



# 要大流量，更要正能量



文/赵威

互联网时代，信息大爆炸。流量越高，意味着关注度越高，变现能力越强。为了流量，一些人没了底线，不择手段：打色情擦边球，无底线蹭热点，卖惨博取同情心，制作耸人听闻的标题，“比狠”直播哗众取宠，任性造假败坏他人名声，拉踩引战，炒作话题……一些只要流量、不顾吃相的行为，甚至违反法律法规和触碰道德底线，网络空间被污染，也让价值取向迷失于流量狂欢。

流量只是数据，本身无对错，追逐流量无可厚非，但要取之有道。如果只为吸引流量而不惜粗制滥造、制造焦虑和违反公序良俗，只会走向低俗、庸俗和媚俗。那样的话，流量越大，危害也就越大。

有人陷入逻辑误区，认为大流量与正能量之间有着不可调和的矛盾。

实际上，大流量与正能量并不冲突，两者不是二选一的关系。前不久，“打工仔小张”制作的名为《如何如何》的短视频系列作品火了，视频教人如何坐高铁、如何一个人看病、如何坐飞机等，短短一个月就吸引了100万粉丝，被网友戏称为“社会生存学顶流”；有50年教龄的杨维云在短视频平台上开设拼音课程，本想面向

学龄前儿童，谁知有一大批不会拼音的成年人成为受众。不只是自媒体，主流媒体也屡屡出现爆款，像人民日报新媒体中心推出的原创动画视频《新千里江山图》等，生动展现新时代10年来中国在各个领域所取得的辉煌成就，这些作品不断刷屏、“破圈”……这样的案例有很多，这也启示我们，获得大流量的前提是产品要实现高质量，“内容为王”永不过时。通过不断创新，以有意思的方式生产有意义的内容，与广大网友产生共鸣，就有成为“顶流”的可能，正向效应也才能发挥到最大。

流量越大，责任越大，端正对流量的认识，守住法律边界和道德底线，以优质内容吸引用户，以优质内容赢得竞争，才能换来有意义的流量、可持续的流量。

要大流量，更要正能量，才能赢得更长远未来。无论是媒体、主播，还是各种网络平台，追求的不应该只是曝光量和传播量，更应该追求传播内容的价值含量和价值增量。

净化网络环境，也有赖于一个完整的监督链条来发挥作用。从鼓励公众广泛监督、畅通监督举报渠道，到平台及时介入、加大封杀力度，再到法律有力跟进、铁腕处理，各司其职、共同发力，就一定能够遏制各种违规违法内容的生产。

流量飓风

图/冯德光

《讽刺与幽默》新媒体



微博



微信



抖音

强国号

下载学习强国APP  
我的一订阅—添加  
讽刺与幽默报