相 拍摄虚假视频博取流量

通过调查警方确认,这些外卖小哥晒工资条的短视频,包括出现的这些工资条,全部都是这名男子张某伪造的。张某到案后,民警在他的手机中发现了大量尚未制作完成的短视频,内容同样是他冒充外卖小哥晒工资条。

张某为什么要发布这些虚假的视频呢?据张某交代,他听说不少人通过短视频挣到了钱,于是他也想试一试。由于此前接触过外卖行业,他发现一些与外卖小哥相关的视频很受关注,因此产生了冒充外卖小哥拍摄虚假视频进行“吐槽式”晒工资收入以博取流量的想法。

在发布了几条短视频后张某发现,通过冒充外卖小哥晒工资条,然后制造“骑手工资低”“平台克扣工资”等话题,确实能够吸引到关注和流量。而根据平台的规则,在播放量达到一定标准后,他也确实获得了相应的收益。

张某交代,在获得收益后,他十分兴奋。虽然一开始的收益并不多,但这种足不出户,也不用付出太多辛苦的钱方式让他欲罢不能,于是开始大肆编造和发布更多的外卖小哥晒工资条的视频。

网络卖惨



剧本4 “45岁以上不能跑外卖”

日前,一段关于外卖平台不允许45岁以上骑手接单和做外卖员的视频被广泛传播,这也引起了一些外卖骑手的焦虑。然而,经过警方调查,也揭开了视频背后的真相。

一段视频提到“外卖平台不允许45岁以上的骑手接单和做外卖员”,引发了许多骑手的“年龄焦虑”。而经警方调查,这段视频竟是捏造的。

据警方介绍:“我们掌握了该视频的传播内容后,经和多家外卖平台方沟通联系,确认了该视频发布的内容为虚假信息。”

经核实,美团外卖骑手注册要求为“18至56周岁”,饿了么骑手注册要求为“18至60周岁”,相关规则均在App内公开展示。

蜂鸟即配武汉盘龙城站站站长马晶介绍,订单分配基本是以平台的大系统数据来计算,最重要的一点是骑手的位置,优先派近似的订单,跟年龄无关。一位外卖骑手表示:“现在我都50多岁一直没给我下系统,一直可以跑,我现在派单都很好的。”

真相 煽动公众情绪达到涨粉目的

警方表示,在网上看到涉及外卖员的热点话题,为博取流量,编造45岁以上外卖员不能接单虚假信息发布在网上。民警也很快锁定了视频的发布者魏某。魏某个人经营着一个自媒体账号,经常发布一些社会热点话题,这则短视频就是利用公众对就业问题的关切,通过煽动公众情绪来达到涨粉引流的目的,并没有考虑到这背后所承担的法律后果。

最终,警方依据治安处罚法相关规定对魏某给予治安处罚。

剧本3 “女外卖员送餐回来发现车被偷”

除了这种吐槽式的造谣,更为恶劣的是有些网红博主虚构剧本,编写段子,采用情绪对抗激烈的视频桥段来挑动观看者的情绪,从而博取流量。

最近,一段“女外卖员送餐回来发现车被偷”的视频就引发热议,视频当中一名穿黄色马甲戴黄色头盔的女子在路灯旁跺脚痛哭,很多网友都愤怒谴责小偷,并对社会治安产生怀疑。

真相 为吸引流量自导自演苦情戏

湖南怀化民警经调查核实确认,周某三人为吸引流量、赚取经济利益,在多个视频平台上发布多条自导自演的虚假视频。

恶意散布谣言、混淆视听,三人因涉嫌编造发布虚假信息扰乱公共秩序,已被公安机关依法行政拘留。

剧本5 “被顾客刁难气得吃掉外卖”

外卖员送外卖时被顾客刁难;外卖员遇到要给差评的顾客,气愤地扔掉了配送的饮品。这些视频内容的发布都来自同一个账号:“众包仔小王”,不到三个月的时间里这个账号共发布了71个作品,获赞39万余次,总播放量超千万,转发量超10万。

从账号介绍来看,视频的主角是一名外卖员,而这些视频记录的都是他送餐时遇到的各种无理要求。比如这条点赞量高达4.6万余次的视频,讲述的就是外卖员在送餐时遇到刁钻顾客,最终一气之下吃掉顾客外卖的情节。

不到3个月的时间,这名外卖骑手为何会频繁遇到这么多无理的顾客呢?而且发布的这些视频中,并没有完整讲述事情的经过,只有掐头去尾的一些片段。这些不太合理的情况引起了警方的怀疑。

真相 通过噱头博眼球吸引粉丝

经调查,警方发现这个账号的使用者名叫王某溢,曾经的确是一名外卖员,不过只干过一个月就辞职了。辞职后,爱刷短视频的他,利用自己曾做过过外卖员的工作经历,开始假扮外卖员,编造外卖员与顾客吵架、卖惨等虚假内容,拍摄短视频吸引流量。视频中出现的其他顾客等人员,均是他在网上结识的网友。

调查后发现,他们都怀揣着一个“主播梦”“网红梦”,他们想通过噱头博眼球,吸引粉丝,达到一定的粉丝基数之后,再去直播带货,从中获利。

根据《中华人民共和国治安管理处罚法》第二十五条规定,王某溢等4人的行为涉嫌虚构事实、扰乱公共秩序,警方依法对4人进行了行政处罚。

现象

民生行业成为“悲情剧本”重灾区

记者梳理发现,不只是外卖员,还有一些职业身份也成为不法牟利者造谣的对象,比如针对网约车司机的,说某司机拒载,与乘客冲突的;比如说针对快递员的,说快递员偷客户快递、快递员暴力分拣。类似的短视频都曾一时之间引发众多关注,但事后却被证明是谣言。那么,为什么造谣者会盯上这些就业者呢?

专家介绍,不难发现,这些谣言对准的外卖员、快递员、网约车司机等,都是灵活就业者。

中国传媒大学文化产业管理学院法律系教授李丹林表示,其实这些群体跟我们的日常生活都有密切的关系。搞虚假信息的行为者,利用了人们会更加关注这些群体的心理。

清华大学新闻与传播学院教授王君超认为,虚假摆拍的短视频,实际上是号住了一些受众的脉,知道他们喜欢看什么样的视频,比如说煽情的,赚取你的眼泪的。

清华大学新闻传播学院新媒体研究中心发布的《灵活就业类谣言传播机制与治理路径研究》报告显示,灵活就业中各行业谣言信息占比,涉“骑手、网约车司机”谣言年增长超150%,其中生活收入类谣言占比高达70%以上,谣言涉及收入状况、与平台

关系、行业政策等,有的会故意利用公众关注和同情心,捏造、夸大、歪曲信息、虚构图片,制造虚拟人设,策划对立情节,故意卖惨营销。

同时,这份报告的研究者还发现,如今对灵活就业群体的造谣有了新趋势,不少造谣者开始利用起AI人工智能这项新技术,编造虚假信息,而这也让谣言编造的成本更低,同时更易传播。

2023年,有网民在网络平台发布“广州即将成为全国首个限制外卖配送的城市”,迅速引发关注形成网络热搜。经查,四川德阳网民杨某组织招揽广东江门网民叶某英等多名兼职人员,使用人工智能工具批量生成不实文章进行引流牟利。

清华大学新闻与传播学院教授王君超表示,利用AI软件来做这些视频,一方面是更快、更容易大规模生成视频内容;另一方面它也非常逼真,让你真假难辨。

2024年4月清华大学新闻传播学院的新媒体中心发布关于《AI语言》研究报告,报告指出,外卖等民生行业成为经济与企业类AI谣言重灾区。

大概有20%多的人,他们对虚假视频的情绪是厌恶,还有70%多的人是愤怒。所以,大家实际上对这些短视频的情绪是负面的。

纵深

如何规制虚假的悲情剧本泛滥

谣言一经发布,往往会在短时间内大量获得流量,而且大家对这些短视频的情绪是偏负面的。这样的虚假谣言的传播,会给社会带来哪些伤害?又该如何规制呢?

专家指出,这些以外卖员、快递员等为主角的网络内容或营销悲情故事,或挑起学历、性别对立,或制造社会恐慌,不断挑动大众情绪,更有甚者通过购买水军、操控网络评论等方式扩大影响力,吸引公众关注后,再通过直播打赏、众筹捐款、情绪化带货等方式收割流量利益。

中国传媒大学文化产业管理学院法律系教授李丹林表示,传媒经济网络经济实际上是一种注意力经济,大家都来注意,大家都来看,你观看得多,转发得多,点赞得多,就会带来更大的一个流量变现。当这些虚假的“悲情剧本”不断泛滥,无形中会对整个社会的信用体系带来破坏性冲击。

专家介绍,“苦情化”“猎奇化”的炒作,对灵活就业群体劳动者形象带来的伤害是难以短期修复的。

武汉大学心理学系教授喻丰表示,我们对困难群体,在心理学上有一个叫共情的聚光灯。一旦一个困难群体出现,我就会愿意把注意力投入到他身上。假的看多了,对于真的需要帮助的人其实是遮蔽了,把聚光灯放在假的身上,或者经过一次次的受骗,不再开聚光灯了。

专家同时认为,这些虚假信息不但导致

人们对灵活就业人员产生误解、激化社会矛盾,而且常常与违法犯罪行为紧密相连。

近年来,中央网信办持续部署开展“清朗”系列专项行动,2025年,“清朗”系列专项行动重点整治八类网络乱象,其中就包括整治“自媒体”发布不实信息、整治短视频领域恶意营销、整治AI技术滥用乱象、整治恶意挑动负面情绪。

同时,公安机关持续开展打击整治行动,紧盯自媒体网红大V、MCN机构网上动向,严惩网红大V、MCN机构有组织造谣炒作相关违法犯罪活动,全年共侦办网络谣言案件4.2万余起,查处造谣传谣违法犯罪人员4.7万余人,关停违法违规账号33万余个,清理网络谣言信息252万余条。

专家指出,此类案件存在“发现难、取证难、定性难”等多重挑战,想从根源上对这些虚假的谣言进行治理,不仅需要法律的震慑,也需相关平台肩负起责任,与有关部门形成治理合力。

针对这些谣言要运用“刑事震慑+行政监管+民事追责+平台自治”的多维框架,并推动外卖平台与监管部门数据共享,实现谣言“源头阻断-精准打击-社会共治”的闭环。

同时也要从这些谣言产生的背景里,去提取、挖掘舆情,客观分析这些谣言产生的社会土壤,这样我们对谣言的治理就能够获得综合的效益。

据央视新闻