

整治“饭圈”乱象,遏制“流量至上”歪风

让“流量”释放出正能量

海外网 李雪钦

针对“流量至上”不良倾向、“饭圈”(粉丝圈子)部分极端非理性乱象、数位知名艺人出现失德违法问题等,中宣部、中央网信办、文旅部、国家广电总局等多个部门近期出台一系列整治举措,对文娱行业的市场秩序进行整顿,遏制了一些不良网络风气。专家表示,系列整治将对此后文娱生态产生深远影响。除了国家监管层面的重拳出击之外,还需文娱行业各方努力,如艺人自律自爱、粉丝理智追星、平台尽职引导等,让流量向上向善、发挥出正能量。

“唯流量论”破坏行业生态

8月末的一个清晨,从事广告行业的王女士习惯性地掏出手机,准备进入微博、寻艺、百度、腾讯等平台的明星榜单,为自己喜欢的偶像签到打卡等。突然有朋友发信息提醒她:“我们不用做这些数据了,明星艺人相关排行榜取消了。”

今年6月,中央网信办开展“饭圈”乱象整治专项行动,重点打击诱导未成年人应援集资、高额消费、投票打榜、互撕谩骂、造谣攻击、人肉搜索、攀比炫富、奢靡享乐、雇水军、刷量控评等行为。8月27日,中央网信办又发布《关于进一步加强“饭圈”乱象治理通知》,明确提出取消明星艺人榜单、严管明星经纪公司、规范粉丝群体账号、不得诱导粉丝消费、严控未成年人参与等具体措施。随后,微博、腾讯、抖音、百度、寻艺等平台纷纷下线明星艺人相关排行榜。

近年,话题度、曝光率、粉丝活跃度等数据被认为是衡量明星影响力的重要指标,各项攀比时有发生。业内人士指出,粉丝为偶像投票“刷数据”,为的是让偶像在各类排行榜的排名更靠前,从而签到更好的商业品牌、获得更好的影视资源等。“流量经济”的逻辑是流量数据越高,商业价值越大。

重庆工商大学艺术学院院长殷俊接受本报采访时说,“流量”原本是反映舆情热度的重要指标,客观公正的网络流量有助于社会公众和用户筛选和甄别网络内容,关注热点、追踪趋势等。但“流量至上”不可取,当前盛行的“造星”模式导致娱乐业发生“异化”。

“无论是‘饭圈’的扩张,还是流量的膨胀,其实都是移动互联网技术飞速发展、社交媒体广泛兴起以来的新现象、新问题。虽然追星现象早已有之,但只有在移动互联网语境下,才形成了这种偶像依靠流量就能飞速变现的经济模式。”广州大学人文学院教授盖琪认为,在移动互联网时代,一个偶像不需要借助优质作品就可以由资本协助变现。这导致文娱行业降低对艺术水准的要求:就生产环节而言,一些影视创作团队不再把主要精力放在打磨作品上,而是致力于追捧所谓的“流量明星”;就宣传环节而言,一些影视宣传团队也不再把主要精力放在介绍作品的艺术风格或社会意义上,热衷于操控社交媒体和炮制社交话题,在短时间内迅速吸引注意力。

久而久之,粉丝经济、“唯流量论”势必侵蚀文娱内容产业。在首都师范大学文学院文化产业系讲师杨慧看来,“流量至上”出现在互联网时代,通常先“数据至上”,然后“变现至上”,严重影响文娱产业的健康发展。良性的文娱行业,应该是社会效益和经济效益并重。但“唯流量论”使作品的重要程度降低,甚至“作品无须优秀,只要有流量就好”。影视公司和资本方为保障收视率和票房,倾向于选用粉丝基础雄厚的明星。而“流量明星”的报酬往往占据文娱作品成本的绝大部分,这就导致其他制作成本失衡,作品难以优质。

四川大学文化传播研究中心主任王炎龙说,对于“流量”的一味追求和过度崇拜,直接影响整个文化市场的内容质量。如果优质内容无法得到市场认可,一味迎合受众的劣质内容大行其道,长此以往,劣币驱逐良币,可能导致整个文娱市场秩序的失控,对文娱行业的长远发展造成危害。



勾建山作(新华社发)

莫让“饭圈”变怪圈

在追求“流量至上”的错误风向下,资本和平台推波助澜,一些粉丝投入大量时间和金钱追星。今年5月,某平台联合商家策划的选秀投票引发“倒奶”风波,大量奶制品被粉丝购买、开封扫码、用作投票后丢弃,造成不少浪费。对流量的盲目追捧还衍生出大量的“数据注水”、流量造假事件。流量靠“刷”,人设靠“造”,评论靠“控”,口碑靠“营销”……一段时间以来,“饭圈”频频出现粉丝非理性追星乱象,粉丝互撕谩骂、拉踩引战、挑动对立等现象屡见不鲜。

例如,在社交网络中,但凡只要出现明星挂钩的消息,“饭圈”就开展大规模“控评”,在第一时间进行“排队式”表白评论及作品宣传。这些充斥在评论中、让人反感的模式化内容,往往将网友的真实观点淹没,丧失了评论本应展现的真实感与多样性。

过去粉丝的追星活动更多是个人行为,网

络的兴起给粉丝的组织提供了便利。盖琪认为,粉丝如果喜欢一个明星,关注其作品,日常在社交媒体上对其进行一定讨论等,这些都是健康的。但如果通过建立一个组织,要求粉丝必须投票、“控评”、买代言产品等,那就是一种赤裸裸的商业套路,对社会有负面影响。

与从前“远距离欣赏偶像”的粉丝不同,如今“饭圈”呈现出明显的组织性和群体性。王炎龙说,“饭圈”乱象频发,究其原因主要有:网络匿名性削弱粉丝的自我约束力,社交网络传播速度快、范围广,粉丝非理性的情绪容易扩散蔓延;资本市场操纵,刺激粉丝群体进行非理性消费;艺人团队纵容,无视或放纵“饭圈”骂战等行为;艺人后援会、“职业粉丝”、“营销号”等煽动粉丝情绪,设立“集资”“反黑”等组织化目标,利用各种规则、话术促使粉丝为艺人刷评论、做数据等;普通粉丝盲目从众跟风,容易产生情感冲动,缺乏自己的判断力,从而产生非理性行为。

在殷俊看来,这些问题给社会造成的负面影响不容小觑。共青团中央维护青少年权益

《中华人民共和国数据安全法》正式施行

筑牢数据安全之盾

本报记者 龚文静



打造“十五分钟健身圈”

今年,福建省福州市鼓楼区西河智慧体育公园作为省级智慧体育公园示范项目,成为鼓楼区“十五分钟健身圈”(西河片)核心节点,以“免费+低偿收费”形式向公众开放。

据悉,公园内设置30台智能竞赛健身车、椭圆漫步机、体质监测器、智能健身驿站等智慧健身设备,采用太阳能供电,市民锻炼时可看到时间、步数、卡路里等数据,有效提升市民参与运动的互动感和热情度。图为小朋友正在西河智慧体育公园体验智慧健身设备。

谢贵明摄(人民日报)

日前正式施行的《中华人民共和国数据安全法》(以下简称《数据安全法》)是中国为保障数据安全颁布的首部专门性法律,加上此前生效的《网络安全法》和即将施行的《个人信息保护法》,共同组成数据保护领域的“三驾马车”。国家为何如此重视数据安全?针对法律的实施,各方做了哪些调整和准备?

数据成为重要“资产”

《数据安全法》提出,省级以上人民政府应当将数字经济发展纳入本级国民经济和社会发展规划,并根据需要制定数字经济发展规划。

“一方面,数字经济的快速发展助力中国经济实现弯道超车,但发展过程中也出现一些问题,如数据泄露、数据滥用等,急需法律规制。”全国律师协会网络与高新技术专业委员会副主任陈际红说。

规范数据处理流程

网购、打车回家、看新闻资讯……“亲密触屏”成为人们日常生活不可或缺的一部分,在不同的互联网应用场景中,用户往往留下了各种使用痕迹。相关数据如何被后台存储?收集之后将流向何处?

《数据安全法》明确提出,数据处理,包括数据的收集、存储、使

用、加工、传输、提供、公开等。处理数据的部门需要采取必要措施,确保数据处于有效保护和合法利用的状态。

“法律的出台让公司对数据处理有了调整合规的依据。”在某互联网公司数据安全部门的王先生说,首先应分清哪些数据可以采集、哪些在用户授权之后才能采集。比如用户上传留下的行踪轨迹、搜索行为、账号密码等数据,属于个人的隐私数据,不能随意使用。

此外,数据公开相关条例也得到充分明确,如第四十一条提出,国家机关应当遵循公正、公平、便民的原则,按照规定及时准确地公开政务数据。

江西省宜春市大数据发展管理局表示,宜春市近期开始新增数据开放的考核工作,“今年7月起,我们定期对各单位进行数据共享开放的考核,各单位在共享交换平台提供数据后,定期更新政务数据开放目录。”

在大数据时代,数据的静态、局部保护将成为历史,而流动、全面的交互才是常态。“数据是数字经济的‘血液’,需要流动到各处,将其养分充分交换,才能产生质变。”数篷科技首席技术官杨一飞表示,未来应当在法律合规的基础上,将数据安全技术与数据处理的每一个环节,让数据在合法合规的前提下发挥最大价值。

提升全民数据安全意识

《数据安全法》要求,各地区、各部门应当按照数据分类分级保护制度,确定本地区、本部门以及相关行业、领域的重要数据具体目录,对列入目录的数据进行重点保护。

谈到如何对数据分类,宜春市大数据发展管理局表示,政务数据有很多开放给公众查询,比如供水、信誉度查询等,这类数据的划分比较简单。而涉及公安系统的重点人员数据、民政局的婚姻数据等如何分级分类,没有具体细则,还不好把控目录。

盘和林认为,当前海量数据类型多样,对于数据分级分类、数据管理体系设定、数据权属确定,本身存在一定难度,相关工作的开展是一个持续过程。

“重要数据的识别是另一个难点。如《数据安全法》规定,应指定专门的负责人进行重要数据的处理和安全评估,但目前重要数据的清单还有待列出。”陈际红说。

《数据安全法》的贯彻落实,不仅在于配套法规的细化,还需要提升全民数据安全意识并推进数字技术在数据监管领域的应用。

“物联网时代,产生的数据量呈几何级增长。未来应当在数据使用层面提升全民数据安全意识,诸如数据泄露等问题,应鼓励数据受害方对数据侵权人提起诉讼。”盘和林说。