

申论热点

娱乐影视评价不能“唯流量”

申论教研组 — 张萌



红领培优 寒假全程

2020你与省考之间 只差一个红领培优 好老师 好课程 好服务

阶段	合计天数	申论	数量资料	判断推理	言语理解	常识判断	模考	报班方式
启蒙阶段	红领培优启蒙阶段学习包						共计4次模考	联系当地 华图教育
基础阶段	12	12	12	12	12	12		
强化阶段	12	12	12	12	12	12		
题海阶段	12	12	12	12	12	12		
巩固阶段	课后130+课时线上模块刷题课程 课后巩固阶段学习包							
冲刺阶段	12	12	12	12	12	12		
合计/天数	61	19	15	10	10	10		

好老师 严选师资，扎根本省一线教学多年，学员好评率95%以上的老师才能成为培优专属师资！

好课程 讲练测评考五位一体，深度剖析基础知识，刷题演练及多次模拟解析找到学会的感觉！

好服务 督学严管，全备考周期的学习规划，全方面的行为管理——只为服务专心备考的你！

更多专属服务：个性化定制复习策略、一对一报考指导、申论批改、线上刷题课程、专属学习资料包……

当地更多课程
扫码查看



红领培优
上岸无忧

第一时间获取考试信息
华图教育微信公众号
扫码关注

huatuv



点击咨询最新考试	http://www.huatu.com/z/zixun/
查看当地更多课程	http://bm.huatu.com/

■ 热点概况

不久前，某艺人用户发布的一条宣传新歌视频的微博，获得了超过 1 亿次的转发。以目前中国微博总用户数 3.37 亿人的比例来看，相当于每 3 名微博用户当中，就有 1 人转发了这条内容。

针对该艺人账号微博转发数据异常偏高问题，新浪微博发布公告，强调明星账号数据异常偏高的背后，是流量“竞赛”已经蜕变为互联网黑产对整个产品和社会的侵蚀，并点出有人依靠“外挂”软件刷数据。

■ 各方观点

曹永寿（北京某数据公司总裁）：它不是由真人刷出来的，而是机器利用软件刷出来的。

新浪微博：作为平台不仅收获不到正常的用户和流量，反而要承担由此带来的风险，因此完全不愿意见到这种“竞赛”继续下去。

吴纯勇（互联网专家）：流量造假违背了诚信的原则。无论是收视率还是自媒体，它的本质其实都是为了追求自身的利益最大化。采取不同的方式，根据所谓的需求，来进行刷量，这样一个不健康的产业链和生态链就慢慢形成了。

■ 深度分析

（一）明星流量造假的原因

1. 粉丝非理性追星，助推假数据泛滥。

为集中力量支持共同的偶像，由粉丝自发组建或经纪公司安排成立的明星微博数据站应运而生。个人转发艺人微博只能算日常签到任务，想要快速增量，花钱买数据早已是粉丝间的共通手法。

2. 流量思维兴起。

在资本逻辑和商业思维的影响下，影视圈出现了“唯流量论”的不良倾向，部分制片方、广告商常常根据粉丝数量和话题度来选取艺人，而有的视频网站为了吸引更多广告和会员，也在购买自制影视作品时以是否有流量明星出演作为重要衡量标准。

3.业界浮躁心态。

影视剧选取演员时不以演技和匹配度为标准，只看数据、热度和颜值。这种以明星、流量为导向，将演员阵容与艺术品质本末倒置的生产机制，将流量明星推上了‘神坛’，更助长了数据造假的气焰。流量明星片约不断，赶场的情况时有发生，有的连拍戏的时间都紧张，只得以念数字代替说台词，靠替身、倒模、抠图等方式完成作品，就不用说体验生活、揣摩角色、锤炼演技、提升修养了。

（二）明星流量造假的危害

1.劣币驱逐良币。

流量明星对流量趋之若鹜，无心精进业务，把精力更多地放在增加曝光率、提高话题度、花钱买粉丝上。真正有实力、肯用心的好演员反而遭到市场冷遇。长此以往，就会出现劣币驱逐良币的情况。

2.消耗观众对影视剧的信心。

影视剧很大部分投资被消耗在天价片酬上，制作成本受到严重挤压，打磨剧本、后期特效等环节就只能因陋就简。资源配置失衡的影视工业结构性问题由此凸显，剧情硬伤、思想空洞、表演拙劣等问题的作品频现，在审美疲劳中消耗着观众对影视业的信心。

3.价值引领缺失。

粉丝群体以正处于人生观、价值观形成的关键阶段的青少年居多，粉丝文化中狂热而缺乏理性的一面在某种程度上会影响他们今后的生活态度和人生道路，在一定条件和情况下对社会主流价值理念的建构产生副作用。

（三）明星流量造假的改善措施

市场和有关部门要加大监管力度。粉丝群体、演艺市场和平台方都需要进行反思。同时也要将影视教育纳入学校教育教学计划，引导学生深入学习影视作品中的英雄人物、先进人物和美好事物，正确看待影视从业人员，不盲目追星。

■ 参考文章

娱乐影视评价不能“唯流量”

近日，央媒发文指出某一亿次转发量微博涉及数据造假，以该种方式营造出来的“流量小生”，将会带坏文艺界的风气，亟须关注与整治。为遏制视频网站之间数据攀比、流量造假，爱奇艺也曾发布声明称，关闭显示全站前台播放量数据，将以综合用户讨论度、互动量、多维度播放类指标的内容热度，在各端逐步代替原有播放量显示。

流量即数据，互联网自诞生始就伴生流量，流量因此成为一种评价指标。商业化进程中，一些明星即使没有作品傍身也能依靠人气赚得盆满钵满。视频播放量也成为衡量一部作品成功与否的重要标准，并且对于商业变现，比如植入广告等具有参考意义。“流量大于一切”成了影视行业潜规则。不少从业者将流量作为目标，为吸引眼球违背行业伦理进行低俗炒作，甚至滋生出刷量、造假等违规行为。

流量不是原罪，错的是急功近利的人。“唯流量”也不是某一个人的错，而是整个影视行业的浮躁功利。既有需要数字为自己商业价值镀金的明星，又有希

望依靠“羊群效应”坐收红利的网络平台，还有吹大资本泡沫的投资人、盲目追星的粉丝，各方推波助澜催生流量产业链。平台设立各种需要流量支撑的榜单，如热搜话题榜、点击率排行单等，营造出一种流量可迅速变现的虚假繁荣。流量崇拜愈发狂热，数据攀比和造假随之而来，热钱快钱攻城略地，“流量明星”应运而生，以IP改编为名的粗制滥造作品不断推向市场，形成恶性循环。说到底，责任心和创作态度的缺失，让流量掩盖了实力，热度大过了品质，以作品质量为核心的评价机制几乎失灵，戕害了影视行业的发展。

随着时代进步，观众的欣赏能力在提升，不再会轻易为流量埋单。随着时代的进步，娱乐圈新旧更替速度之快，让“流量明星”俨然成了“快消品”，热度发酵期逐渐缩短，商业价值被大大削弱。今年暑期，预定的IP“爆款”没爆，几个人气颇高的“流量明星”接连遭遇作品收视率、美誉度滑铁卢，被业内看作“大IP+流量明星”定律逐渐失效，可看成是市场对“唯流量”模式的主动纠偏。

当然，仅靠市场自发调节，短期内无法改变“唯流量”的生态环境，还需各个环节同步发力。爱奇艺关闭显示前台播放量数据让人看到了行业改革的曙光，但仅一家行动还不够，需更多平台跟进；只斩断其中一环也不足以全面消除数据崇拜。应尽快出台政策，对流量造假行为严惩不贷，引导行业去浮躁、挤泡沫，逐步走向规范理性发展。进一步说，流量可以作为评价体系的一个标准，但绝不能是唯一标准。在衡量演员和作品价值之时，不妨将受众群体、互动度、美誉度、影响力等指标容纳进来，让数据脱水，让信息透明，建立更加全面、综合、公平的考量体系。

影视行业的发展需要“源头活水”，但依靠的不是流量，而是实力和定力。告别“唯流量”，抵制刷量、注水，演艺明星专注提升业务能力，作品生产者将

优质内容放在首位，平台当好“把关人”和“过滤器”，观众有态度有品位、不随波逐流，影视行业生态才会越来越好。

（来源：安徽日报，有修改）