

刻意将阅读量、粉丝量与商业价值、议价能力挂钩

自媒体,造假算盘不能打



自媒体造假已经不是新鲜事:阅读量可以注水,粉丝量可以虚高,内容可能是捏造,“原创”可能是洗稿,连“网红”“大V”也可能子虚乌有。自媒体造假的根源是什么?谁在为自媒体造假推波助澜?各方对自媒体造假又是何种反应?

为获取注意力,选择造假捷径,而不专注提升内容质量

2018年初,一个头条号突然走红。这个账号不晒俊男靓女的歌舞,也不晒萌宠猫的搞笑图,而是分享“如何靠自媒体挣钱”。半年时间,该账号已收获近1700万名粉丝。

自媒体平台成立之初,本是分享生活、发表见解、交流观点的平台。但很快,有人在自媒体中嗅到了商机。自媒体博主购入广州市中心高档住宅、自媒体老板助理月入5万元的新闻,更是让人们认识到了自媒体的变现能力。在搜索引擎上输入“自媒体”,就会弹出“自媒体怎么变现”“自媒体赚钱的15种方式”等关联结果。

“当自媒体账号的运营出于盈利目的,在外部监督不力和自身规则意识薄弱的情况下,很容易参与造假,通过虚假流量或内容攫取现实中的利益和荣誉,并通过这种方式进一步扩大影响力。”清华大学新闻与传播学院教授沈阳说。

据了解,目前自媒体收入主要有3个来源:平台、广告主和粉丝。艾媒咨询的数据显示,35.5%的自媒体主要通过流量主及其他流量分成盈利,30.7%的自媒体盈利主要来源为软文广告。一些颇有粉丝号召力的自媒体账号还推出知识付费产品或网上店铺,通过卖货盈利。

“阅读量和粉丝量折射人气高低,与商业价值和议价能力挂钩。”自媒体“梁子笔记”创始人梁子告诉记者,“没有好看的阅读量,自媒体广告卖不上价钱。”

“自媒体平台越来越多,竞争越来越激烈,受众注意力成为大小自媒体争夺的目标。”中国社会科学院新闻与传播研究所新闻学研究室主任黄楚新认为,一些自媒体为了获取用户注意力,非但没有专注提升内容质量,反而选择流量造假和内容造假的捷径,“无论是刷量造假还是用似是而非的谣言吸引眼球,根源在于妄图借机吸引用户注意力,招揽流量,牟取利益。”

借虚高流量提高自身议价能力,挤压原创的生存空间

“我的公众号后台经常收到陌生用户留言,询问是否需要购买刷量业务。”3年前,小马创办了一个微信公众号,目前已有超过10万名粉丝。对于自媒体刷量,小马并不陌生:“据我了解,一些公众号本身阅读量寥寥,却刷出了高人气,把自己装点成一个自媒体大号。”

当前,数据造假已经形成一条黑色产业链,美其名曰“数据优化”。一位自媒体运营者收到的“报价单”中写道:“刷各类主流自媒体阅读、粉丝、点赞、转发、评论;刷各类主流视频音频媒体点击量、播放量、点赞、评论。”

此外,僵尸粉、普通粉、仿真粉、精品真人粉等不同品类的粉丝也被明码标价,400元可买10万僵尸粉,而10万仿真粉则要花费近2000元。客服人员解释,仿真粉“不屏蔽,永久不掉”,因此较僵尸粉、普通粉价格更高。

“如果一篇公众号文章发布1小时内的阅读量只有30—50,半小时后却激增到上万,就存在刷量嫌疑。”小马说。为避免集中刷量被人看穿,有的刷量团队采用了更精细的刷量手法,“基本和正常的阅读增长趋势相近,让人很难察觉。”

抄袭、洗稿等行为也有专业化团队参与。在某个洗稿工具网站,只用把被“洗”的文字复制到网页上,就能生成一篇似曾相识的伪原创文章,前后只需几秒钟时间。

“当前自媒体造假呈现出精细化、跨平台、高技术的特点。一些所谓大号假借虚高流量或侵权优质内容提高自身议价能力,通过粉丝积累收获粉丝红利,从而带来更多商业变现,实现滚雪球式的盈利。”沈阳说。

专家认为,造假、侵权行为挤压了踏实原创者的生存空间,也并非获利的长久之道。

层出不穷的新现象、新问题,对监管方式也提出了新挑战

“有一次,我在朋友圈看见一个自媒体大佬发了一篇文章,标题很眼熟。打开一看,发现是我以前写的,但这个公众号并没有找我开过白名单或申请转载权限。”小马有过被抄袭的经历。

“我遇到过联系我提高阅读量、粉丝数的刷量团队,一般会直接拉黑,这种行为无异于考试作弊。”梁子对刷量行为十分厌恶。

艾媒咨询针对2017年运营类微信公众号行业刷量行为进行调查,发现86.2%的微信公众号运营者曾有过刷量行为。艾媒咨询分析师认为,虚假刷量已成为微信公众号运营者普遍依赖的运营手段,即使刷量成本上涨也难以有效抑制刷量需求,这反映出当前微信公众号贫乏的商业变现模式和对流量的过度倚重。

“当一个踏实创作的自媒体人看到别的自媒体号都刷量抄袭了,自己去和广告主谈价时就处于相当劣势的地位。一些立场不太坚定的人就会跟风去造假,原来坚持原创的人也会感觉心里不平衡,造成劣币驱逐良币的后果。”小马说。

除了自媒体人正当竞争意识和版权意识薄弱,平台和广告主也在一定程度上起到了推波助澜的作用。业内人士指出,平台对造假的心态很矛盾,一方面希望大家不要造假,另一方面造假对平台的虚假繁荣有帮助。部分广告主虽对造假行为有所察觉,但为了自身业务考量,仍默许投放广告的自媒体造假。“整个自媒体行业陷入这样一种怪圈中,恶性循环加剧了自媒体造假的态势。”黄楚新说。

2016年9月底,微信公众号刷量现象被大规模曝光,但行业刷量现象依旧普遍。业内专家分析,内外因夹击导致了自媒体造假的泛滥,部分自媒体人、广告主、平台方,乐于看到数据的浮夸、内容的繁荣,形成了一种合谋。同样,尽管各监管部门和平台对谣言治理、版权保护多次出手,但“侵权成本低,维权成本高”的问题没有解决,层出不穷的新现象、新问题又给管理增加了困难。

数据造假、抄袭洗稿、传播谣言等行为,也影响了自媒体内容的创作与输出,给读者带来了不好的阅读体验。许多读者或许对造假、侵权的内幕不甚了解,却在阅读中感知到了内容质量的下降,并因此选择去留。企鹅智酷发布的《中国新媒体趋势报告(2017)》显示,56.1%的用户对自媒体内容的质量表达了明确的担忧。