

“饭圈”乱象怎么治

■中国城市报记者 刁静严

“饭圈”是指代“粉丝群体”的网络用语。近年来,在资本驱动下,“饭圈”曝出的各种负面新闻不断,控评、刷数据、反制黑粉等成为“饭圈”常态,粉丝动辄争斗不休,造成不良网络生态风气,引发社会关注。

从偶像选秀类节目被爆出粉丝集资超百万元,到为“爱豆”投票购买大量酸奶饮品扫码后将酸奶倒掉,再到当红艺人涉嫌违法犯罪时仍有不少粉丝为其摇旗呐喊。如何引导粉丝正确消费,形成健康导向的“饭圈”文化,成为当下亟需解决的问题。

扭曲的粉丝经济

东东是一名追星10年的“饭圈”人士,他在追星方面的消费已有上万元。“以前买几张专辑、买几张电影票就可以支持偶像,现在支持偶像的渠道太多了,粉丝们不仅要买海报、专辑、刷作品浏览量、刷评论,还要购买代言产品,参加集资给偶像过生日等应援活动。”用东东的话说,追星的门槛变高了,似乎也变味了。

东东向记者透露,除兴起的粉丝经济外,“饭圈”还出现了一些不良现象,比如互撕谩骂、拉踩引战、造谣攻击等。有些粉丝耗费大量的时间和精力来“控评”和“刷黑词条”,即粉丝在社交媒体平台为抢占舆论高地,将艺人的正面评论和信息推选上去,增加曝光量,同时把对手艺人的负面内容曝光出来,以“搞臭对方艺人的名声”。而在此过程中,粉丝常常需要创建多个社交媒体账号,多的甚至达到十余个,几个号轮着发评论,“撕”得“腥风血雨”。有时候,粉丝也会身心俱疲。

在北京望京工作的90后白领郭女士在粉丝群里已“潜水”数月,她告诉记者,她在进粉丝群时,会有一些针对艺人的问题,需要答对才能进群。“群里95后和00后占据多数,尤其95后是消费主力,有的粉丝为了支持艺人,每个人会买二

三十张专辑,谁没买专辑会被群主提醒,如果再不消费便会被踢出群。除此之外,还有控评群、集资群,这些种类的群需要完成特殊任务才能留在群里。”

事实上,“饭圈”早已形成了这样的“潜规则”:支持偶像,一定要为偶像做点什么,消费便是最直接的方式之一。

资本裹挟“饭圈”生态

如今,粉丝经济成了互联网娱乐业的新商业模式。艾瑞咨询发布的《中国红人经济商业模式及趋势研究报告》指出,2020年粉丝经济关联产业市场规模超过4.1万亿元,2023年预计超6万亿元。

没有流量,就制造流量。

北京影视传媒从业者张欣然告诉记者,“饭圈”就像一个生态链,艺人发展是有竞争压力的,而资本才是这场游戏规定的制造者。“艺人通常都有签约公司或工作室,有很多资本方支持,资本需要借助明星效应来实现商业目的,有的甚

至会借助相关资源和力量,帮助艺人树立良好形象,洗白劣迹,这些已经成了业内见怪不怪的事情。”

记者调查发现,在畸形“饭圈”文化笼罩下,有人在微博上讨论艺人演技,指出其需要改进的地方,结果被该艺人的部分粉丝发私信恶意攻击,对网友造成干扰。另外,有些粉丝通过不法渠道窥探艺人生活隐私,对艺人造成影响甚至威胁,近年来愈演愈烈的“私生饭”“黑粉”反映了这一问题。

“为艺人花钱、刷流量,这些问题的根本不在于粉丝本身。粉丝只是尽自己所能支持艺人、达到规则要求。更重要的是,制定规则的偶像产业需要整治。”张欣然表示,尽管艺人有可能被包装后炒红,但德不配位的艺人只能赚一时的快钱,走不长远。社会应传递正确、积极的价值观,让粉丝群体认知到“立德树人”,平台方也不应为了商业利益制定一些特殊规则,来诱导青少年粉丝狂热追捧和消费。

需多方发力 重塑健康网络环境

7月20日,共青团中央维护青少年权益部、中国互联网信息中心(CNNIC)联合发布的《2020年全国未成年人互联网使用情况研究报告》显示,去年,我国未成年网民规模达到1.83亿人,未成年网民在过去半年中通过互联网进行粉丝应援的比例达到8%,较2019年的7.3%略有提升,粉丝群体呈现低龄化趋势。

多位业内专家均指出,在资本方和平台的推波助澜下,一些粉丝投入大量金钱和精力打榜追星,部分艺人忽视道德和法律的底线,树立虚假“人设”,传播错误价值导向,给大众尤其是青少年粉丝的身心健康带来伤害,甚至形成非法集资、流量造假等违法犯罪的不良风气,必须多方发力制止扭曲的“饭圈”文化传播开来,重塑健康网络环境。

值得注意的是,中央网信办正在开展的“清朗·‘饭圈’乱象整治”专项行动已取得阶段性成效。数据显示,行动累计清理负面有害信息15万余条,处置违规账号4000余个,关闭问题群组1300余个。该行动将诱导未成年人应援集资、高额消费、投票打榜等列为重点打击行为之首,有效规范和引导粉丝群体理性追星。

此外,记者注意到,由于最近一年来部分明星粉丝群体非理性应援、刷榜等问题愈演愈烈,8月6日,社交媒体平台微博宣布将“明星势力榜”下线,并进行多维度改造升级。

据了解,下一步,中央网信办还将通过加强网上涉明星信息规范、强化账号管理、完善“饭圈”黑产业链打击机制、探索建立粉丝引导机制等方式,完善制度建设,为长效整治和规范粉丝文化打下坚实基础。

青岛:百名党员接力“讲”党史

8月12日,山东自贸试验区青岛片区“百名党员讲党史”活动录制完毕。为庆祝中国共产党成立100周年,青岛自贸片区创新党史学习教育形式,通过“一人讲一年、百人大接力”的方式讲述百年党史中的大事要事、先烈模范人物等。参与者来自全区各行各业的优秀共产党员,其中既有机关工作人员,也有一线工人、个体工商户以及退休老干部等。

按照自行选题、自组素材的要求,他们从不同角度切入,通过演讲、说唱等方式再现百年辉煌党史中的重大事件和动人故事。百集视频制作完毕后,将通过公众号等方式陆续播出,广大党员群众可以随时随地学习党史、了解党史。

中国城市报记者 全亚军
通讯员 张进刚摄



2021年中国城市科技创新指数发布

■中国城市报记者 胡安华

日前,2021年中国城市科技创新指数正式发布。据了解,该指数由北京科技创新中心研究基地和国家科技资源共享服务工程技术研究中心联合发布。

该指数的评估对象涉及中国大陆全部337个地级以上城市,具体包括4个直辖市、293个地级市(含15个副省级城市)、30个自治州、3个盟和7

个地区。在本年度指数排行榜中,总量指数的前五名分别为北京、上海、广州、深圳和南京,这是我国科技创新存量资源最丰富的城市。效率指数前五名分别为深圳、珠海、北京、中山和东莞,这是我国科技创新最活跃的城市。

记者了解到,该指数由科技创新总量指数、效率指数和综合指数组成。其中,科技创

新总量指数旨在考查城市科技创新的现存体量,包括科技创新人才、科技创新机构、科技创新成果等,展示城市推进科技创新的现有基础和实力。效率指数旨在考查城市科技创新的效能,一是引入城市人口数、GDP总量等参数,展示城市单位人口的科技创新人才、机构数量以及单位GDP的科技创新能力;二是以

产业创新规模为分子,科学研究规模为分母,得出产创科研比值,反映城市产业发展中的科研贡献度。综合指数则融合规模指数与效率指数,其中科技创新总量比重占55%,科技创新效率占45%,旨在全面评价城市的科技创新水平。

该指数的发布,旨在通过客观数据分析比较,展示城市科技创新的既有资源、优势与

短板,为政府制定立足本地实际、具有前瞻性的科技创新公共政策提供决策参考。同时中国城市科技创新指数依托的大数据平台为每个城市提供本地所有科技人才、机构、产业和政策的可视化展示平台,辅助地方政府实时掌握和分析本地科技产业创新现状,为智慧政府建设提供数据支撑。