

观点

让短视频“假的真不了”

中国新闻名专栏
之江观察

■ 本报评论员 刘晓庆

很多人可能都有过这样的体验:刷短视频时,看到深山风餐露宿的流浪女、大山里吃了上顿没下顿的贫困儿童,心像被什么揪住了一样,酸涩无比;或是刷到“女子被前夫家暴”“外卖骑手被侮辱”等视频,义愤填膺地在朋友圈敲下长篇大论……末了,官方通报点出:都是摆拍,纯属虚构。一时间,被激发的善意、愤慨都显得无处安放,只能讪讪地删掉朋友圈,心想下次不能再“错付”了。

据央视新闻报道,针对部分短视频内容来源不清、真假难辨、混淆视听等突出问题,中央网信办全面部署推进规范短视频内容标注工作:明确网络平台必须为用户提供6类“必选标签”,包括“含有虚构演绎

这些精心编织的“画皮”,披着温情或正义的外衣,实则收割着流量与利益,侵蚀着社会的信任根基。

内容“含有AI生成内容”等,发布者必须从“必选标签”中选择一项才能发布短视频。

其中,“必选”二字,通过强制披露为那些惯于跟规矩“打擦边球”的博主戴上“紧箍咒”,毕竟不标清楚就不能发布,一切流量、变现更是无从谈起,有利于从源头处撕下虚假视频的“画皮”。

细究这些虚假短视频,背后有三个“通用手法”:一是情感上的“精准化狙击”,编造者深谙“挑起情绪就抓住了流量密码”,要么尽情“卖惨”引发同情,要么激化群体矛盾掀起骂战,让网友在不知不觉中沦为情绪的“提线木偶”。二是内容上的“剧本化叙事”,很多虚假摆拍都遵循着“发现困境—施以援手—圆满结局”的模板,俨然环环相扣的“连续剧”,让人在“剧情”的推动中卸下心理防备。三是形式上

的“去演绎化伪装”,如今,虚假视频最“高明”的一点在于竭力抹去演绎痕迹,或是刻意晃动镜头模拟现场感,或是制造“偶遇”增加可信度,让人防不胜防。

这些精心编织的“画皮”,披着温情或正义的外衣,实则收割着流量与利益,侵蚀着社会的信任根基。久而久之,很多人对社会百态的感知容易逐渐钝化,当真正需要帮助的人出现在镜头前,当真实的恶性事件等待舆论关注,很多人可能会在心底打上一个问号:“不会又是演的吧?”这种被欺骗后的“自我防御”,容易透支公众的同理心、正义感等珍贵情感,而这些是难以挽回的。

在虚假视频如此善于伪装、伪装获利又如此可观的当下,先要求网民提高警惕、呼吁平台自律显然作用有限,此时,“必选标签”制度的意义便远不止“给视频

加个标记”那么简单了。

它从“事后辟谣”转向“事前告知”,重建了网民的知情权。过去,虚假短视频的治理逻辑是“先传播、后辟谣”。然而当官方通报发布时,情绪已被点燃,负面影响也已造成。而“必选标签”则要求虚构内容主动“亮明身份”,将判断真假的主体责任从“网民事后分辨”转移到了“创作者事先说明”,保障了公众的知情权。

当然,我们也不能指望一条“必选标签”就能解决所有问题,流量和利益面前,必然会有人心怀侥幸,将“必选”变为“乱选”,企图蒙混过关。对此,监管与平台应进一步细化规则,严格审核,同时对于违规者要加大处罚力度,提高其违规成本。

当每条视频都能亮明“身份”,我们才能告别“刷着刷着就不知道什么是真什么是假”的荒诞感。真实,永远是内容最可贵的底色,而“必选标签”,就是守护这道底色的第一道防线。

『好好先生』拍不出好电影

本报评论员 王彬

近日,电影《给阿嬷的情书》凭借高口碑在五一档后一路逆袭。5月10日,该片以3598万元票房登顶单日票房榜首,豆瓣评分9.1。这部无流量明星、无特效的影片,硬是凭借真诚的好故事成为近期影坛黑马。然而,像这样口碑与票房双丰收的好电影,在当下市场还不多。电影市场过去尚有“冰火两重天”,如今却是“冰多火少”。

其实,不是观众不肯给机会,而是电影市场没有给出让人走进影院的理由。许多电影为什么不好看?原因复杂,但有一个共性问题值得深究:在创作、营销与观众评价等环节,电影行业存在“好好先生”现象。

在创作层面,偏于求稳,缺乏锐度与温度。不少电影满足于套路化叙事,不敢触碰现实痛点,甚至丢失了最基本的讲故事能力,观众看完之后既无共情共鸣,也得不到启发。资本则乐于追逐流量明星、复制成功模板,对题材和演员的选择迎合饭圈趣味,而非尊重艺术创作的基本规律。这种创作上的保守与媚俗,是“好好先生”的表现之一。

在宣传营销层面,多的是虚假夸张的套路,少的是真诚实在的互动。打开短视频平台,电影宣传预告片极尽炫目博眼球,正片却平淡乏味,预告片沦为“预告骗”。主创请来明星好友站台助阵,夸表演、夸故事,“观众看得大笑大哭”“导演为演员竖大拇指”等自我美化、自我感动式的套路百用不厌。一部电影从预热到上映,整个宣传周期几乎看不到关于电影的真话、实话,也鲜有观众与主创之间关于电影内容与主旨的深度探讨和交锋。冷清的电影院,正是对“好好先生”式营销最有力的讽刺与回击。

在观众层面,不少观众尤其是粉丝群体,因对偶像的偏爱而爱屋及乌,难以对作品做出客观真实的评价。无论自家偶像演什么、演成什么样,都爱着花样夸。如此这般,怎能滋养演员成长、倒逼其进步?

电影既映照现实,也叩问时代。“好好先生”现象的集体,正在弱化电影的艺术功能与社会功能。多个环节整体“失真”,电影便沦为了一场虚假的集体狂欢,既无法映照人心,也无法映射时代。

有电影导演曾说,人生和电影一样,要精彩,要有生命力。这份精彩与生命力从何而来?不妨从摘下“好好先生”的面具做起。当创作者、营销者和观众都能走出“捧杀式”的陷阱,电影行业才能避免被“捧杀”。这样的“人间清醒”,恰恰是当下电影行业的“现实刚需”。

热线遇“冷”何时休

■ 万代红

据央广网报道,“从中午打到下午,一次都没打通。”长沙市民刘女士的办事遭遇,道出了很多人的共同困扰。离职后想要申领失业保险,本想通过政务电话咨询清楚办理流程,反复拨打社保部门电话,却始终只有忙音提示。

便民咨询热线,本该是畅通民意、答疑解惑的连心线,如今却变成无人应答的“冰冷线路”。看似简单的一通未接来电,不仅困住了办事群众,也暴露出基层政务服务存在的漏洞短板。

失业保险关乎失业人群的基本生活保障,咨询人群大多处境特殊、诉求急切。政务热线本是线下窗口的延伸,是政务服务触达群众最便捷的渠道。可长期占线、无人接听现状,直接切断沟通通道。群众无法获取准确办事指南,只能盲目准备材料、反复往返大厅,无端耗费时间和精力,便民举措最终沦为形式摆设。

热线遇“冷”的背后,是服务意识缺失与工作作风松懈。客观而言,社保窗口业务繁杂、咨询量大,高峰期短占线无可厚非。但长时间持续无法接通,绝非业务繁忙能够搪塞。部分基层单位存在明显服务偏差,重线下窗口展示、轻线上咨询服务,把工作重心放在看得见的实体大厅,忽视电话咨询这类隐性服务。同时,人员配置不合理、值班制度流于形式,人工坐席不足、轮岗值守松散。少数工作人员服务态度消极,缺乏为民服务意识,漠视群众琐碎咨询,慵懒散漫的工作状态,让政务热线频频遇“冷”。

如今,各地持续深化“高效办成一件事”改革,不断简化办理流程、优化政务环境。不少地方把政务优化聚焦在智能平台、实体窗口等显性工作上,却忽略了电话咨询这类微小细节。政务服务优化不能顾大失小,唯有抓好细微之处,补齐服务短板,才能真正实现便民利民,提升群众获得感。

打通民生热线,唤醒沉睡服务,需要多管齐下、靶向施策。首先要优化人员配置,夯实服务根基。结合业务高峰时段,科学调配工作人员,完善值班值守制度,杜绝空岗漏接。其次要拓宽服务渠道,科学分流压力。梳理社保高频咨询问题,在官方平台、办事公示栏清晰公示办理材料、流程、时限。优化智能语音导航,实现简单问题智能回复,复杂问题人工转接,缓解人工接线压力,全方位便利群众咨询。最后要健全考核机制,倒逼作风整改。将热线接通率、答复满意率纳入工作人员绩效考核,畅通群众投诉举报通道,对长期无人接听、敷衍应答的岗位人员严肃追责。

民生服务,贵在贴心,重在畅通。唯有让咨询电话打得通畅、问得明白、答得暖心,以细微处的服务升级擦亮政务服务底色,才能以实实在在的便民举措守护群众幸福。

车子“发福”,考验治理智慧

■ 本报评论员 遼海涛

“新能源车普遍偏大一点,我停在车位上,左右车门都不能打得特别开,有时候人都出不去……”据央视新闻报道,喜提新车本是件高兴事,但是一些新能源车车主每天停车都像在参加一场“极限挑战”。“停车难”的背后,既可能因为停车位尺寸“缩水”了,也有车子“发福”的因素。

这一现象看似是空间问题,实则是一道围绕现行标准、公众需求与城市治理寻求解法的综合考题。

先说说车子“发福”这件事,市场驱动下新能源车大型化的趋势越来越明显。为了达到长续航的目的,需要更大体积的电池,为了更加舒适豪华就得加宽座椅舱。刚刚过去的两个月内,有超过15款“9系”国产新能源旗舰扎堆发布,几乎每一家头部车企都带来了一款5.2米级别的

大七座SUV。即使是一些热销车型,车宽也普遍超过1.9米,部分甚至接近2米。新能源车变大是市场选择与技术趋势,但新能源车一味身材“发福”,带来的停车难等问题也越来越突出。

虽然车辆尺寸“膨胀”了,停车位的尺寸标准却仍停留在“小车时代”。根据住房和城乡建设部等有关部门发布的《车库建筑设计规范》以及《城市道路路内停车位设置规范》,家用小型车位有明确设计标准。例如,垂直式倒车入库的车位标准为宽2.4米、长5.1米(毗邻墙体或连续分隔物时不应小于5.3米)。但扣除白线内侧的实际“净使用宽度”,往往只剩下2.1至2.3米,有的甚至不足2米。

在车子越来越大的现实之下,正如节目中安徽省马鞍山市城管局停车场建设管理科科长所说,“现在车位画2.5米都窄了。”更何况一些开发商在给车位划线

时,出于经济利益考虑,并没有把车位“尺码”留足。

“缩水”车位遇上车子“发福”,不仅让车主苦不堪言,也增加了车辆刮蹭、“开门杀”等安全隐患,甚至可能引发邻里纠纷与法律诉讼。而城市土地资源本来就非常有限,不可能一味把车位划大,一些已经建成的停车场本身结构、梁柱等限制,也不可能随便扩大车位。如何让新能源车停得进、停得安全,不能只靠车主“苦练技术”,同样考验城市精细化治理的智慧。

车位“缩水”与车辆“发福”之间的矛盾,本质上是城市基础设施更新速度落后于消费升级速度的缩影。

首先,新能源车的尺寸上限需要从顶层设计的层面进行明确。比如五座SUV,最大尺寸须和同级燃油车相当,限制车企随意加大尺寸。相关部门和车

企共同设置标准,明确不同车型适合的停车空间、环境要求、消防配置等。同时,也要引导车企与城市协调发展,避免“唯大是从”。针对不同区域、不同停车场类型,制定差异化的车位尺寸标准。存量车位可探索“微改造”与智慧引导。对于已建成的地下停车场,可通过优化车位布局、合并部分车位、改造斜列式停车等方式盘活空间。同时,运用智慧停车系统,在App或入口大屏上标识“宽车位”“窄车位”“新能源车友好车位”等信息,引导大型车辆主动选择合适车位。城市规划部门也应将“大型化趋势”纳入交通影响评价,提前预留弹性空间。

未来,随着自动驾驶、共享出行等技术的成熟,停车场或许会发生根本性变化。在那一天到来之前,我们需要在规划等环节更好地预见趋势,这也是城市精细化治理的应有之义。

一线来风

多些基层“无感”调研

■ 罗正然

与一名基层工作者交流时言及,机关某部门调研惠企政策落实情况,以“四不两直”方式,直接深入园区企业、生产一线,随机找人员问询了解,既不见庞大调研阵容,也无需基层人员层层陪同,却察得真情实况。这名同志感慨:来无通知、去无告辞,这样的“无感”调研干扰少、效果好。

与上述形成鲜明反差的是,有的调研让基层“很有感觉”:出发一车子、开会一屋子、发言念稿子,基层从接到调研通知的那一刻起,就要加班加点周密准备,撰写汇报材料、规划调研行程、协调相关保障,再到陪同实地察看、组织座谈交流,给基层增添不少工作量。再说调研成效,有的调研队伍,被陪同人员“层层包围”,走的是“精品线”、看的是“样板景”,听的是“标准话”,难以深入接触群众,所捞“干货”不多。

习近平总书记《在之江新语》中强调:调研工作务求“深、实、细、准、效”。细究那些让基层“很有感觉”的调研,主要还是有的领导干部不愿拜群众为师、向群众问策,在群众面前自恃高人一等,于是,迎来

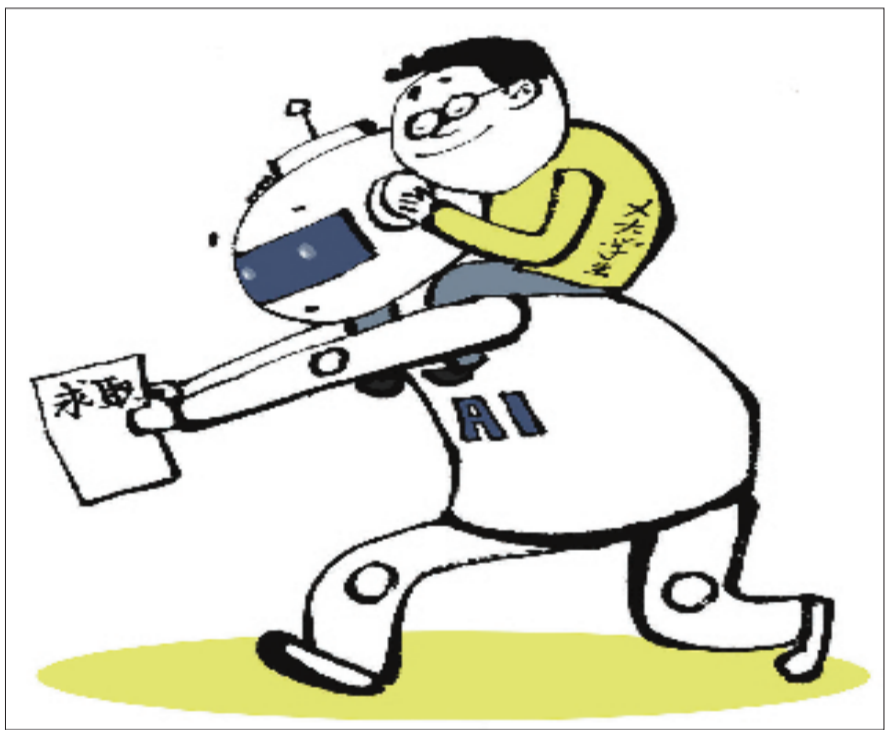
送往的排场、汇报指示的流程自然不能缺少。

调研不在动静大小,而在于有没有深入基层,发现了多少问题,从群众中汲取了怎样的智慧,为决策提供了多少依据。调研人员轻车简从、随机走访,走进田间地头、社区楼栋、企业车间,不给基层添负担、不打乱正常工作节奏,在对基层干扰最小中,看到最真实的面貌、听到最真切的心声。

端正工作作风,是开展“无感”调研的前提。各级要深刻认识到调研的目的是发现问题、解决问题,保持内心执着干事的劲头,就会主动放下架子、躬下身子、迈开步子,直奔一线、直插现场。

务实调研功底,是开展“无感”调研的关键。无感不是无为,而是为了更精准地感知基层脉搏,需要具备让基层“无感”的经验和能力。比如:在点位选取上,要多看“后院”和“角落”,少看“门面”和“窗口”。在解决问题上,能当场解决的当场协调,不能当场解决的带回研究、限期反馈,让每一次调研都能落地见效,真正为基层纾困、为群众解忧。

(作者系杭州市余杭区纪检干部)



过度依赖

据《中国青年报》报道,越来越多毕业生用AI改简历、为面试“押题”甚至“反向背调”企业,提升效率的同时,简历同质化、过度依赖AI、“赛博小抄”等问题无法忽视。业内人士指出,应把AI当梯子,别当拐杖。求职最核心的——你的真实经历、你的思考深度、你对一家公司的独特疑问、你在压力下保持真诚的能力,必须自己把关。

王铎 作

· 资讯 ·

杭州第一技师学院

融合贯通,凝聚职业教育内涵式发展强大合力

院”目标任务,充分展现技能人才培养紧贴产业、服务地方、支撑发展的鲜明特色,走出一条职业教育和地方产业发展深度融合的内涵式发展新路。

创新模式
构建立体化校企合作育人体系

大家都知道高素质技术技能人才热,但没想到如此之热。杭州第一技师学院“2026年校园招聘会上,格力电器(杭州)有限公司模具保全员、设备保全员等岗位最高月薪可达8000元;某单位物业工程部经理年收入可达二三十万元……用人单位拿出了满满的诚意。

截至2025年底的相关数据显示,杭州第一技师学院学历教育在校生中高级工及以上层次学生占比95.2%,形成以高技能为特色的人才培养结构。更加引人注目的是就业质量:近4年毕业生初次就业率连续保持在98%以上,

留杭率平均达92.81%;用人单位对毕业生职业技能满意度达100%,学校被杭州市政府授予“实施青年就业创业促进行动成绩突出”嘉奖。

杭州第一技师学院的毕业生为何如此供不应求?招聘会上,该学校招生就业处相关负责人道出了其中的秘诀:学校持续深化校企合作机制建设,不断创新多层次、立体化校企合作育人体系,让毕业生质量精准对应用人单位的需求。以学校和杭州安居物业管理有限公司合作的订单班为例,去年11个进企业实习的学生培养结束后10个留在原岗位工作。

随着新一轮科技革命和产业变革加速推进,有着“新蓝领”美称的高素质技能人才有望迎来更广阔的职业发展空间。通过牵头成立区域产业人才培养联盟,与西门子(中国)有限公司、西子联合控股集团等67家行业龙头企业建立稳定合作关系,其中世界500强或国内排名前三的合作企业达23家;先

后成立医药健康、餐饮休闲、智能控制、生态园林等7个产业学院,共建企业学院20个、产教融合实训基地5个,开设订单班、冠名班21个,累计培养学生超过900人;持续推进新型学徒制培养,合作企业拓展至41家……各种各样的校企合作育人模式让杭州第一技师学院的人才培养质量获得行业企业的高度认可。

优化专业
让技能培养与产业发展同频共振

以金鹰之姿逐梦技能之路,以匠心之力成就人生价值。4月28日至30日,杭州第一技师学院第二十届技能运动会如期举行。运动会现场聚集了工艺发展热点,2024年新设招生的人工智能技术应用专业,特设“人工智能训练”校级竞赛项目。参赛选手现场展示机械臂抓取、机械臂舞蹈等实操展演,新奇炫酷的智能科技表演,吸引大批师生

驻足围观、争相观看。

作为学校技能育人、教学改革、产教融合的重要载体,杭州第一技师学院技能运动会已走过二十届历程。50项校级项目和51项二级学院项目的精彩演绎,全面呈现了学子们自信、敏锐、坚韧、致远的“金鹰文化”精神内核。“本届技能运动会紧密对标浙江省‘415X’先进制造业集群、杭州市‘296X’先进制造业集群布局,实现技能培养与产业发展同频共振。”杭州第一技师学院相关负责人说。

在职业教育从“粗放增长”向“内涵建设”转变的过程中,因地制宜精准定位办学方向,优化调整专业设置,已成为关键抓手。

从传统工艺到现代智造,学院招生专业由17个拓展至26个,形成以医药制剂、餐饮休闲两大高水平专业群为引领,智能控制、智能制造、生态园林、数字信息协同发展的“2+4”专业群体系。电气自动化设备安装与维修、数控

加工、无人机应用技术等9个专业成为全国技工院校工学一体化建设专业,工学一体化课改专业比例达84.62%……“十四五”期间,与区域产业需求高度耦合,杭州第一技师学院交出了一份高质量的专业“答卷”。

内涵式发展是职业教育高质量发展的必由之路。在加快构建具有浙江特色的现代职业教育体系的新征程上,杭州第一技师学院坚守技能育人初心,深耕产教融合,让金鹰品质与匠心精神在之江大地熠熠生辉。



杭州第一技师学院临安校区

图片由杭州第一技师学院提供



■ 张卉卉 朱炜

近日,杭州第一技师学院一年一度的校园招聘举行,百余家行业领先企业进场揽才,涵盖智能控制、精密制造、生物医药、生态园林及高端餐饮等诸多领域。短短一个下午,1000余人次实习就业意向的快速达成,充分体现了该学校毕业生在就业市场上的强大竞争力。

职业教育内涵式发展,要求从规模扩张转向质量提升,其核心路径在于全方位的“融合贯通”。近年来,杭州第一技师学院聚焦“打造‘特色鲜明、全省一流、国内领先、国际知名’一流技师学