

网上中国

从抢流量到抢内容，社交平台在变化

## 你还在微信朋友圈「晒」吗？

海外网 李雪钦



某用户的朋友圈。

海外网 陈菲扬摄

## 为啥他们不爱发朋友圈了

“工作后突然发现朋友圈已经没有大家生活的痕迹了，不知不觉间变成了驾校招生、教育辅导机构招生、租房中介、办卡卖手机的各种广告。”“微信朋友圈刚兴起的时候，每天各种各样的分享，晒一下吃的玩的，分享各种生活日常，觉得很有新鲜感，一天可以发好几条，但现在一个月可能就发一条，

越来越不喜欢在朋友圈晒了。”……近日，“朋友圈没有了生活痕迹”登上微博热搜，成为网友热议的话题。

为什么很多人不爱发朋友圈了？有专家认为，不少人开始出现“社交媒体倦怠”，不发或停用朋友圈，或者设置一定时间段可见，这主要源于以下原因：其一，庞杂关系带来心理负担，许多人的朋友圈都经历过不断扩容的过程，从朋友到父母、同事、领导、客户、同学、老师，类似的弱关系越来越多时，发朋友圈就降低了分享的乐趣；其

二，过度商业化惹人反感。当朋友圈逐渐成为一个大卖场，商业化趋势愈演愈烈，发朋友圈的动力也就越来越小。

清华大学互联网产业研究院副院长刘大成接受本报采访时说，微信等社交媒体已经成长为一个强大的生态，它可以使人们在线与他人互动、交易和分享，消弭了位置的局限。这使得社交平台能够吸引大量用户，社交平台也围绕其核心业务建立了庞大的产品和服务生态系统，后续还应通过技术和功能的更新等持续优化用户体验。

## 用差异化内容吸引用户

除了微信，还有一些社交平台近几年关注度上升。数据分析平台微播易发布的《2022主流社交媒体平台趋势洞察报告》（以下简称《报告》）显示，从存量角度看，超12亿人都在用的社交APP微信成为社交赛道第一名，其次是抖音、微博、快手，这3个社媒平台在用户活跃度上处于绝对优势地位，B站、小红书、知乎这3个相对小而美的内容社区平台近几年则从不同圈层用户入手，向外扩展，共同撑起社交平台的第三流量阵营。

《报告》数据显示，抖音、快手平台的用户黏性最高，平台与用户的关系最紧密。其中，抖音的用户日均使用时长高达144分钟，用户日均访问次数达20次左右。业内人士指出，社交平台的内容互动分享形式在变化，近几年社交媒体增长最快的抖音和快手，就是依靠平台上的内容吸引了消费者。以前的社交传播主要是图文，现在更多的是短视频，对社交平台的呈现方式提出了新要求。

据了解，B站、小红书、知乎等具有明显的社群属性和圈层属性，精细、垂直、兴趣化聚焦的社交平台逐渐兴起。大数据分析公司“秒针系统”商业智能与分析事业部负责人王玉梅说，早期不少社交平台走的是知识分享的路线。比如，知乎的分享内容更侧重文字类知识，B站则更多的是原创视频。但现在年轻用户有一个明显的趋势，是基于各自兴趣爱好在社交平台上形成不同的群体并聚集在一起，同时他们也更容易受博主的影响。不少社交平台基于这些变化做了新的布局，比如增加不同类型博主的引入，让内容分享更丰富。

“目前做得好的社交平台正在向着知识类平台转变，用专业内容吸引受众，而不

是单纯做商业转化，这才是可持续的。”王玉梅说。

## 避免侵犯个人隐私

伴随互联网成长起来的年轻一代，对网络社交有着天然的亲切感。即使互不相识，也能“云聚”在一起探讨兴趣爱好、消费心得等。近些年社交平台上的“种草”模式非常流行。例如，小红书平台的博主经常输出使用各种产品的真实体验，不少用户将其视为购物参考，一些商家就与博主合作，通过在平台“种草”来培养消费者。

“很多社交平台在培育自己的带货电商阵地，社交平台和电商形成一个相互融合、相互支撑的体系，像抖音、快手已经形成了电商生态和广告生态。”刘大成说。

大家看似都在使用同一个社交平台，但呈现的页面却是“千人千面”，这和大数据基于不同维度的个性化推荐有关，让许多为用户量身定制的广告出现在眼前，其中也包括一些侵害用户隐私的行为。

近日，上海市金山区人民法院审理了一起个人信息保护纠纷案。小雨是某高校法学院学生，作为某知名社交平台的资深用户，对于平台不定期推送的个性化广告推荐深感困扰。为了避免被个性化广告推荐误导，出于保护个人信息安全的目的，小雨希望能彻底关闭该平台个性化广告推荐。然而，在进入该平台个性化广告推荐关闭设置时，小雨发现她只能选择为期6个月的关闭时间，期满后平台将直接自动强制性恢复个性化广告推荐。小雨遂将该社交平台开发运营方告上法院。

为保障个人信息安全，维护公民在网络空间的合法权益，上海市金山区人民法院向该社交平台开发运营方发出司法建议。据悉，平台开发运营方采取相关措施积极整改，对平台中涉嫌侵犯个人信息的设置进行了修改并取消个性化广告的自动恢复。

专家认为，提供广告服务是不少社交平台赖以经营发展的重要业务模式，个性化广告技术是行业内普遍采用的兴趣度匹配方式，新技术的运用也应以法律为准绳，在个性化和用户信息安全之间达到平衡。

刘大成说，社交平台要着眼于长远发展，使用大数据、云计算和人工智能等技术时，应避免侵害个人隐私，造成信息安全问题，影响用户体验。



浙江省宁波市打造的日湖公园，通过数字赋能，将公园前端硬件感知设备与智慧公园管理平台相结合，实现对公园安全防护、维修保养、互动服务等智慧化管理，实现“智”管公园、“慧”及民生。

上图：航拍的日湖公园。

左图：市民在日湖公园智能雾化系统营造的“人间仙境”中打卡游玩。

胡学军摄（人民视觉）

## 中国首个省市级元宇宙研究机构在沪成立

本报上海电（记者沈文敏）在近日举行的上海城市数字化转型体验周的首场主题活动中，上海市城市数字化转型工作领导小组办公室宣布，元宇宙与虚实交互联合研究院入选上海城市数字化转型创新基地，中国首个省市级元宇宙新型研发机构诞生。

据悉，元宇宙与虚实交互联合研究院是元宇宙综合性科技与产业创新平台，以上海市政府倡导的“虚实交互、以虚强实”为核心方向，由复旦大学、中国移动咪咕、腾讯互娱、华为技术有限公司等机构发起共建，北京大学、中国人民大学、浙江大学、南京大学、武汉大学、中山大学、上

海交通大学、同济大学、华东师范大学等全国知名高校的相关机构作为研究共建单位参与。研究院将由国际国内院士专家、元宇宙行业领军企业家组成专家与顾问委员会。

据介绍，研究院将推进元宇宙的理论探索、行业研究、技术研发、生态活动、人才培养、场景打造、产品研制与项目合作，并将基于产业发展阶段与应用需求，以开放的机制接纳更多共建单位加入，逐步推进建设元宇宙与虚实交互联合创新中心、元宇宙赋能中心（创新创业孵化中心）、元宇宙技术实验室、数智人实验室等多个方向的功能性下属机构。

## 让网络空间清朗有序

海外网 李昂尧

为进一步遏制“网络水军”及相关黑灰产业的滋生蔓延趋势，维护网络生态、市场经济秩序和人民群众权益，公安部网络安全保卫局日前在全国范围内启动为期6个月的打击整治“网络水军”专项工作。专家认为，“网络水军”制造虚假流量，不仅损害用户权益以及平台利益，也破坏了互联网生态。打击整治网络违法犯罪活动，深入整顿网上秩序，必须打好“组合拳”，为网民营造一个安全、清朗、有序的网络环境。

## “水军汹涌”破坏网络环境

“网络水军”又名“网络枪手”，他们通常活跃在电子商务网站、论坛、微博等网络社交平台中，伪装成普通网民或消费者，通过发布、回复和传播博文等对正常用户产生负面影响。

根据公安部发布的消息，公安机关网安部门依托“净网”系列专项行动，持续对“网络水军”相关违法犯罪依法开展侦查打击，近3年侦办相关案件600余起，抓获嫌疑人4000余名，取得了初步成效。然而，受“流量经济”“粉丝经济”等因素影响，“网络水军”相关违法犯罪活动仍屡打不绝、屡禁不止。他们或发布违法有害信息“造热点”“蹭热点”，意图操控或扰乱网上舆论秩序，或利用炒作负面信息实施敲诈勒索，侵害群众合法权益，或非法提供有偿删帖和刷量控评炒作服务，破坏市场经济和社会管理秩序。

如此行为一次次挑战网民的道德底线，影响恶劣。例如，国内某选秀团体成员的数据组认证公司被指涉嫌刷单诈骗，其粉丝团体其他成员的粉丝在微博煽动对立、互撕谩骂，甚至在官方媒体账号下恶意控评，造成不良影响。

## 共同斩断相关利益链条

社会各界对“网络水军”反映强烈，群众报案举报、新闻媒体报道等不断聚焦相关突出问题。今年全国两

网安局相关负责人表示，在依法打击相关违法犯罪活动的同时，主动对接有关主管部门，加强协作配合，共同压实网络平台主体责任，携手加强网络生态综合治理。

“要严格按照有关规定完善相关制度，健全内容审核机制，斩断相关利益链条。”中国法学会会员部副主任、中国市场监督管理学会常务理事彭伶认为，网络平台要加强账号运行监管，加大违法违规账号处置力度，建立黑名单账号数据库，严防违法违规账号再次启用。对关系国家安全、国计民生和公共利益等重点领域的信息，网信部门要加大审核力度，确保信息安全。彭伶指出，公众人物特别是娱乐明星，应当更清晰地认识自己所应承担的社会责任，依法宣传自己及作品，引导粉丝理性追星，而不是通过雇佣“网络水军”等非法的方式诋毁、打压同行。

说到底，整治“网络水军”要保持严打高压，协同共管共治。平台、网民、立法、执法、监管等方面要形成合力，齐抓共管，才能抓出结果、管出成效，网络空间也将更加清朗、有序。



徐 骏作（新华社发）