

你可能被假视频

忽悠了!

9月20日,四川省凉山彝族自治州举行新闻发布会,通报以“凉山曲布”“赵灵儿”“凉山孟阳”为主要代表团队的“系列网红直播带货虚假宣传案”。

这是凉山警方破获的四川省首例系列“网红经济”乱象专案,共计抓获犯罪嫌疑人54名(其中涉案网红主播11人),已批准逮捕18人,捣毁MCN机构(专门从事短视频内容创作与营销的机构)5个,查封涉案公司14家。累计清理网上各类违规信息14157条,处置违规账号346个。

近年来,不少网红公司通过话术、剧本,摆拍贫困、悲惨身世等短视频,进而利用网友的同情心,销售假冒的原生态农特产品进行牟利。这些动辄百万级粉丝量的网红,打着助农的名义伤农,以“给家人们福利”的形式坑害消费者,如今被查,大快人心。

一

二

摆拍虚假视频在网络上可谓铺天盖地。仅2023年一季度,抖音开展打击以摆拍为重点的不实信息行动,就对2648个账号予以封禁等处罚,下架133.7万个视频。造假风气之盛,可见一斑。

编造虚假正能量故事,收割善意的流量加持。如“大学生摆地摊日挣九千元”“清华女孩工地跪谢贫困老父亲”“冷酷总裁助老同学”……各种励志奋斗、逆袭打脸的故事,总能唤起网友的同情心,点上一个“爱心”。更有博主“日行一善”,以扶贫、助困、助残、助老等名义,“帮助”农村独居老人、相依为命的祖孙、流浪汉、农村辍学少女等“底层群体”,以博取关注、骗粉骗赞、非法获利。

2021年4月,假公益、假助农团伙头目韩某,就因虚构大凉山贫困,从事网络直播带货牟利,被凉山州警方行政拘留。为了让故事看起来更惨,该团队让小女孩表演痛哭,哭不出来就掐,给女孩的“善款”也在拍完视频后就收回……2023年4月至6月2日,抖音对借助发布“助老”“助残”“助困”等内容,谋求商业变现的3518个账号,进行了无限期封禁等处置,并抹除其不当获取的新增粉丝,取消其变现功能权限。

捏造悲惨遭遇,用网友的共情“埋单”。谎称帮助哑巴母子销售家产苹果,伪造苹果烂在地里也卖不出去的假象;老人向路边车辆推销石榴,石榴被扔出窗外,老人默默捡起并弯腰鞠躬;“每天工作9小时,只拿40元工资,家里还有爷爷需要我照顾”……近期不少卖惨视频被下架,相关运营者被约谈。

事实上,“开局一张图,剩下全靠编”的直播“卖惨”行为并非个例。中央网信办此前指导网站平台开展重点排查整治,就通报了“捡瓶子卖钱挣学费”等各类“视觉贫困”谣言。直播运营者编写有“父母双亡型”“老人无依型”“身患大病型”等各种“卖惨”剧本……

制造身份对立,引发争议消费公众情绪。拥有近千万粉丝的网红“小慧君”为了与公司解约,发布视频虚构事实,哭称被老板性骚扰,并被强迫签订含有霸王条款的合作协议,蒙蔽不明真相的公众,刻意误导舆论、诽谤他人,近日被刑事立案。

被绑架,被殴打,被活埋,遭陌生人要求陪酒,夸张凸显社会与家庭矛盾等不实信息内容……一些主播为博取关注,增加流量,频频恶搞P图、虚构场景、伪造事实、情景演绎,诋毁相关人员,误导社会舆论,挑起公众情绪对立,引发社会恐慌。

猎奇造假博眼球,语不惊人死不休。“3岁金毛犬救火”“小伙相亲吃了30盘羊肉还让女方买单”“夫妻刚办完离婚手续走出民政局,妻子晕倒丈夫冷眼离开”“芷江县摩托车抢小孩”“外卖骑手车辆深夜被盗坐在路边大哭”……

越是离奇越有人看,越是虚假越能“吸金”。为了在众多视频中脱颖而出,一些博主在视频标题或内容中,以虚构、猎奇、编排、造谣、作秀、混淆是非、颠倒黑白等形式,博眼球、引争议、求出路。

摆拍的虚假视频,很好鉴定。其信源大多都是非权威机构媒体,同类情景演绎比比皆是,套路一样,可信度不高。此外,摆拍的视频为了追求“真实、感人”,会极力通过多机位、多角度、多场景拍摄还原“现场感”。殊不知,真实场景最难还原,珍贵镜头难以捕捉,感人瞬间又如何会被轻易抓拍?长时间跨度、多场景的拍摄,“主人公”怎会不知情,并客观真实呈现?

然而,摆拍的虚假视频,又很难识别。对于媒介素养不高的网民而言,尤其是中老年网民而言,“有视频有真相”的摆拍视频“可信度”很高,那些电视剧、新闻里似曾相识的场景极易让人产生强烈共情,煽动性很强的话语、代入感很强的弱者身份激发“伸张正义”的人际传播……即便被证伪,上当受骗的网民依然坚信“就算这个视频是假的,肯定也有这样的事发生”。

摆拍的虚假视频,看似一刷而过,危害不大,实则流毒深远。

污染了网络生态。虚假视频的大量出现,让众多视频平台成为网络谣言的集散地,不仅严重消耗了公众的注意力和同情心,也严重污染了网络生态和风气。

劣币驱逐良币,久而久之,就会让网络内容真假难辨、乌烟瘴气。还有不少网友拍摄的“段子”,被当成网友投稿,发布在官方媒体上,突破了“谣言隔离带”,造成极其恶劣的后果。

消耗了公众情感。善意是网络空间弥足珍贵的人际基石,是网络美好生活的城墙。当善意被消解,真心被践踏,同情被消费,正义被利用,人与人之间就会少了信任、多了警惕。被收割“智商税”的一时愤懑终将淡忘,但“狼来了”的信任危机永远不会消除。

正如“中国警方在线”9月20日在微信上,就凉山网红带货虚假宣传这一话题发起投票,78%的网友明确表示不会跟着网红主播购物。一粒老鼠屎,坏的不仅仅是一锅粥,不仅仅是网络空间的信任度,还有正规的农业电商,以及地方农业品牌、公众形象、农民收入。

制造了社会对立。“伸张正义”的键盘侠,总能挑起公众最敏感的神经,引导公众的情绪。渲染男女对立、家庭暴力、“社会不安全”等短视频剧本摆拍,在引发舆论关注后,即便出现反转,也难以最终消除不良影响。

“义愤”会平静,但“义愤”造成的伤害难消除。不安会在不经意间产生,矛盾会在无形中扩散,安全感、幸福感、获得感会被逐渐蚕食,追求美好生活的脚步也变得不再坚定。

浪费了社会资源。“造谣一张嘴,辟谣跑断腿。”无论是需要根据“网络线索”除暴安良的警力资源,还是辟谣赶不上造谣快的媒体资源,又或是总也矫正不正伪科普后遗症的科普专家资源等,都会被各类谣言“带偏”方向,在处理辟谣工作中“焦头烂额”乃至失去公信力。



“老人家中石榴滞销”为虚假摆拍视频。

三

面对层出不穷的短视频套路,不仅要靠网友提升数字素养,炼出“火眼金睛”,更需相关部门和平台切实履行好监管责任,重拳出击,还广大网民朗朗网络空间。

粉丝增量的套路不能欲速还羞。摆拍卖惨卖奇卖怪,“网络水军”引流,吸睛又吸金,已成屡试不爽的营销套路。而类似的套路还有很多,已经成为“吸粉—引流—带货—变现”的灰色产业链。

包装主播、花钱买粉、批量注册僵尸粉、雇佣“网络水军”涨粉引流、刷量控评、提升热度、制造热搜、网络售假等,不应成为打不掉的网络毒瘤。

流量分成的模式亟待改变。看视频可领金币零钱,发视频可以凭流量变现,“卖惨的尽头是带货”……看似是迈进了全民创业的新赛道,实则步入了“流量至上”的网络怪圈。煽动情绪、制造恐慌、暴力色情、猎奇博眼球等内容,是不少自媒体流量法门的。

一些虚假摆拍的视频,相关平台不仅不加以限制,反而还会在幕后推波助澜,给以流量加持和资金奖励,并根据网民的兴趣爱好、年龄、地域等精准推送。不改变流量变现的扭曲利益驱动机制,“造假掘金”的歪风就会越刮越盛。

监管重拳出击应全网联动。“打一枪换一个地方”“收割一波流量就换个马甲”成为不少生产虚假内容账号的常态,相较于巨额获利而言,账号封禁的违法成本可以忽略不计。

对此,相关部门应建立健全网络信用联动惩戒机制。如主动造谣者,同一身份证全平台终身禁止注册新账号;同一身份证号、手机号,在同一平台禁止注册多个马甲;涉嫌虚假宣传的直播收益、销售收益等应禁止提现……诸如此类,方能避免违规账号“封禁了一个,又注册了一批”。

据上游新闻

有一种谎言,叫“视觉贫困”

如果你经常上网,一定刷到过这样的视频或直播:

祖孙二人住在破旧的小屋里,生活很凄惨;姐姐辍学,和弟弟在家天天吃土豆;女孩每天放学后捡瓶子,卖钱交学费……

你可能感动得不行,甚至想过给他们捐点钱,或者购买视频或直播里正在卖的东西支持一下。

但如果告诉你,有专业的“摆拍”团队在制造这类视频和直播,里面的人并不贫困,你会不会觉得受了欺骗?

这类视频和直播,揭示出网络上一种乱象,即虚假制造“视觉贫困”。

靠“悲惨故事”卖货不厚道

说这是虚假的“视觉贫困”,并不是阴谋论和受害臆想。四川省凉山州警方查获了多起案例,提供了实锤证据。

一个叫“云南波波”(又名“波波善行”)的博主就被警方查获。今年初,他多次直播四川大凉山“贫困场景”。比如在一次“祖孙二人的凄惨生活环境”的直播中,他称,衣衫褴褛的“祖母和孙女”二人住在一间破烂小屋里;女孩是老人捡来的孤儿,两人相依为命;这间低矮小屋是“祖孙二人居住的地方”。

可警方及相关部门查实,以上直播中的老奶奶姓肖,是凉山州西昌市马鞍山乡人,根本没有孙女;直播中的“孙女”是同村张某的女儿。肖姓老人证实,视频中的土坯房只是堆放农具的生产用房;土坯房里的“生活场景”,也是视频团队摆拍的。

这个主播还拍过“最穷山区的孩子”,称有姐弟两人,每天上山背柴,平时只能吃土豆。博主“笑宝来也”拍摄视频,称15岁的女孩“阿月”每天要走一个半小时才能到学校。因为家里穷,交不起学费,“阿月”每天得到处捡瓶子,卖了钱交学费。如此等等。警方找到了这些视频中的当事人,证明这些视频的内容都是编造的、虚假的。

为了完成拍摄,这些人拿钱请当地人出演,拍完视频后又马上把钱要回大部分,把出演的人也给骗了。

被警方抓获后,“云南波波”说,看到那些人行较早、为大凉山带货的博主赚了很多钱,自己眼红了。于是选择编造虚假故事,以“视觉贫困”“悲惨故事”博取网友同情,以便获得关注涨粉,再带货挣钱。

说来说去,还是逃不开带货挣钱。网络时代,带货挣钱,社会认可,法律支持。但是,为什么非要从事这种以“视觉贫困”信息违规营利的不法行为呢?

这种做法,让不少网友都看不下去。他们说:“靠卖惨博同情卖货,太不厚道!”

谎言消费善意触痛人心

借编造虚假“视觉贫困”,一些人赚得盆满钵满,但他们造成的不良影响,还得社会来“埋单”。

脱贫攻坚是党对全国人民许下的庄

严承诺。特别是凉山州,作为我国曾经贫困版图上最难啃的“硬骨头”之一,脱贫太不容易了。

有一组数据很说明问题:从2013年开始,到大凉山告别绝对贫困的2020年末,来自全国各地、各行各业支援凉山的扶贫干部,就有1.2万多名。

所以,脱贫后的大凉山彝族群众说起如今的生活“瓦吉瓦(好得很)”时,这背后,是有很多人付出了辛劳汗水,甚至献出了宝贵生命的!

这些虚假的“视觉贫困”,触痛着人们柔软的内心,收割了网友的同情,消费了网友的善意。

这些虚假的“视觉贫困”,让不明就里者对凉山州的脱贫成效产生怀疑,对凉山的脱贫攻坚成果来说,是一种抹黑;对那些为凉山州脱贫倾情付出过的广大干部来说,是一种伤害。

这些虚假的“视觉贫困”,在复杂的国际舆论环境中,也会给别有用心者提供“证据”,成为抹黑中国、射向中国的一颗颗子弹。

这些“视觉贫困”谎言,也会给大凉山群众造成持续伤害。

可以想象,这些博主为了带货,谎称大凉山某种水果、蔬菜正在滞销,骗取网友同情下单。他们打着大凉山农特产品的旗号,销售的却是外地货,而当地真正的果农和菜农的产品,销路却因此受到影响。

这样看来,凉山州的农户和广大网友举报这些发布“视觉贫困”谎言的博主,也是一种维权。

“视觉贫困”要坚决打假

制造虚假贫困、刻意卖惨营销,不仅是一种网络乱象,更是一种违法行为,加强治理打击,刻不容缓。

目前,“韩文团队”“云南波波”等博主已经受到相关部门调查,并受到行政拘留等处罚。“笑宝来也”“山村老人”等涉及“视觉贫困”的一些账号,已被关闭。

不过,除了一些粉丝量大、影响力大的头部账号受到处理,一些粉丝量、影响力没那么大的账号,依然混迹网络,用“视觉贫困”的把戏收割网友;一些受到过处理的账号,不惜更换马甲,卷土重来。

让这些“视觉贫困”的视频和直播失去市场,不再继续招摇撞骗,是公众的强烈呼声。不能让这些虚假的东西,破坏了良好网络生态。

“视觉贫困”的造假地点,选的都是曾经“真实贫困”的地方,因为这些地方存在“视觉贫困”的“造假逻辑”。

这也提醒我们,“视觉贫困”要坚决打假,“真实贫困”更来不得一丝松懈。我们的脱贫,必须是真脱贫、脱真贫,真正斩断“视觉贫困”的造假逻辑和谎言基础,皮之不存,毛将焉附?继续巩固脱贫攻坚成果,打牢发展基础,以更高质量推动乡村振兴,这是对“视觉贫困”造假的釜底抽薪。

据新华社

