

# 短视频政治传播的特征、风险及其治理

张爱军

西北政法大学 新闻传播学院,陕西 西安 710063

**摘要:**短视频政治传播具有情感性、热点性、“吸睛性”、生动性、意识形态性等特征。短视频政治传播的特性本身预示着不同性质的风险:显性风险和隐性风险。显性风险包括国家安全受到威胁、宏观政策去中心化、基层公信力空心化、短视频的“硬宣传”与“软宣传”重心失衡、主流意识形态失焦等,隐性风险包括内在逻辑风险和不可测不可控且难以预知的风险。应采取平台治理、网红治理、技术治理、伦理治理和法治治理等措施来规避政治传播风险。

**关键词:**短视频;政治传播;风险治理;公信力

**中图分类号:**D034.5;G206 **文献标识码:**A **DOI:**10.12186/2024.05.008

**文章编号:**2096-9864(2024)05-0065-08

中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第53次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2023年12月,我国网民规模达10.92亿人,较2022年12月新增网民2480万人,互联网普及率达77.5%,新入网的2480万网民中有37.8%的人第一次上网时使用的是网络视频应用<sup>[1]</sup>。随着观看和使用短视频网民的增多,短视频政治传播的体量也会随之加大。宏观政治传播具有权威性、普遍性、抽象性和灌输性等特征,这使得其难以落实到每一个具体的且具有情感的个体身上。因此,短视频政治传播的主基调是微观政治传播。微观政治传播是具有个体性的政治传播,情感性、热点性、“吸睛性”、生动性、意识形态性是其主要特性。短视频政治传播采用图片、调侃语言等大众喜闻乐见的形式,传播力和影响力较强。尤其是短视频的政治网红,在微观政治传播中具有导向性

功能,这可以从短视频的粉丝数量、点赞数量、评论数量、转发数量得到验证,在围绕短视频的政治网红身上形成的政治舆论得以体现。短视频政治传播既带来了政治传播的结构性生态变化,也带来了相应的结构性风险,需要采取有力措施予以规避。鉴于此,本文拟分析短视频政治传播的特征、风险及其治理,以为学界研究这一现象提供理论参考。

## 一、短视频政治传播的特征

短视频既有个人制作,也有团队制作。短视频传播的内容是多方面的,有政治、经济、文化、社会、教育、娱乐等方面的内容。就涉及的范围来说,有国际传播和国内传播,短视频政治传播主要是传播非敏感政治内容,这是因为传播敏感政治内容会被销号。短视频的政治传播具有以下特征。

收稿日期:2024-04-18

基金项目:国家社科基金重大项目(22&ZD028)

作者简介:张爱军(1962—),男,辽宁省建平县人,西北政法大学教授,博士,博士生导师,主要研究方向:网络政治传播。

### 1. 短视频政治传播的情感性

网络政治传播都受情感支配。短视频政治传播以情感为基本动力,若没有政治情感,其影响力就会不断减弱。情感可分为正向情感和负向情感两类,正向情感与负向情感既相互独立又能在一定条件下相互转化。一方面,正向情感能够促进政治传播效果的最大化,强化公众对政权组织的认同,在进行政治动员、达成特定的政治意图等方面效能显著;负向情感能够扭曲、破坏甚至颠覆政治传播意图,造成混乱无序的政治传播语境,损害政治传播机制,对政治决策造成压力<sup>[2]</sup>。只有政治情感传播才能引起网民的共情、共振和共鸣。短视频政治传播以激发网民的政治情感为目的,没有政治情感,短视频政治共情的传播力、影响力、引导力就会下降。这也可以解释为何短视频里理性的声音往往粉丝少,传播力、影响力、引导力不足。

短视频政治传播成为政治情感表达的工具。政治情感吸纳的目的是维护政治稳定与安全,并成为网络民主的组成部分。情感成为新型政治工具,被不同主体吸纳以进行策略化、工具化调用。情感的政治吸纳分为以政府为代表的主流政治情感吸纳和以社会为代表的非主流政治情感吸纳,前者旨在通过情感吸纳达到提升政治传播效果、强化政治共同体认同、优化政治社会治理、促进政治社会稳定,后者旨在通过对情感因素的调动和策略性运用实现民意汇聚、舆论制造、利己获益。总之,情感的政治吸纳是政治主体与社会主体在情感领域的权力博弈,也是情感武器化、工具化、策略化使用的表征<sup>[3]</sup>。网络短视频政治情感吸纳有利于网络政治社会的和谐与稳定,使网络上的全过程人民民主落到实处,实现网络治理体系和治理能力现代化,并相应转化为网络上的效能优势。短视频政治传播的优势在于政治情感化,培养网民对国家的认同度、忠诚度,使其成为有坚定立

场的政治人。“倘若信息内容不能感染人、触动人心,使人心悦诚服,那么就算它来自可信度极高的信源最后也终归无效。”<sup>[4]</sup>短视频政治传播的内容就具备上述功能。

### 2. 短视频政治传播的热点性

短视频政治传播主要传播政治热点,根据热点信息、热点事件、热点人物、热点政治等,发表政治评论,即所谓的“蹭热点”。近年来,新媒体舆论场上“蹭热点”言论表现为以下三种情形:一是通过参与话题“刷存在感”或“博出位”,吸引公众或有关部门的注意;二是通过微博、微信、贴吧等社交平台发布信息,罔顾真伪、追求爆点,赚取点击量和转发量;三是一味追求速度、拼抢时效,缺乏调查核实而急于表态,导致言论信息失实。对于一些自媒体平台来说,“蹭热点”存在难以抗拒的风险红利,舆论关注度、声誉和效益均可获得提升<sup>[5]</sup>。短视频政治传播不但“蹭热点”,而且使“蹭热点”升温。这在国际政治舆论场上表现得尤为明显,如俄乌冲突、以色列与哈马斯冲突、以色列与伊朗冲突,网红通过这些国际热点事件,吸引大量粉丝跟进。“蹭热点”的短视频政治传播主要是基于微观政治、基层执法部门的暴力执法、腐败官员的曝光之后的评论、调侃、嘲讽、攻击和谩骂。

### 3. 短视频政治传播的“吸睛性”

短视频政治传播源于使命感、利益驱动、追求名誉、追求权力。短视频政治传播负有不同的使命感,如具有弘扬社会主义核心价值观基调的使命感、民族主义基调的使命感、民粹主义基调的使命感、国家主义基调的使命感等。这种使命感在短视频政治传播中很常见,但如果摆出理性中立客观的“理中客”,粉丝少、点赞少、评论少、流量低、关注度低,难以发展成网红。利益驱动则表现为粉丝经济、流量经济和直播带货。通过短视频政治传播而追求经济利益往往打着所谓“爱国”的名义,这样做有利于

吸引粉丝、赚取流量,点赞多、评论多、关注度高,进而不断扩大影响力。短视频在传播意识形态上具有极端化特征,这导致政治舆论不断升腾,更容易“吸睛”。这样的“吸睛”行为更容易造就网红,提升政治网红的名誉和地位。政治网红一旦有了名誉地位,就会追求网络上的权力,通过网络上的权力实现赚钱的目的。短视频政治网红传播政治内容时,都具有各种各样的风险,如政治信息不足、政治判断力不高、传播虚假政治信息、政治造谣造谣、碰触政治红线等,一旦遇到这些问题,政治网红人设就会迅速崩塌。

#### 4. 短视频政治传播的生动性

短视频内容丰富、形式多样、语言夸张、图片文字生动。社交机器人、ChatGPT、Sora 等新兴技术为短视频政治传播提供了便利,人的情感变成了人机交互的情感,人的政治情感也变成了人机交互的政治情感。这使得短视频政治传播形成新的政治情感,并产生政治情感依赖,甚至成为政治情感的“精神伴侣”,并使社交机器人、ChatGPT、Sora 扮演政治身份。ChatGPT 的语言生成技术使其具有自然流畅且符合语境情感的文字表达,内容输出具有复杂性和多样性,能够为用户提供丰富的交互体验<sup>[6]</sup>。Sora 能够生成跨越不同持续时间、宽高比和分辨率的视频和图像,甚至可以生成一分钟的高清视频,从而突破以往文生视频模型只能执行针对特定类型、较短长度或固定分辨率的视频生成局限,并提升了视频生成的可扩展性。由 Sora 生成的网络政治视频不仅能够满足视频制作者对于视频清晰度、运镜和真实性的要求,保障视频文本的高质量输出,还能极大提高网络政治视频的生成效率,加速网络政治视频的生成。2024 年 4 月 6 日,来自初创公司 Hume AI 的产品 EVI 发布,能够进行在线交互的 Demo 也正式公开。与 ChatGPT、Claude 3 等基于文本的聊天机器人不同,EVI 为纯语音交互,强调通过分

析人类言语和声音,来理解人类用户最真实的心理状况<sup>[7]</sup>。可见,随着生成式人工智能的不断更新,短视频的生动性会越来越强。

#### 5. 短视频政治传播的意识形态性

短视频传播从意识形态来说,可以分为两大类:一是短视频意识形态传播,二是短视频非意识形态传播。短视频非意识形态传播基本上秉承娱乐主义路线,娱乐主义路线一方面具有消解、解构、取代短视频意识形态的可能性与现实性,另一方面也具有互不干扰、与短视频政治传播并行的特点。短视频政治传播既包括主流意识形态,也包括非主流意识形态。短视频传播意识形态既有主流意识形态对非主流意识形态的引导、控制,也有非主流意识形态对主流意识形态的干扰、侵袭、解构与消解,二者处于博弈的状态。应该看到,在以个性化和亲民性为普遍特征的媒介生态中,主流媒体严肃的甚至说教式的宣传对大众的吸引力显得不足<sup>[8]</sup>。也就是说,网民制作的短视频的功效要强于主流媒体发布的短视频的功效。

## 二、短视频政治传播的风险

政治安全,从积极的角度上说是采取措施抵御和防范风险;从消极的角度上说是没有外在的风险。要保证短视频传播的政治安全需要采取措施抵御和防范风险,使其没有外在的风险。习近平总书记指出:“坚持人民安全、政治安全、国家利益至上的有机统一,人民安全是国家安全的宗旨,政治安全是国家安全的根本,国家利益至上是国家安全的准则,实现人民安居乐业、党的长期执政、国家长治久安。”<sup>[9]</sup>网民具有使用短视频进行政治传播的权利,而保证短视频传播的政治安全也是构成国家安全的内容之一,其对于实现人民安居乐业、党的长期执政、国家长治久安具有重大意义。短视频政治传播,一方面具有正向功能,从宏观上保障国家安全,从微观上平衡网络舆论生态,使舆论良性

发展,开启民智,提升网民认知,减少信息差,打破信息蚕房,防止“圈层化”;另一方面具有负向功能,导致各种各样的显性和隐性风险,进而从各个层面威胁国家政治安全。

### 1. 短视频政治传播的显性风险

短视频政治传播的显性风险包括国家安全受到威胁、宏观政策去中心化、基层公信力空心化、“硬宣传”与“软宣传”重心失衡、主流意识形态失焦。国家安全的根本是政治安全,国家安全风险的核心是政治安全的风险。这些风险并不完全是独立的,而是互相影响相互渗透的。

其一,国家安全受到威胁的风险。短视频政治传播应该以国家安全为主线进行传播,但由于其属于自媒体政治传播,受自媒体个人知识结构、意识形态、价值观念、个体认知、个人经验、个体情感的影响,其在维护国家安全的同时又可能陷入破坏国家安全的悖论,从而给国家安全带来显性风险。自媒体由于缺少专业知识和训练,往往信口开河,追踪热点事件却鲜有专业评论,甚至造谣传谣信谣;罔顾事实的意识形态先行站队;对社会主义核心价值观进行片面传播,忽略了社会主义核心价值观的整体性、系统性和内在统一性。短视频政治传播的制作群体认知多元,低层次认知极化,往往以个体经验裁剪事实、区隔事实、排斥事实,使事实符合个人经验。令人反感的事实查验则会刺激人们产生愤怒感,带来对新信息的抵制<sup>[10]</sup>,这导致个体情感传播代替理性传播。短视频政治传播者凭借强烈简单的观念,吸引受众喜爱,这使其进入无意识领域,变成一种强烈的情感<sup>[11]</sup>。短视频的情感化特征对于国家安全的破坏力巨大,不仅会影响国际关系的正常化,也会影响国内政治、经济、文化和社会的和谐与稳定,从而给国际和国内和平、安全、稳定、繁荣造成威胁。

其二,宏观政策去中心化的风险。宏观政策包括经济宏观政策、政治宏观政策、文化宏观

政策和社会宏观政策等,宏观政策出台和实施的目的在于推动政治进步、经济发展、文化繁荣、社会和谐。宏观政策具有权威性、普遍性、抽象化的基本特性,如果不经过有关部门阐释,普通民众很难理解其要义,所以需要专家的专业化、细化的解读,网民才能理解和领悟宏观政策的内涵和内容。尽管如此,短视频传播宏观政策时仍是从其个体视角出发,去宏观性、去权威性、去普遍性、去抽象化、去中心化,把宏观政策纳入个体能理解的范围,使宏观政策被个体解构化,导致宏观政策或者扭曲变形,或者难以落到实处。短视频制作者的解读形式多种多样,基本特征是情感化、形象化,通过制造生动的视频、图片等去中心化,使宏观政策偏离了其基本目标。

其三,基层公信力空心化的风险。基层公信力涉及的是微观政治权力及其导致的微观政治。差序政治是中国政治的基本特征。差序政治包括横向差序政治和纵向差序政治,前者是“由内而外”“由近及远”的政治,后者是“自上而下”“由远及近”的政治。我国社会信任和政府信任之间存在反向差序现象,最突出的是社会信任表现为“由内而外”“由近及远”的信任向度和差序结构,而政府信任则表现为“自上而下”“由远及近”的信任向度和差序格局<sup>[12]</sup>。“信上不信下”“央强地弱”的低信任度是基层微观政治的基本特征。在这样的信任差序格局的影响下,短视频政治传播往往具有“坏消息传播综合征”,即“好事不出门,坏事传千里”,并把微观权力和微观政治坏的方面无限夸大传播。部分民众虽然经常接收来自主流媒体的政治新闻和信息,但对公务人员、政府机构乃至政治体系非但不认同、不信任,甚至反而表现出怀疑、抱怨、愤恨和犬儒主义情绪<sup>[13]</sup>。在这种情况下,若短视频过度传播微观权力滥用事件就会使得属地声誉受损,导致地域歧视、经济滑坡、基层公信力降低,从而引发基层不稳。

其四,短视频的“硬宣传”与“软宣传”重心失衡的风险。在传统带有说教性的“硬宣传”中,主流媒体与政务新媒体呈现更强的亲民性、互动性和融合式传播趋向,营造人际化的政府公众关系,形成传播力更强的新媒体宣传矩阵<sup>[8]</sup>。一方面,在社交媒体场域,主流媒体与政务新媒体在传播内容、话语风格和传播载体等维度上进行革新,形成了凸显亲民性、互动性和融合式传播的“软宣传”。“软宣传”能敏捷地传递主流价值观,彰显党的执政能力与国家治理能力在数字时代的适应性提升<sup>[8]</sup>。另一方面,政治冷漠与虚假消息传播会使得公众逐渐丧失对政治生活的认知和判断能力,更容易受到非理性或虚假信息的误导<sup>[8]</sup>。受到非理性或虚假信息误导的心理根源在于,无论是“硬宣传”还是“软宣传”,对于主流媒体来说都是宣传而不是传播,宣传变成了说教,短视频对这种宣传具有了免疫能力。短视频本身的娱乐化功能具有解构和稀释的能力,从而使宣传的重心转移到娱乐、休闲、“躺平”、逃避上来,追求个体的享乐。通过短视频解构,“政治传播”变成了“政治宣传”,导致其处于“失重”状态。

其五,主流意识形态失焦的风险。主流意识形态和非主流意识形态同时存在。非主流意识形态的自媒体虽然面临着被销号甚至违法判刑的风险,但对非主流意识形态的狂热和追求流量赚钱对其有极大的吸引力。随着媒体市场的选择多元化与受众分化,商业媒体与自媒体往往追求盈利而生产受众偏好的内容。商业媒体和自媒体为了迎合受众个性化、多元化、娱乐化的需求,提供了大量供人们消费的软新闻,媒介渠道的多元化与软新闻的膨胀极大地改变了媒介生态<sup>[8]</sup>。这一方面形成了媒介化社会,也带来了媒介化风险。媒介化的风险体现在短视频传播意识形态上,就是主流意识形态失焦,主流变成了非主流,即粉丝少、评论少且千篇一律,从而导致其影响力、控制力和引导力不断减弱。

## 2. 短视频政治传播的隐性风险

短视频政治传播的隐性风险包括内在逻辑风险和不可测不可控的风险。短视频政治传播的内在风险是短视频自带的风险,只要短视频存在,这些内在的政治风险就以隐性的方式存在,一旦受到外在因素的影响,其隐性的风险就会转化为显性的风险。显性风险与隐性风险同时存在,并且相互影响。不但如此,两者还会相互叠加,生成系统性风险。

其一,内在逻辑导致的风险。短视频政治传播具有自由性,这不仅意味着善和美好,还意味着义务、责任、代价和风险。自由的风险逻辑也是短视频政治传播的风险逻辑,这种风险是由自由本身带来的,是难以避免和克服的。短视频传播具有平等性,每一个短视频制作者都是传播的主体,他们是平等的,但政治传播的过程和结果是不平等的。这或者是资本平台或者是公共权力干预的结果,或者是短视频平等竞争的结果。大量政治网红的出现,就证明了短视频政治传播结果的不平等。

其二,虚拟性导致的风险。短视频政治传播具有虚拟性,短视频社交机器人、ChatGPT、Sora等生成式人工智能在不断提升本身的虚拟性速度、水平、程度,也给短视频的深度伪造带来不可预知的内在风险。深度伪造技术是深度学习和伪造的合成词,是指借助机器学习合成音频、图像和视频从而形成内容的技术,是人工智能技术发展一定阶段的产物<sup>[14]</sup>。人物伪造、场景伪造、语言伪造、环境伪造等会为政治传播带来深度的不确定性。

其三,“黑天鹅”事件与“灰犀牛”事件并发的风险。人们习惯以自己不堪一击的信念和有限的生活经验来对待和解释他们在生活当中所遇到的一些难以预见而往往具有意料之外重大冲击的稀有事件,且他们最终被这些“黑天鹅”事件所击败<sup>[15]</sup>。短视频政治传播的“黑天鹅”风险,更是短视频制作者难以预料到的,甚至一

个小小的并没有掺杂着政治因素的搞笑事件,也会被政治吸纳,并构建出一个小概率的政治事件并快速传播,也因此导致短视频被减流量、销号甚至是永久性销号。短视频政治传播还会破坏当地的政治生态,使当地政治生态陷入混乱。“灰犀牛”事件是我们本来应该看到却没有看到的风险,又或是我们有意忽视了的风险。摆在决策者面前的往往不是低概率的难以预测的“黑天鹅”事件,而是高概率的不应被有意忽视的“灰犀牛”事件<sup>[16]</sup>。短视频政治传播的风险不但被决策者所忽视,而且短视频的制作者也忽视了其风险,尤其是政治网红,自视为传播公平正义,却忽视了公平正义本身的逻辑,只是按照个人的喜好和立场传播所谓的“公平正义”。比如,把民族主义和民粹主义极端化视为“公平正义”,对程序正义和实质正义视而不见,从而破坏了公平正义,这导致了短视频视域下的“灰犀牛”事件。更为严重的是,短视频政治传播导致的“黑天鹅”事件与“灰犀牛”事件并发,极大地破坏了短视频的政治舆论生态。

其四,叠加导致的整体性风险。短视频不但带来显性风险和隐性风险,还会带来直接风险。显性风险具有滞后性,直接风险则具有瞬时性和即时性。短视频政治传播带来的直接风险即直接威胁整体国家安全、宏观政治政策、基层公信力、主流意识形态,造成民意与官意、资本、不同群体之间对立。短视频政治传播的显性风险、隐性风险、直接风险具有叠加性,从而形成叠加性风险。

### 三、短视频政治传播的治理路径

对短视频政治传播的治理需要多中心综合治理,政府、资本、平台、网红应各负其责、各尽其职,做到权责统一。针对短视频传播的显性和隐性风险,具体可开展以下方面治理。

#### 1. 实行多维度平台治理

对短视频政治传播的平台治理具体包括以

下两个方面。

其一,国家应加强对平台的治理。对短视频政治传播的治理主要是来自国家的治理。国家治理主要涉及立法和政策层面的治理。立法层面的治理主要通过立法反垄断。仅在2021年,国家就在这方面连续出台了多个立法:2月7日,《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》发布,明确了对平台经济开展反垄断监管的原则;10月23日,全国人大常委会发布《中华人民共和国反垄断法(修正草案)》,提出市场集中的“安全港”制度与经营者集中审查“停钟”制度;10月29日,国家市场监督管理总局又发布了《互联网平台分类分级指南(征求意见稿)》和《互联网平台落实主体责任指南(征求意见稿)》,将互联网平台根据体量与功能划分为三个等级与六个类别,并提出了开放生态等多方面的合规要求<sup>[17]</sup>。政策层面的治理主要通过出台一系列政策。中国的互联网政策总体可划分为四个阶段:推动数字基础设施建设的政府主导阶段、兼顾产业扶持与行政控制的专项治理阶段、以内容治理为核心的强化监管阶段、以数字经济和平台治理为重心的监管统合阶段。国家主导、实用主义与行政监管贯穿互联网政策变迁的始终,发展实用主义是中国互联网政策变迁与平台治理的内在逻辑与核心理念<sup>[18]</sup>。确保党对政治权力的绝对领导,实现党长期执政的目标是根本,这决定了国家对互联网发展的主导动力机制,以及互联网治理中政治较严格、经济较宽松的区隔<sup>[18]</sup>。此外,政府相关部门还应对平台进行约谈,官方媒体还应定期公布禁用词汇。

其二,平台应自治治理。如果说国家通过立法和政策对短视频进行“他治”的话,那么短视频平台还需要自治。自治治理即在国家立法和政策的框架下的自治治理。在短视频政治传播方面,短视频平台通过限流、销号等方式对短视频的敏感话题进行主动限制,进而规避其风

险。只有平台的自治治理,才能使国家立法和政策落到实处,才能使平台在自己的责任范围内实现一定限度的自治。

## 2. 加强对短视频政治网红的治理

短视频政治传播的风险与粉丝多少存在着正相关关系。短视频政治传播的风险主要是政治网红传播带来的风险。普通政治网民粉丝少、影响力低,政治传播的风险较小。人天生是政治动物,无论在哪个平台,都会有部分网民对政治抱有独特的偏好,议论政治成为这部分网民的主题。但网民对政治的理解不同,对同一政治问题会产生不同的看法,得出不同的结论。议论政治却不理解政治,网民们迫切需要对政治理解的引导,于是就产生了一部分政治网红。政治网红发挥着政治引导的作用。但政治网红的认知层次不同,也导致了政治网红的分化,形成不同的政治圈层。短视频政治网红的政治传播一方面加强了网民对政治的认识,另一方面也使网民偏离健康的政治认知。对短视频政治传播的治理,主要是对短视频政治网红的治理,可根据其危害程度对其采取约谈、规训、政策引导、法治教育等方式。

## 3. 采取多中心化的技术治理方式

短视频政治传播的风险随着技术迭代而不断生成叠加式风险,对其治理是一个复杂的问题。对博客、微博、微信、微信公众号的治理方式显然不适应对算法、生成式人工智能、政治社交机器人、ChatGPT、Sora 的治理。每一种新技术的出现,都会带来新的具有针对性的治理方式。技术治理的方式要奉行以技术制约技术的原则,实行技术的多中心化和竞争化,使不同的技术团队进行合理合法的竞争。竞争是使技术优化、防止技术垄断的主要方式,更能体现以技术制约技术的原则。

## 4. 加强政治伦理规制

“科技向善”是生成式 AI 理性赋能的基

石<sup>[19]</sup>。短视频政治传播需要对其进行政治伦理规制,应以人为本、保障人的政治权利、保障人的政治隐私和政治尊严,以体现政治传播的良善之治。短视频政治传播要承担政治责任,实现其传播与政治责任的统一。2023年3月30日,联合国教科文组织发表声明,呼吁各国政府签署《人工智能伦理问题建议书》,旨在促进人工智能为人类、社会、环境和生态系统服务,并预防其潜在风险。2023年6月14日,欧洲议会投票通过了《人工智能法案》授权草案,从人工监管、隐私、透明度、安全、非歧视、环境友好等方面全方位监管人工智能系统的开发和使用,详细规定了各个市场参与者的义务。短视频政治传播同样需要遵守人工智能的政治伦理,保证政治传播的隐私与尊严。

## 5. 实行法治治理

短视频政治传播的法治治理,从宏观上来说,就是宪法治理,保障宪法赋予的公民权利,同时防止公民权利在短视频政治传播中的滥用。一方面应确定公共权力与公民权利的边界,防止公共权力滥用,另一方面应确定“群己边界”,防止公民权利的滥用。既要保障短视频制作者政治传播的权利,又要防止其滥用权利。比如,干扰社会其他人正常的政治生活,对不同于自己观点的人扣汉奸、卖国贼等政治帽子,甚至通过人肉搜索、政治诋毁、政治谩骂、政治除奸等来排除所谓的“异己分子”。短视频政治传播不但需要宏观上的宪法约束,也需要把宪法权利细化为具体的法律条文,唯有如此,才能体现法治的要义和精髓,使公平正义落实到每一个人身上。

总之,以上治理内容是根据治理的实践逻辑和实效性展开的。平台治理见效快,尤其是对平台的政治网红治理见效较快。政策治理相对迟缓,技术治理需要相应的技术改进,这需要一个过程。伦理治理更是一个长期的过程。法

治治理之所以成为最后一种治理方式,是因为法治治理需要证据、审理、审判的时间成本和精力成本,其实践过程更长。

短视频政治传播具有自身的特性和功能,也具有政治传播的风险,发挥短视频政治传播的正向功能,限制短视频的负向功能及其带来的政治风险,需要对短视频政治传播进行综合而细化的治理。另外,短视频政治传播的不可预知风险,也使得其治理是一个动态化的过程,不可能一蹴而就。

### 参考文献:

- [1] 中国互联网络信息中心. 第53次中国互联网络发展状况统计报告[EB/OL]. (2024-03-22)[2024-04-16]. <https://www.cnnic.net.cn/n4/2024/0321/c208-10962.html>.
- [2] 张爱军,梁赛. 论情感在政治传播中的作用:一个新的视角[J]. 中国社会科学院研究生院学报,2020(4):72-80.
- [3] 张爱军. 情感的政治“吸纳”:类型、表征及风险规制[J]. 重庆工商大学学报(社会科学版),2023,40(3):10-21.
- [4] 李彬. 传播学引论[M]. 2版. 北京:新华出版社,2003:244-245.
- [5] 孟威. 透视新媒体舆论场“蹭热点”现象[J]. 人民论坛,2020(3):98-99.
- [6] 张爱军,杨程曦. 智能交往与微粒社会:人与ChatGPT交互的政治情感连接以及政治情感风险与调试[J]. 行政论坛,2023,30(6):32-42.
- [7] 博雯. 靠AI共情人类,这家公司刚融了3个亿[EB/OL]. (2024-04-08)[2024-04-16]. <https://mp.weixin.qq.com/s/8CwcSbe4MVIC-Hgu2EUzag>.
- [8] 张开平,孟天广,黄种滨. “软宣传”的兴起、特征与效果:基于2009—2023年主流媒体与政务新媒体的大数据分析[J]. 新闻与传播研究,2023,30(12):86-103,128.
- [9] 习近平. 习近平谈治国理政:第3卷[M]. 北京:人民出版社,2020:218.
- [10] 周睿鸣,刘于思. 客观事实已经无效了吗?——“后真相”语境下事实查验的发展、效果与未来[J]. 新闻记者,2017(1):36-44.
- [11] 张爱军,王喜春. 微博“意识形态极化”现象研究:基于勒庞视角的知识社会学探析[J]. 自然辩证法研究,2016,32(1):71-76.
- [12] 项继权,苏岸. 我国政府与社会信任反向差序及其逻辑[J]. 学习与探索,2020(8):27-33.
- [13] 叶杰. 主流媒体使用、官方意识形态立场与民众政治支持:一个基于有调节的中介效应模型的中国网民政治态度实证检验[J]. 国际新闻界,2023,45(11):105-126.
- [14] 张爱军,曹慧雅. 深度伪造与伪造深度:技术治理的边界与限度[J]. 黑龙江社会科学,2021(3):30-36,128.
- [15] 塔勒布. 黑天鹅:如何应对不可预知的未来[M]. 万丹,刘宁,译. 北京:中信出版社,2011:1.
- [16] 渥克. 灰犀牛:如何应对大概率危机[M]. 王丽云,译. 北京:中信出版社,2017:31.
- [17] 张志安,冉桢. 中国互联网平台治理:路径、效果与特征[J]. 新闻与写作,2022(5):57-69.
- [18] 张志安,冉桢. 发展实用主义:中国互联网政策变迁与平台治理的内在逻辑[J]. 新闻与写作,2023(1):89-97.
- [19] 喻国明,滕文强,叶靖怡. 过程性思维:构建技术发展与技术伦理之间的良性互动——负责任创新视角下生成式AI传播生态治理的思考[J]. 传媒观察,2023(12):37-44.

[责任编辑:毛丽娜 王天笑]



引用格式:张爱军. 短视频政治传播的特征、风险及其治理[J]. 郑州轻工业大学学报(社会科学版),2024,25(5):65-72.