

观点扫描



公众也应加强思辨意识和理性消费意识。在面对夸张不实的人设和不靠谱的广告宣传时,网民应保持警觉,不轻易被虚假形象所迷,抵制虚假内容的传播,真正让虚假人设包装之风“休矣”。

“王妃网红”集体退网:虚假人设包装当休矣

以豪车、豪宅、名包橱柜为背景,一副异域风情的打扮,再挽着一位异域长相的小伙子,自称“是某某王子的王妃”……近日,曾经掀起“小王妃”热潮的短视频账号集体删视频退网。(12月13日 海报新闻)

据报道,这些账号以虚构的“王妃”身份为核心卖点,以“老公有权有钱”“怀了小王子的骨肉”为流量密码,以“在豪车豪宅中穿金戴银”、孕肚展示为主要视频内容,并通过直播带货向观众推销廉价商品等。

有人认为这种“王妃”人设让人尴尬,也有网友调侃:“哪个国家的王妃会带货?”从反馈来看,公众的情感普遍倾向于对这类虚假人设的强烈反感。

虚假人设现象的蔓延不仅仅是流量经济催生下一时的内容泡沫,同时也折射出网络文化、社会心理和行业生态的深刻问题。虚假人设的塑造迎合了部分公众对财富、权力、名望的崇拜心理。看到“王子王妃”们的奢华生活和所谓的“法国香水”“英国洗衣液”等高端低价物品推荐,可能使受众产生对她们背后所谓王室的盲目仰慕,进而轻信她们推荐的商品或服务。对这些“王妃”而言,这种方式无疑是一条成功的流量变现道路,虚假人设的泛滥营销也进而催生了一些平台的“黑色产业

链”。

此外,泛滥的虚假人设包装严重侵蚀了公众对网络内容的信任。随着更多“网红王妃”携带低廉商品进入带货市场,受众对网红带货的信任度和品牌忠诚度日渐下滑,“虚假人设包装应当休矣”的呼声日渐强烈。其次,虚假人设往往伴随低质内容生产分发,极有可能对年轻人的价值观产生误导。

对此,平台不应为了追求流量而一味纵容,而是应当加强对网红账号的监管和审核力度,特别是在虚假宣传、诱导消费、不良价值导向等方面,要设立严格的审查和督管标准,对商品来源、质量、价格等方面进行全面审查,同时加强对商家和网红的诚信度考评,将违规者纳入准入黑名单平台,主动清理通过虚假人设吸引眼球、攫取利益的账号,对充当账号推手的机构施加相应的惩罚。

公众也应加强思辨意识和理性消费意识。在面对夸张不实的人设和不靠谱的广告宣传时,网民应保持警觉,不轻易被虚假形象所迷,抵制虚假内容的传播,真正让虚假人设包装之风“休矣”。

刘乐怡 来源:红网



夜校的良性发展有利于促进建设终身学习型社会,有关方面不能让几颗老鼠屎坏了一锅汤,更不能让“假夜校”寒了广大求学者的心。

谨防“假夜校”伤了求知热情

据12月13日《工人日报》报道,近来,全国多地的夜校火热“出圈”,凭借超低的价格、丰富的课程,成为不少年轻务工者利用“夜”余时间为自己“充电”的不二选择。然而,夜校火爆的同时,也衍生出课程收费乱、内容质量不高、学员难维权等乱象。

互联网平台数据显示,2023年以来,“夜校”关键词搜索量同比增长980%,“夜校热”可见一斑。

然而,当“夜校热”这股清流逐渐汇聚成潮时,一些商业机构也瞅准了这块“肥肉”,打着夜校的旗号,干起了坑蒙拐骗的勾当。例如,有的机构以低价为幌子招揽学员,课程内容却粗制滥造,师资质量也参差不齐;再如,有的“夜校”实为中介,挂羊头卖狗肉,干起了转卖学员信息的勾当……这些“假夜校”严重侵犯了消费者的合法权益,也挫伤了年轻人业余充电的热情。

压缩“假夜校”的生存空间,相关部门应当加强监管,明确准入门槛,建立健全审批机制,对违规办学行为零容忍,坚决打击“无证经营”和虚假宣传。同时,应建立夜校黑白名单制度,对违规机构及时进行公示。

作为消费者,我们要练就“火眼金睛”,提高自我保护意识。在报名前,应充分了解办学资质、课程设置、师资背景、退费政策等方面,通过正规渠道报名缴费。

当然,“假夜校”出现的根源是利可图,这也从一定程度上折射出时下高质量公益夜校供给的不足。今年3月,团中央基层建设部发布的《青年之家·青年夜校项目实施指引》就提出,通过多元化途径推动夜校发展,包括政府提高文化领域经费补贴,以及与教育机构、社会机构进行公益合作,助推“夜校热”。这也提醒有关方面,在规范营利性夜校的同时,也要加强公益性夜校的供给,发挥基层共青团、工会等组织的牵头作用,整合公共图书馆、艺术馆等单位的文化教育资源,推出性价比更高的夜校课程。

只有政府、平台等各方共同努力,才能为年轻人上夜校提供更多个性化、多元化的选择,让每一份学习的热情都能得到最真诚的回应,让“夜校热”持续升温,照亮更多人的梦想之路。

余明辉 来源:工人日报



这一系列行为背后,折射出的是年轻人对数字时代的权益意识。他们不再满足于作为数据的被动接受者,而是开始主动出击,寻求改变。这种转变不仅是对技术滥用的抵制,更是对公平正义的追求。

“反向驯化”大数据杀熟 亟待根治之声被听见

信息时代,大数据如同一张无形的网将我们的生活紧紧包裹。然而,科技的力量也存在被滥用的风险,大数据杀熟即是其表现之一。近期,由年轻人发起的“反向驯化”行为,吹响了向大数据杀熟“宣战”的号角。

所谓大数据杀熟,是指企业通过分析用户的消费习惯等多维度数据,对同一商品或服务向不同用户展示不同价格的现象。在大数据的加持下,老用户却成为了“冤大头”,获得的是低于新用户优惠待遇的服务。这种行为严重违背了市场公平原则,侵害了消费者权益。

面对平台出现的价格歧视,年轻人不再沉默,而是采取了一系列手段,利用平台的规则漏洞,与之展开了较量,试图打破算法编织的价格陷阱——不少年轻消费者在网络上发声、投诉,这些释放的“信号”也被平台捕捉到,并做出了调整。还有一些年轻人通过更换账号、清除浏览记录、使用新设备登录等方式,伪装成首次接触平台的新用户,以期获得新客专享的优惠。同时,一个虚拟社群悄然兴起,成员们通过统一的昵称、头像和行为模式集体规避算法的追踪,以此表达对大数据杀熟的抗争。

这一系列行为背后,折射出的是年轻人对数字时代的权益意识。他们不再满足于作为数据的被动接受者,而是开始主动出击,寻求改变。这种转变不仅是对技术滥用的抵制,更是对公平正义的追求。

当然,这些“反向驯化”的尝试更多只是一种应对策略。这种做法虽然短期内可能奏效,但长期来看,随着算法的不断优化,其效果将大打折扣。要真正根治大数据杀熟,还得强化源头治理,为其套上制度和规范的紧箍咒。

日前,中央网信办等四部门出台专项行动,其中提到,重点整治利用算法实施大数据“杀熟”等问题,督促企业深入对照自查整改。要求企业将用户利益放在首位,而非单纯追求利润最大化,用实际行动取信于消费者,远离“杀熟”。同时,推动建立第三方监管机构,加强对企业数据使用的监督,保障消费者合法权益。

在这场“智斗”中,年轻人的声音已经被听见。企业、政府、消费者三方面正在共同努力,根治大数据杀熟,让其真正服务于人。

阙心怡 来源:钱江晚报