

记者卧底调查饭圈灰色产业链 洗脑营销+流量经济,扭曲饭圈文化

“今天没有在群中看到他赞美××,按照群规将他从本群中踢除。”

“××代言了新的产品,我已经入手了,你们也赶紧买,然后发截图。”

“又有人说哥哥的坏话了,大家按照之前统一要求赶紧去评论区反击。”

……

记者近日以粉丝身份加入多位当红明星的粉丝群中,每天都会看到上述类似的对话。这些粉丝群的成员大多是青少年,有些群里的“00后”甚至占了八九成。

饭圈(指粉丝圈子)乱象频现,已经成为当下最受关注的社会现象之一。



关卡诸多入群严格 架构清晰分工明确

记者申请加入多位当红明星的粉丝群,却处处碰壁;偶尔加入的,很快又被踢出了群。

15岁的北京初三学生小可告诉记者,要顺利加入一个当红明星粉丝群,需要越过重重关卡:微博超话等级不低于10级,不仅要关注明星本人还要关注工作室,个人微博中关于该明星的微博数不少于50条;就这样,申请核验后还不一定能通过,即使通过后还有一大堆群规要遵守,稍不注意就会被踢出群。

而想要达到微博超话10级,即使天天签到、发帖,至少也要两三个月时间。

后来,记者通过各种途径加入了5个明星粉丝群,发现这些粉丝群均组织分工明确,下设打投组、宣传组、反黑组、净化组等。其中,反黑

组负责搜索整理明星在网上的“黑料”,便于和其他粉丝一起向平台客服投诉;净化组主要负责微博和其他搜索平台的词条排序。

“有时候明星的单曲关键词是‘难听’,我们会使用难听进行造句,‘××新歌真的不难听懂’,‘××新歌太好听了,果然像我这样唱歌难听的驾驭不了’,来降低单曲与‘难听’一词的负面关联。”天津高一学生小芸在某当红明星粉丝群净化组,她对于“净化工作”颇有心得。

中国传媒大学文化产业管理学院学术委员会副主任、法律系主任李丹林介绍说,“饭”即“fan(粉丝)”的音译,他们组成的圈子就叫饭圈。事实上,这种组织架构清晰明确的饭圈组织,早已成了饭圈文化中的一种常态。

阶层分明拒绝异见 流量造假畸形追星

除控评外,对流量的盲目追捧还衍生出大量的“数据注水”事件。几年前就发生过某明星一条微博转发量过亿的情况,在网上引发一片哗然。随后相关部门对此的监管力度不断加强,在公安部组织开展的“净网2019”专项行动中,北京警方抓捕涉嫌研发上线名为“星援”App用于制造假流量的团伙。

记者调查发现,饭圈有完善的等级规则,内部阶层分明,少部分核心粉丝掌握圈内话语权,当个别普通粉丝发表不同意见时就会遭到围攻。

前几天,在粉丝群里,记者首先肯定了某明星为救灾作出的努力,随后提出一线救灾应当由更专业的人来做的观点。群里立马炸开了锅,不少群友出来指责记者,甚至还有人发私信辱骂记者。

记者在这5个粉丝群里发现,对明星及其行为,都不能有反对哪怕是质疑的声音,即便是提出一些建设性意见,也可能被群起而攻之。

李丹林认为,随着互联网的发展,粉丝和明星发展为可以近距离

深度互动的关系,但在这个过程中产生了许多畸形现象,粉丝会出现一些超越社会伦理底线甚至构成违法犯罪的行为。近年来不断出现的“黑粉”“私生饭”很能说明这一问题。

四川矩衡律师事务所律师郭小明解释说,“黑粉”是指恶意抹黑偶像的粉丝群体;“私生饭”则是指时时刻刻跟踪明星、偷窥“爱豆”,侵犯明星隐私权的粉丝。

今年7月15日,某明星在车中发现疑似定位追踪器,其所属公司发布声明,表示已经报警处理,谴责倒卖艺人家庭住址、拍摄地点等个人信息的行为,劝大家不要相信甚至参与付费获取此类信息。

在某流量明星近期被刑事拘留后,还有很多粉丝在网上留言发表“哥哥是无辜的”“要去劫狱”等言论。“是不是要给××一个机会,官宣请他做代言人,告诉大家还是要给他一个机会,坏人也需要机会,你们觉得呢?”一张某品牌微信群截图激起众怒,品牌方迅速发布声明称,开除所有发表不当言论人员。

资本黑手盲目推动 反复收割粉丝钱袋

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。

集资应援、倒卖门票等都可以作为圈钱的名目。在饭圈,很多粉丝都是通过自发建立粉丝会,还分地区设分支,有后援会总会和分会,根据会员的专长特点,进行“站姐、反黑、打投、宣传、文案”等分工。但随着资本的涌入和利益的诱惑,许多粉丝会不再纯粹。

在饭圈里流传着这样一句话:没钱不要追星。而粉丝们为偶像花的钱,最后很可能落入“粉头”的口袋。

所谓“粉头”,是指最具有号召力的粉丝,熟知艺人的行程安排,所有的现场应援、打榜投票、发布会应援集资等都是由“粉头”进行组织。近年来,经常会曝出“粉头”贪污、卷款跑路等消息。

据了解,“饭圈集资应援”大致可

以分三类:一是包含实物回报的,如卖专辑、周边产品,将所得利润用于支持偶像的相关活动;二是不提供实物回报,但承诺把粉丝的真金白银用于选秀投票、给偶像送礼物;三是说好了为偶像集资,承诺提供回报却不兑现的诈骗行为。

2018年,某明星贴吧吧主在进行交接时,存在一笔算不清的账款,有粉丝质疑吧主贪污了近209万元的宣传费用。随后吧主发布微博澄清并辞职,最终不了了之。

在中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍看来,造成饭圈乱象最重要的一个原因就是流量经济。“流量能代表一个明星的商业价值和变现能力,在一定程度上成了该明星的‘作品’。而在社交媒体广泛发展尤其是自媒体迅速发展的情况下,饭圈经济拉开大幕,明星或背后的资本可以通过传销式营销、洗脑式追星的方式,形成巨大的粉圈来为自己服务。”

饭圈乱象影响恶劣 误导青少年价值观

目前,饭圈中已经有大量未成年人的身影,这些不正当的价值导向对他们影响巨大。

《2020年全国未成年人互联网使用情况研究报告》显示,通过互联网进行粉丝应援成为未成年网民一种新的网上社交与休闲娱乐活动。被调查的所有学历段中,初中生网民在网上进行粉丝应援活动的比例达11%,高中生网民达10.3%,小学生网民有5.6%。

李丹林说,一名合格的艺人,首先在专业技能方面要达到相应的程度。但不少明星,问他有什么优秀的音乐作品,塑造过哪些经典角色,没人能回答出来,他却长期占据网络热搜榜,靠炒作等吸引粉丝,这给青少年提供了错误的价值导向。

朱巍告诉记者,饭圈乱象对青少年产生的最大影响在于,其形成

的价值观游离于主流价值观之外。一些人靠粉丝经济盈利,所做的一切核心是为资本服务,很多青少年表面上是在追星,实质上却是被资本利用进行“传销式洗脑”,让自己深陷其中不能自拔。

“如今,饭圈乱象已经辐射到各个方面,这种因为追星引起的不理性行为,导致一些人对待他人和事也容易偏激。其危害绝不单纯是对未成年人意识的影响,而是可能培养社会极端情绪,因为在许多饭圈语境中,不允许有反对意见,这是非常可怕的一种现象,再不及时整治,后果不堪设想。”朱巍说。

今年6月,中央网信办部署开展为期两个月的“清朗·‘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、投票打榜等行为。

(法治日报)