责任编辑 金勇 E-mail:fzbjiny@126.com

## 自编自导自演,杜撰虚假故事,卖惨只为带货

# 情感主播敛财全靠"演"

在抖音、快手等 短视频平台,充斥原 一群替网友解决情感 问题的主播,日常生 活中错综复杂的矛盾 纠纷,他们引了大量 中老年观众。

记者调查发现, 这些情感主播往往子, 自编自由,演社撰目的 虚假故事,所销伪的 是带货,假冒 是带货,假冒 品多为假景, 在诈骗嫌疑。



多料照片

#### 编造故事"卖惨"粉丝量多的超千万

记者以"情感主播"为关键 词在多个短视频、直播平台搜索, 发现在"正能量"标签下,满屏 充斥着匪夷所思的伦理故事,如 "前男友掏出肾给女友却选择消 失""丈夫去世6年,打工途中 又相逢"等。

一旦关注了一名情感主播, 平台就开始不断推送类似的情感 主播。在直播间里,主播通常以 接受"委托人"请求为名义,进 行所谓矛盾调解和纠纷处理。开 播后,主播以"大家点赞到 10 万,我就联系委托人进行调解" 为噱头,积累直播间观众、人气, 后台据此分配其更多的流量。

从夫妻打架到婆媳争吵,从 赡养纠纷到虐待儿童,视频或直 播中,主播们"调解矛盾"的戏码不 断上演。故事主人公有的是身患绝 症的小男孩,有的是被儿女虐待的 母亲,他们纷纷因"凄惨遭遇"向情 感主播留言"求助"。

主播们时而神色凝重、时而 慷慨激昂。连线后,仅需几个小 时,看似无比尖锐的矛盾总会 "柳暗花明"得到解决。

记者调查发现, 抖音情感主

播的粉丝量多的超过千万,少的也有几万,一些百万粉丝的主播直播观看数常常在10万人以上。

不光是直播,一些主播号还以短视频形式播出"连续剧"。一个名为"戴四哥"的抖音号至今已播发200多个短视频,粉丝量540多万,点赞量4600多万,单个视频最高转评赞超过280万。

"卖惨"的内容收获了大量中老年观众的信任。视频中当事人的无奈、恐惧、被骗,一方面满足了他们的猎奇心理,另一方面博得了他们的同情。例如,在

剧情是"为母治病"的直播间内,刷满了"这姑娘真善良""太有孝心了""帮帮她"等弹幕。资深主播王小燕说,这些情感主播靠团队能力和剧本情节取胜,人设和故事是精心编撰、演绎出来的。

广西南宁市民尹女士的父母 60多岁,两人都关注了大量情感 主播,每天花好几个小时看这些 短视频或直播。"他们其实是被 这些视频的戏剧性冲突所吸引。 一些主播情绪激烈、语言煽动性 强、喜欢道德批判,特别容易让 中老年人上瘾。"尹女士说。

#### 有的一场直播收入数万元 卖的却是残次品"三无"假货

事实上,情感主播按照剧本 演绎出"跌宕起伏"的故事,制 造"冲突纠纷",充当"调解员", 最终是为了"吸粉养号",粉丝达 到一定数量后以便带货。

一位情感主播告诉记者,一个普通的粉丝数一万人的直播间, 打赏、带货坑位费、带货利润等 日收入在几千元到上万元不等, 一个粉丝过百万的直播间,一场 直播下来,收入轻松可达5万元 以上。

一位贩售电子书的情感主播介绍,其团队在抖音、快手的粉丝总数在300万左右,团队收入主要由两部分组成:一是粉丝打赏,此类打赏主要是在解决情感纠纷过程中吸引粉丝"鼓励、支持"剧情当事人和调解人产生;

二是带货收入,由于出售的情感 疏导类电子书成本几乎为零,利 润极高。其团队月收入可达一二 十万元。

为了拉近距离,屏幕前的观众被主播称呼为"家人们"。"家人们,来,想听听她们婆媳关系究竟发生了啥,请点个关注,或者加入粉丝团。"

记者进入名为"甜姐为爱前行"的抖音号时,主播正在直播连线一位"当事人"。当事人含着泪,"真情"讲述被婆婆赶出家门的经历,短短几分钟吸引了600多位粉丝观看。

记者了解到,在主播直播间里,关注主播并不需要支付任何费用,但成为主播的"粉丝",则需要支付一个价值为0.1元人民币

的抖币。"成为粉丝后,在直播间发言,用户名前会标上'家族标签',成为主播的'家人'。"一位情感主播的老年热心观众唐某说。成为"粉丝""家人"的这部分观众,代表着和主播建立信任、密切的情感联系,愿意为主播花钱。

在情感故事结束后,直播间内往往有多人上线表演"假砍价",销售的常常是残次品、三无假货。不少主播表演与"厂商"翻脸,让他们让利甚至搭钱,逼迫降价或再生产。例如,他们兜售化妆品、日用品、首饰时"忽悠": "买东西是为了帮助更多委托人在直播间解决问题""厂家押了20万元质量保证金在我这

里,家人们放心"。

据部分抖音用户反映,他们在情感主播直播间内买到的商品质量差、货不对板、售后服务差。64岁的济南市民刘女士告诉记者,在直播间购买的银饰等商品被鉴定为假货后,她多次联系客服始终没有得到答复,在直播间投诉此事后,被主播骂为"黑粉",受到人身攻击,被踢出直播间。

近期,某机构一项针对老年人互联网上当受骗经历的调查显示,"虚假广告"是老年人上网时最常见的风险,占比超过了30%。其次是网络诈骗,占比约22%。在不同老年人群体中,农村独居老人上当受骗的比例高达90%。而在最常见的受骗场景中,少不了"直播、短视频"。

# 情感直播形成产业链 平台应当加强监管

抖音安全中心 3 月发布了《"卖惨带货、演戏炒作" 违规行为处罚公示》,称平台已对卖惨带货、编造离奇故事、演戏炒作等行为进行违规处罚,部分主播通过调解感情纠纷、编造离奇剧情、利用同情心等套路,最终目的是为了带货。

记者调查发现,从演员到剧本,从"吸粉"到带货,情感直播市场已经形成了较为完整的产业链。一些微信公众号甚至有《麦手修炼手册》的文章,麦手可单麦或多麦和主播互通,也可以

自己找搭档临时搭戏,最受欢迎 的剧情包括出轨类、喜欢表哥或 表妹、乡村剧情、家庭暴力等。

"主播间广为使用的'家人'称呼,对观众具有情感吸引力。 情感主播大多偏向伦理道德、家 庭纠纷、婆媳关系,对缺乏社交 的中老年群体吸引力极大,欺骗 性较强。"湖南大学工商管理学院 教授朱国玮说。

"情感主播通过编造剧情卖 惨炒作,带有一定的欺骗性质, 涉嫌违法。"中国传媒大学人类命 运共同体研究院副院长王四新说, 有关方面应加大力度整治,净化 网络空间。

山东日中律师事务所律师陈 冠汶表示,通过你来我往表演 "砍价"、先虚高标价再"亏本" 降价等套路来诱导消费,是典型 的价格欺诈行为。

中国人民大学法学院教授刘 俊海认为,平台应加大对商品质 量、价格的监督,完善消费者评 价机制。

专家建议,相关监管部门宜 完善对平台管理措施,加大处罚 力度。如果平台对经营者的资质 资格未尽到审核义务,或者对消费者未尽到安全保障义务,造成消费者损害的,需依法承担相应的责任

王四新认为,社会生活节奏加快,很多中老年人缺乏子女陪伴,情感需求无法得到满足。同时,他们对新技术新手段缺乏充分了解,辨别力差,易被迷惑。全社会要加强对这个群体的提醒和关爱。此外,消费者对于发现的欺诈行为要积极举报,有关部门也要加大对违法行为的处罚力度。

### 做生意 不能靠"演"

在情感直播领域,写剧本、 找演员演戏的现象并不少,甚至 还形成了产业链,有主播有演员 还有控场的编导,他们还将与情 感主播连麦的演员称为"麦手"。 行业套路都已经发展出了"新职 业",还有了专门的称呼,这未 免太荒唐了。

这里其实有一个逻辑要厘清:在情感主播的场景设置中, 他们对外声称,自己讲述的是真实故事,也让观众以为自己看到 的是现实案例,然后从中或得到 一些安慰,或收获一份感动,或 生出一些不念。但是,当这些案 例是被编造而成时,显然就有了 欺騙性质。

情感主播的连麦沟通,其实 类似于媒体记者的采访。再进一 步说,这些故事既然打着真人真 事的名义,某种程度上也算是广 义上的新闻。所以,情感主播行 义上的新闻。所以,情感主播行 业内的职业伦理也就出现了:打 着真实案例的幌子,却干着弄虚 作假的勾当,这有违职业道德; 如果以此牟利,甚至还可能涉及 违法犯罪。

事实上,规则早已确立。以 往,写小说和拍电影的,就要声明自己是虚构还是纪实,或者是 根据真实故事改编;现在兴起的 情感主播,只不过是换的职业伦 媒介,还应当遵守同样的职业伦 理。真的就是真的,虚构的的就是 虚构的,不能把虚构故事当作现 实新闻来讲,这个底线不能丢。

除了"假",不少网友还吐槽,父母沉迷于情感直播,时不时会买一些养生品、金首饰。而这些产品,质量参差不齐,有的甚至是三无产品。编造离奇故事,演绎浮夸对话,如果只是欺骗听众的感情也就罢了,这就走向了他,钱袋子的主意,这就走向了违法犯罪。

所以,一方面,对这些主播 所推销和售卖的产品,以及他们 的资质,平台和市场监管部门要 履行职业,严格把关;另一方 面,对于编故事、找演员的直播 套路,也应该按照传播虚假内容 的原则给予封禁。除非这些主播 声明,自己讲的就是虚构故事。

另外,还要认识到,这种冲着流量而去、演戏炒作的虚假故事,往往以比较极端的面目呈现。如报道提到,在很多情感主播的直播间里,求助者的故事一个比一个离谱: "年轻女孩嫁给傻子,被后妈跟婆婆一起欺负""儿子去世一年,儿媳突然怀孕"……

显然,如果这些不是真实案例,也就无法代表真实的社会,却可能让受众对社会产生错误的认知,这并不利于形成良好的社会风尚。我们必须清醒地意识到,允许这类弄虚作假的主播横行于平台,百害而无一利。直播领域的这股歪风邪气,该治治了。

(综合新华网、光明网)