

热搜一旦失去公信力,就会失去生命力



本报评论员
项向荣

热搜作为舆论场的“晴雨表”之一,赢就赢在它的公共属性上,它应该是真实的,不能有利益交换的空间,一旦失去公信力,就会失去生命力。

微博热搜真的能被人为操控吗?一直以来,很多人以为微博热搜榜单是可以被人为操控的,只要花钱就可以上热搜排名,或者撤下热搜。8月23日,微博公布了热搜产品管理等规则,以澄清“花钱撤热搜”等传言,随后相关话题也登上热搜榜。根据微博公告,热搜排序中不存在任何商业售卖位置。热搜榜排序之外,存在两个广告资源位,商业广告会标明“商”字标签。

微博热搜是全网用户都会关注的榜单排行,一些热点事件往往第一时间在微博上爆发,然后登上热搜榜。有用户表示,“喜欢浏览热搜榜,因为能反映一定的社会现象”,这正是微博热搜被追捧的原因。

微博上线这一数据类产品,目的无非是通过这类产品去吸引用户关注度,从而拉动微博活跃度。在商言商,这无可厚非,因为微博的主要营收来自于广告,广告效果又基于

用户活跃度。不过,是否真的如其官方所说的按算法来对热搜榜单进行排序,还得让事实来说话。

这边微博正极力否认“花钱压热搜”,那边“水军”们却仍在四处揽客。据北京商报日前报道,根据“水军”提供的8月微博热搜价格表,3万元可进热搜榜前五。该人士还告诉北京商报记者,“撤热搜也能做,就是价位高一点,不保证都能撤”。北京商报记者据此询问微博方面:用技术手段杜绝不了水军买热搜吗?但微博方面没有给出答案。

所以,尽管在此前回应中,微博给出了热搜及其榜单算法,并且将“买卖热搜”斥为“恶意揣测和谣言”,可网友们并不买账,“你信吗”“自己骗自己”等留言充斥评论区。

2019年,微博热搜被网信办责令停止更新一周,原因是“在蒋某舆论事件中干扰网上传播秩序,以及传播违法违规信息等问题”。

近年来微博各种榜单屡遭质疑,热搜的公信力也受到了极大挑战。所以,想让热搜让人信服,不是一纸声明就可以打消疑虑的。

从表面上看,微博是一款纯商业产品,如何运作是他们公司的事。但如果能通过花钱来“控榜”“刷屏”,通过打点关系来“删文”“封号”,那微博就有可能变成一个完全被资本绑架的产品,存在突破法律和道德底线的风险。

微博作为一家提供搜索、社交服务的互联网平台,其热搜榜单的真实性、权威性是品牌的重要组成部分。热搜作为舆论场的“晴雨表”之一,赢就赢在它的公共属性上,它应该是真实的,不能有利益交换的空间,一旦失去公信力,就会失去生命力。所以,只有严格遵守法律规范,尊重信息传播规律,真实反映民意,加强自身监督管理,同时做好透明度的维护,为社会大众提供一个良好的热搜环境,才能真正获得网民的信任。

被资本绑架的少年团,怎么可能没有铜臭味



本报评论员
魏英杰

孩子就要有孩子的生活,一旦父母或商业机构把孩子当作一棵摇钱树,那么,一切都将变味,孩子将因此失去纯真和童趣。

最小7岁,最大的仅11岁……近日,由7名小男孩组成的偶像男团“天府少年团”宣布出道,并发布了组合单曲。但是,迎接他们的不是鲜花和掌声,而是铺天盖地的质疑和批评。央视网也发表评论称,千万别让孩子金色的童年变成金子的童年。

这么小的孩子,自己当然没什么自主能力,将他们推向娱乐市场的父母和公司,居心可疑。面对质疑,“天府少年团”所属公司回应称,公司不是把孩子当作赚钱工具,而是在孵化具有时代意义的新一代少年榜样。其后又表示,不做饭圈文化,没有资本运作,并将“天府少年团”更名为“熊猫少儿艺术团”。

看到这样的回应,真的有让人哭笑不得的感觉。明明就是搞偶像养成,要硬洗成孵化“新一代少年榜样”;明明就是搞饭圈文化,还要遮遮掩掩。更名这事尤其搞笑,好

像换一张皮,别人就认不出来了。

如果这家公司真的不是为了赚钱,那就该注册为非营利机构或公益组织,而不该是公司,更不该有经纪团队。只要是公司,就有盈利的需求,就有商业运作,不可能做赔本生意。这可不是猜测,天府少年团的幕后操盘者——ASE亚洲星空娱乐和星空文化传媒(成都)有限公司,本就是从事娱乐经济业务的商业机构。

其中,ASE亚洲星空娱乐近些年来陆续进入韩国和泰国娱乐市场,业务以艺人经纪、偶像新人培育、广播电视节目制作等为主。ASE国际偶像训练基地的官方微信显示,其业务范围包括少儿培训、偶像养成两大板块。就这样,还敢说自已不是把孩子当作赚钱工具?

被资本绑架的“天府少年团”,又怎么可能没有铜臭?也许现在这个少年团还处于

“养成”阶段,公司在进行一段时间的投入,但其目标就是从中筛选艺人并谋利。这在国际上已是一套成熟的操作手法,只不过这次把苗头对准了少年儿童。挑选少年儿童包装成偶像团队,按照商业模式进行打包培养,和一般的少年儿童才艺培训,有着本质的区别,前者不仅可能侵占未成年人接受义务教育的时间,还可能出现由于过早参加商演而伤害身心健康的情况。

值得强调的是,无论是孩子的监护人还是签约公司,都没有权利剥夺未成年人的受教育权。对于未成年人参与偶像养成类节目或选秀综艺节目,有关部门已明文禁止,对于相关团体和机构也应加以限制。

孩子就要有孩子的生活,一旦父母或商业机构把孩子当作一棵摇钱树,那么,一切都将变味,孩子将因此失去纯真和童趣。

治理电瓶车乱停放,多方力量要拧成绳



本报评论员
高路

只要达成共识,业主、业委会以及物业一起行动,像云锦城乱停电瓶车的这种现象一定可以改变。

最近,有网友向钱江晚报·小时新闻“记者帮”报料,杭州上城区云锦城小区一些居民把电瓶车停在公共门厅和楼道里。记者调查发现,有一幢楼房的一楼楼道里停了8辆电瓶车,有的在充电,还有人骑着电瓶车进电梯。

乱象背后肯定有各方面原因,有的因为物业管理不力,有的来自业主不够自律。眼下最重要的,是努力结束这种乱象,不要再继续下去。

治理电瓶车乱停放,首先得有运转良好的基础设施。如果地下车库拥挤不堪,进出不便,充电设施不足、电压不足,或者电瓶车频频失窃,势必会迫使一部分业主带车上楼,停到自家门口。管理上并非无从下手,堵塞消防安全通道或者影响楼道间消防安全的乱停放行为,有法律法规管着。今年8月1

日起施行的《高层民用建筑消防安全管理规定》明确规定,禁止在高层民用建筑公共门厅、疏散走道、楼梯间、安全出口停放电瓶车或者为电瓶车充电。

业委会是社区业主自治的执行机构,理应承担起主要的管理职责。要设法做好相关法律法规的宣传,同时对于违法行为,若业主不愿纠正,不妨请执法部门帮助治理。业主公约中的相关条款对小区内公共空间的使用具有约束力,若业主乱停电瓶车,物业可以在业委会的授权下按业主公约来进行处理。管理办法有,得用好用足。

当然,更关键的是拥有电动车的业主要积极遵守相关规定。虽然把车停楼道里,跟爬坡过坎进地下车库相比,要方便很多,却会影响其他居民的正常出行,也威胁公共安全,造成隐患。

长期来看,像治理电瓶车乱停放、垃圾分类这样的事,没有捷径,唯靠水磨工夫。只有长期坚持,通过细致的工作,才能改变大家的习惯,从而形成一股良好的风气和自觉意识。一开始可能困难重重,但长期坚持下来,一定能得到业主的配合和理解。

其实道理谁都懂,都知道这么下去只会越来越乱,受损的是小区整体利益。谁不想有个井然有序的小区环境呢?做不到的原因,无非是大家没有拧成一股绳,只要达成共识,业主、业委会以及物业一起行动,像云锦城乱停电瓶车的这种现象一定可以改变。



扫一扫
一起来评论