

订

真人秀别吹大“偶像”泡沫

其实,不只是真人秀节目,从武侠小说“英雄不问出处”再到当下网络文学“草根逆袭”,“乌鸦变凤凰”一直是大众文艺不断书写的故事母题。不同的是,与文学、影视、舞台等文艺样式相比,打着“真实记录”旗号的真人秀给观众,尤其是世界观、人生观、价值观尚未成熟的青少年群体营造了更具迷惑性的“真实”情境。

很长时间以来,不少这类选秀节目尽管花样翻新,其实是“偶像神话”不断重写,其中的观念偏差可能对众多认知能力还不成熟的青少年产生误导。在真实生活中,普通人仅仅通过几个月的“勤奋”“努力”就能成为亿万人关注和喜爱的明星、偶像,这种概率小得几乎可以忽略。

节目组和播出平台尽可以为自己贴上“积极向上”“正能量”的标签,但通过设计出来的“真实”渲染浮躁心态,传递急功近利观念,值得人们深思。(人民日报)

给文明以时间

近年来,一些城市开始为公厕配备免费厕纸,但厕纸“大盗”随之出现,有人把厕纸当脚垫、擦皮鞋,甚至整卷偷走。近日,上海市环卫管理部门相关负责人称,上海不会终止供应免费厕纸,还会加大供应范围。

公共治理是个细活,不可一味求快。相信公众素质会提高,是许多便民政策都应该有的定力。耐心一点,给文明以时间。不忽视文明的“短板”,也不要夸大文明的“短板”。(光明日报)



“不懂事”是家长的遮羞布

“孩子不懂事”这个词,实在是被一些家长玩坏了。仿佛一个“不懂事”一摆出来,小朋友犯的错就得到无条件的原谅。而且你察觉到没有,反复祭出“孩子不懂事”,言下之意是,这是孩子的天性,他们做啥都是因为“单纯无知”,而家长教育的失职,就这样狡黠地被掩藏起来了。看起来是护犊子,实际也是维护自己脆弱的面子。是孩子都会“不懂事”,但如果你不教给他责任,他也许永远都不会变得懂事。(北京青年报)



态度新闻

父母缘何成了朋友圈谣言传播主力

微信朋友圈“中毒”

小陈是某大学二年级学生,一提到妈妈的朋友圈,他就一肚子苦水。

“我妈经常在朋友圈转发关于养生和食物方面的文章,还提醒我一定要注意,这些文章看标题就知道不靠谱。”小陈说。

小陈妈妈今年48岁,高中毕业,在一家超市做导购员。学会使用微信后,她的朋友圈一天起码会转上七八条“关怀式”文章。

《千万别这样吃大蒜!致癌!赶紧告诉家人》《白米饭——垃圾食品之王》《农大教授:剩饭剩菜里有最好的血管扩张剂!不需要额外补充~》……看到此类文章,小陈一开始会耐心跟妈妈解释,后来渐渐麻木直接忽略不回复。

“这是谣言难道你一点都看得出来吗?”上个月,小陈实在看不下去,直接在电话里跟妈妈吵了起来。

对此,小陈妈妈也觉得委屈。她在电话另一头抱怨道:“我觉得说得挺好的呀,所以才想转给你看看。”

无独有偶,来自湖北省黄冈市的邓先生也备受微信朋友圈谣言困扰。他的“麻烦”同样来自家中长辈。

“为了方便联系,我建了一个微信群,把亲戚们都拉了进来……后来慢慢就变成了长辈们分享各种谣言文章的集散地。”邓先生直言,不胜其扰的他直接开启了微信消息免打扰功能。

线上流量线下“变现”

“我们家老太太属于中毒比较深的,太固执了!”接受记者采访时,33岁的河南市民刘先生说。

刘母今年60岁,小学文化程度。做饭和接送两个孙子上下学是她每天的主要“工作”。不过,带娃之余,刘母不仅成为了微信朋友圈谣言的刷屏者,还升级为线下活跃人群和主要消费者。

除了转发微信朋友圈谣言外,刘母还会和一群老姐妹一起去参加商家组织的线下活动。每逢线下讲座,刘母必定提前半小时到场,不光记笔记还主动举手提问,忙得不亦乐乎。

去年暑假,刘母通过微信文章底部的“阅读原文”按钮关注了一个不知名的实体养生药店,并按照指示前

往药店参加了线下活动。活动结束后,刘母还特地买回来各种号称包治百病的医疗器械,没用几天就成了一堆废品。

像刘母一样的情况不在少数。

在刘先生看来,微信朋友圈谣言泛滥的根本原因在于商家的逐利性。制造这些谣言并非“好心”,而是借此触动人们的神经吸引关注,进而实现流量变现。

记者梳理发现,来自父母的微信朋友圈谣言文章大多具备以下特征:

一是强制关注和转发。文章末尾都会附上二维码,添加“赶紧扩散转发,让亲戚朋友知道真相”之类的引导语,引导父母关注并大量转发。

二是导入第三方平台。多数文章下面都会留有导入第三方平台的“阅读原文”按钮,将人们引导至其他平台添加关注。

三是流量主和广告主盈利。依托谣言积攒而来的高粉丝量吸纳广告,通过广告赚点击量或广告主文案盈利。

四是引导购买实物。很多谣言文章的末尾都会附上养生食品药品或健康微课宣传图片和购买链接,通过转发打折或发放红包等方式诱惑人们购买。

对于父母们微信朋友圈转发的谣言,子女们往往会出现两种较为极端的倾向。有的子女刚开始会试图给父母解释,解释不通后演变成争吵,扩大了双方隔阂,结果“子女不想看,父母不愿听”;为了不让老人伤心,更多子女采取睁只眼闭眼的态度。

谣言背后的隐喻

面对官方一次次辟谣,来自父母们微信朋友圈的谣言似乎并没有呈现减少之势,反而愈演愈烈。

“一句不靠谱的结论+看起来科学的依据”组成的谣言文章,为何会吸引如此多人在微信朋友圈转发?父母为何会成为转发的“主力军”?谣言内容背后,实则包含着诸多隐喻。

记者从微信朋友圈内随机选取一篇标题为《不要再买这个菜了!因为它100%致癌》的文章核实发现,早在2014年此文就经官方认定为谣言。4年间,该谣言先后被诸多公众号推转传播。

“江湖上一直有传说吃蔬菜的



人容易得胃癌、食道癌和肠癌。经过一系列实验,得出了非常权威的数据:蔬菜确实致癌,且有强致癌性!”前述文章开头便以“权威”口吻得出结论。

不过,细读全文,记者却发现此文自始至终未提及实验过程及实验组织方,也未注明出处。

“文章把矛头对准了人们非常关注的健康问题。”在邓先生看来,谣言制造者们正是利用了人们的恐慌心理,通过具体可感的数据,看似客观权威的实验来营造恐怖感,让人不得不关注。究其根本,此类谣言其实是利用了父母对于子女们的关心心理。

当前,社会人口老龄化趋势日益明显,由于工作等多方面的原因,父母和子女常常分居两地,“线上”交流成为不少父母和子女沟通的重要渠道。缺乏情感寄托,也是不少父母朋友圈“中毒”的主要原因。

在武汉理工大学心理健康与职业发展教育研究所所长雷五明看来,微信朋友圈谣言产生的原因根据年龄和职业划分各不相同,需要从社会层面综合考量。

“综合来看,谣言产生主要有缺乏科学思维、从众心理、绑架心理、缺乏安全感、过度自信以及过度善良六大方面原因。”雷五明说,根治谣言还需教育、管理、法治等各方综合发力。

雷五明指出,朋友圈谣言多属于事实错误、常识错误、方法论错误,一般人依靠科学常识即可区分,缺乏科学思维的中老年人则容易上当。

同时,父母在微信朋友圈中随大流转发谣言文章,往往是出于跟从亲朋好友的从众心理。部分老年人基于对谣言中社会现象的同情或是宗教信仰,也会将其转发到朋友圈。

此外,不少中老年人在生活中缺

乏安全感,谣言文章多用“不转发就会产生什么后果”等形式,从情感上对其进行绑架,强迫其转发。部分中老年人则过度认同自我能力,觉得“我懂我内行”反而陷入转发的圈套。

根治谣言需多方发力

雷五明直言,互联网平台作为信息的把关人,在谣言产生和传播方面担负有不可推卸的责任,但现实中又存在系列难题。一方面,在对谣言的甄别和把控方面,互联网平台是否应当承担以及承担怎样的责任等问题,我国法律尚没有明确规定;另一方面,经过互联网平台传播扩散之后,很难明确追究谣言责任人。

“谣言止于真相,及时发布辟谣信息是遏制谣言的有效途径。有关部门要通过组织开展科学课程学习,让群众掌握更多的科学常识,逐步提高辨别力。”雷五明建议。

接受记者采访时,中南财经政法大学法学院副教授潘爱仙指出,对微信朋友圈谣言的界定是很重要的一个方面,首先要区分传播此类信息是对生活常识的误解还是造谣者为谋取利益故意捏造。

潘爱仙说,应当强化造谣者和传播者的责任追究力度。对违反法律、法规但尚未构成犯罪的,依法追究其行政责任;对散发谣言触犯刑法构成犯罪的,应依法追究其刑事责任。

“有关部门应当第一时间发布权威辟谣信息,让人们了解事件的前因后果,进而从源头上铲除微信朋友圈谣言滋生的土壤。”潘爱仙建议。

此外,潘爱仙认为,要从根源上规避父母的微信朋友圈谣言,还需家庭和社会共同协作,让中老年人知法懂法,学会去辨别谣言。

《法制日报》