

乱象/ 虚假恶搞信息多

网民归纳出近段时间出现在微博上的几大不实消息:“双月奇观”、“肯德基饲养怪胎鸡”、“赵薇女儿”照片、“金庸去世”、“东华大学食堂电风扇削死学生”等。去年底香港一著名影视演员的微博被黑客入侵,冒充他的身份发布其退出娱乐圈、离婚及患末期胃癌宣言。尽管当事人发现后第一时间进行了辟谣,但假消息仍然在网上迅速传播。

【记者观察】

腾讯日前宣布其微博注册用户已超过 1.6 亿。此前新浪也宣布,其注册用户数已突破 1.4 亿,全年预计达到 2 亿。作为如今最流行的网络社交工具之一,微博在带给人们便捷的同时,也正在成为虚假信息滋生和泛滥的温床。虚假信息多来自于没有经过认证的微博,一些官方微博的误转加速了谣言的传播。

目前,新浪微博已设立了不实信息曝光专区和微博辟谣的官方账号,发动网民共同举报和辟谣。厦门市公安局提醒,网友在浏览转发微博时,涉及一些敏感的话题可以到政府部门的微博上查询并核实消息真伪,也可以上主流网站进一步核对。

【专家点评】

厦门大学新闻传播学院教师乐媛说,即时资讯与移动社交网络是现阶段微博的鲜明特征。微博传播没有空间限制,容易在短时间内发生虚假信息爆炸式、病毒式传播,对于普通网民而言难以甄别信息的真伪,应提高上网的自律性,对自己言行负责。

乱象/ 草根“牛博”不草根

“中国网事”记者在近期于厦门召开的“新浪微博营销大会”上了解到,新浪草根微博排行榜前 50 名中,很多“牛博”并不是以交流为目的的网民个体,而是背后都有一个团队运作。像“冷笑话精选”、“全球时尚”、“爱情物语”等这些拥有上百万、几十万粉丝的知名微博,实际上已被一些投资实体有组织、有目的地进行包装“运营”。

此外,为了迅速吸引大量粉丝,不少所谓“草根牛博”或利用多个账号互相转发炒作,或忽略版权,海量转载他人原创作品。

【记者观察】

产业化造“牛博”的背后“醉翁之

“考完乐”! 微波美食回馈关爱

放下沉重书包,抛开青春烦恼,胜利属于每一位莘莘学子!6 月 9 日,高考终于落下帷幕!相信此时,你的笔已搁下,书已堆起,卷子已被密封,高考已经结束了。估分、填写志愿、考察各个高校……相信你和你的父母,已经在谋划未来。

依靠在余温尚存的过往,经历过毕生难忘的人生大考,朝着充满光明的未来——全国 900 多万高中毕业生正在享受“考完乐”时期。在你辛苦的高考备战中,有着家人的无限关爱。“考完乐”时期,如果我们用微波美食为家人及自己烹饪一道美食,不仅是对自己的犒劳,更是对家人关爱的回馈。

夏季是阳气最盛的季节,此时也是人体新陈代谢最旺盛的时候。人体出汗过多而容易丢失津液,因此夏季养生应该以清淡食物为主,避免伤津耗气。“考完乐”时期,我们可以用格

意不在酒”,而是有着相应的经济利益。记者在新浪微博营销大会上了解到,一个拥有几十万粉丝的微博账号在市场上最少可卖 5 万元到 6 万元,而在这样的微博上转发公关公司的广告,每条费用是 300 元到 500 元。

【专家点评】

福州大学法学院教授汤黎虹说,商业利益下制造出来的“牛博”让普通的微博用户在毫不知情下被诱入商战之中,并被免费当作营销的对象,甚至有遭受欺诈与操控的风险。微博与其他互联网平台一样存在着被商业利益入侵与驯服的危险,只是方式更加隐蔽。而真正来自平民的声音才是微博健康、长久发展的保证。

兰仕微波炉为家人做一餐杜仲粥,那是最合适不过的了。做的时候,首先将党参、杜仲用纱布包好,和糯米一起放置在容器中,再放置于格兰仕微波炉里,启动相应的功能按键,便可享受美味营养的夏季养生粥——杜仲粥了。

此外,格兰仕微波炉具有有氧生态舱,具备行业内独有的动、静双结合杀菌方式,烹饪食物更营养,让你及家人在享受美味的同时享受便捷和健康。

家有格兰仕“炖烤煮蒸”全能微波炉,“考完乐”一起来欢乐!



从去年“金庸去世”假消息在微博上疯狂传播,到近期所谓“铁观音迷魂抢劫”引发网民恐慌,微博上充斥的各种虚假信息“渐欲迷人眼”;一边是网上销售随处可见的“速刷粉丝系统”,一边又是某些“牛博”借“粉丝”优势收钱发广告;有人造山寨“名人”微博求关注,也有人想依靠低俗内容博名气。

新华社“中国网事”记者调查发现,伴随着互联网微博爆炸式发展,一些规避各种责任的商业微博已经出现了泥沙俱下的乱象。微博建立起秩序良好的环境已刻不容缓。

微博乱象泥沙俱下



一年轻人正使用手机浏览微博

乱象/ 名博发言是山寨

有网友对记者说,许多网站的微博现在都有微博造假、克隆名人的现象。“中国网事”记者在新浪微博中检索“马云”,结果找到 500 多个结果,其中有大自然保护协会马云、马云语录精选、关注马云等,而其中有多微博博主的照片就是阿里集团董事局主席马云的照片。

在新浪微博中对用户“周杰伦”检索,也有 500 多个结果,不少采用的也是“周杰伦”本人的照片。著名演员海清在新浪上开辟的微博已有 200 多万“粉丝”。一位网民发帖称,在另一著名网站的微博中也出现了一位“海清”,而且后者的博文几乎都源自于前者。

一些网友反映,在一些门户网站的微博平台上,可以看到不少以“重口味”、“恶趣味”、“情色”、“身体日记”等为名的微博注册用户,通过播发各种涉黄、鬼怪迷信、伪造的明星八卦吸引关注度。

“犀利洗碗哥”走红网络后,在新浪微博里,目前已有新注册的“洗碗哥”、“洗碗哥 5”、“洗碗哥哥”、“洗碗哥哥 2”的微博了。“犀利洗碗哥”本人陈文原则向记者明确表示自己并未开微博。

【记者观察】

微博上名人的人气和关注度自然比较高,一些网站伪造名人开微博当拉人噱头。一些网民则借微博平台方审核不严的漏洞,冒充名人开微博,以求获得更多关注将来卖号;还有一些不法分子则盗用名人名号诱惑投资者上钩,收费推荐股票或代客炒股等。这些行为不但对普通网民造成误导,也对名人造成名誉伤害。

【专家点评】

福建上达律师事务所执业律师王聃说,即使在网络这样的虚拟世界,在微博上假冒名人甚至假冒名人发帖转帖,也属侵权行为,产生严重后果的,应当承担相应法律责任。提供微博平台的网站,也有法律责任和道德义务清理造假微博。

据 新华社

乱象/ “粉丝”也能当商品

网友王子林告诉记者,上微博总是碰到“花钱买 V”、“要求互粉”的现象,一些明显是“僵尸粉”,这些“僵尸粉”拥有一张美女头像、一个琼瑶式昵称、“白领”职业信息也很诱人,但除了发布一些转载的信息外,没有任何原创。

其实,一些博主花钱加 V、花钱“买粉”、要求“互粉”就是想招人眼球、满足出名的虚荣心,或想小投入搞投资收益。

新华社“中国网事”记者电话采访了一家专门从事卖微博“粉丝”数量的公司。该公司人员介绍,他们卖的“粉丝”不像一般的“僵尸粉丝”,这些“粉丝”是有头像、博文、地址和职业等信息,还会自动发帖更新,跟真的“粉丝”几乎一样,具体价格是 1000 “粉丝”30 元,2000“粉丝”50 元,10000“粉丝”是 150 元,通过网银支付服务费用。

该公司人员告诉记者,只需要一个软件和一个服务器就可以刷“粉丝”了,公司只提供刷“粉丝”服务但并不出售软件。

【记者观察】

国内微博市场的快速发展,使微博营销受到了广泛关注,但同时也出现了虚拟“粉丝”的产业链,假“粉丝”制造了泡沫,使占微博绝大多数的普通用户体验下降。

微博的确可以给企业带来便捷的营销渠道,但是单单追求“粉丝”数量背后的经济利益,通过发帖机或者是“网络水军”来操控微博,就会让微博营销的正面效果逐步淡化。在经历了一段“粉丝就是客户”的疯狂后,相信商家会注意到只有活跃用户才是真正的受众。

【专家点评】

厦门大学新闻传播学院教师乐媛说,许多被冠以“微博营销”名义的公关公司将数以百万计的微博“粉丝”看作是精准广告投放的目标对象。从根上来讲,广告营销的利益是促使贩卖“粉丝”的真正原因,只有让用户意识到自己有可能被欺骗,相关微博网站从社会责任出发提供相应的解决方案,目前的乱象才有可能改观。