

# 禁野蛮追星 治饭圈乱象

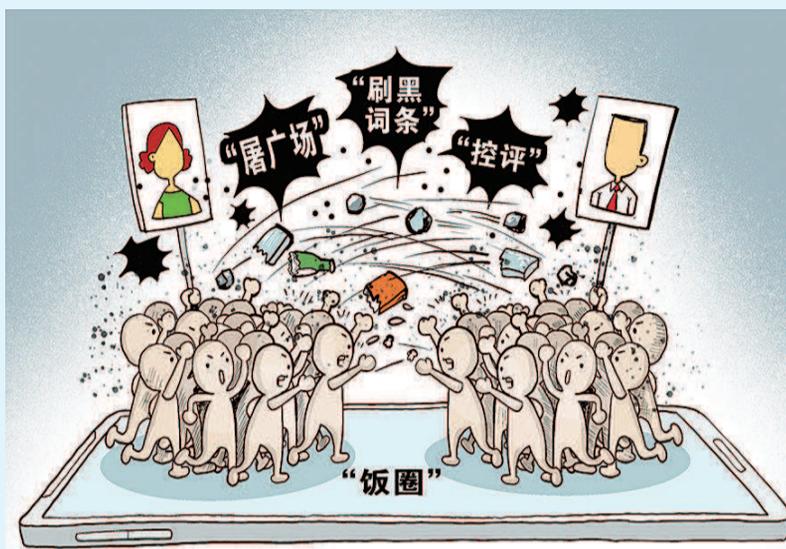
## 粉丝群被大规模禁言 赵丽颖发文“深刻反省”



本报记者  
吴旭颖

最近的饭圈，一波未平，一波又起。流量明星接连“塌房”风波未平，赵丽颖粉丝与王一博粉丝“微博大战”又持续发酵。昨天，新浪微博官方追加处罚2150个账号，目前共禁言账号2080个，关闭账号2459个。其中，拥有259万粉丝的“赵丽颖全球粉丝后援会”被永久禁言，“赵丽颖工作室”“赵丽颖微吧”“赵丽颖吧官博”等也受到禁言处罚。随后，赵丽颖发文称自己“必须做出深刻反省”，呼吁粉丝“文明交流、和谐讨论、冷静发言、保持独立思考，对自己的言行负责”，“无论在网络还是现实中，更多地去关注和发现生活中的美好，积极追求和弘扬正能量，为营造一个清朗向上的网络环境做出自己的贡献”。

为响应中央网信办在全国开展的“清朗·‘饭圈’乱象整治”专项行动，本日起，整治饭圈乱象已成为微博工作的重中之重。这次大规模禁言，显示了整治行动的力度。



失控互撕

新华社 发 朱慧卿 作

记者手记

追星，追的是什么呢？  
如今的饭圈，“爱他/她 就为他/她花钱”成了主流。但凡偶像有新专辑、新杂志上线，后援会和大粉就会鼓励粉丝冲销量，更有甚者，会明确规定上班党、学生党的购买量，若达不到，便会被认定“没有粉丝资格”。受到质疑时，这些十几岁、二十几岁的女孩会异口同声地回击：“这就是规则！这是我们应该做的，做不到不配叫粉丝。”“别家都这样，凭什么我们不可以？”遇偶像被点名批评、封杀，粉丝仍会喊：“他只有我们了！我们要为他赎罪。”这种“赎罪式追星”“任务式追星”实在匪夷所思——粉丝追星，到底在追什么？

反观这些吃足流量红利的偶像明星，不仅演技、唱功堪忧，甚至屡屡突破道德底线、法律红线。这与娱乐圈畸形的造星模式脱不开关系。每年各种选秀几乎都是“矮子里拔长子”，将还在上学、表演能力也并不合格的“爱豆”塞到粉丝面前。近日，甚至有平均年龄仅8岁的7个男孩组成“天府少年团”宣布出道。试问，这些刚上小学的孩子，自己的三观尚未定型，又如何正确引导众多粉丝群体？

最近翻车的吴亦凡、张哲瀚等，身为公众人物，本应起到榜样作用，却犯下了大多数普通人不会犯的过错，令公众难以原谅，失望至极。当“实锤”摆到一些粉丝面前，他们没有毅然“脱粉”的决心，也没有正义感驱使的愤怒，竟哭天抢地和偶像“难舍难分”，甚至竭尽所能威胁社会保全他们的偶像。偶像带给他们的，已不再是最初的正能量，而是扭曲的人生观、价值观、金钱观和对世界的冷漠。

好在，“清朗·‘饭圈’乱象整治”专项行动让我们看到了转机，对在网络上带动不正之风的“大粉”，从严处罚，以儆效尤。对乱象的每一步治理，都是帮粉丝群体重塑三观的过程。看到“天府少年团”出道，“饭圈女孩”不再一拥而上直呼“可爱”，而是冷静下来建议7个孩子先好好读书成长再追逐演艺梦想，最终促成“天府少年团”解散。让人欣喜的是，整治行动的成效，正在一点点显露，影响也将比我们想象的更加深远。 吴旭颖

禁言

三观不能被饭圈「圈」住

此次事件源于22日晚，有网友放出消息，称赵丽颖将在新剧《野蛮生长》中“二搭”合作过《有翡》的王一博，引发粉丝抵制。“赵丽颖全球粉丝后援会”微博发长文表示：“拒绝二搭是全体粉丝的核心诉求……坚决抵制一切形式的合作。”“关于网传剧，若传闻属实，我们坚决切割，并拒绝和此剧有关的所有工作，包括但不限于：安利、反黑、控评等。”同时，后援会宣布暂停工作，向偶像团队施压，企图阻止可能的合作。最终，“微博管理员”发布公告，对赵丽颖粉丝群的引战行为进行了严厉处罚。

多年的“野蛮生长”，使得饭圈里是非不分、三观不正，一切以偶像利益为先的不良风气愈演愈烈。每逢流量明星的作品、代言上线，总有粉丝先“撕”竞争对手为偶像铺路，再“撕”合作搭档争夺剧组地位。更有甚者，偶像“塌房”后仍“不离不弃”，妄图洗白。日前，因涉嫌强奸，人气男星吴亦凡被北京市朝阳区分局刑事拘留，随后，其粉丝竟创建“救援群”，商量“劫狱”。此类将偶像凌驾于道德、法律，甚至国家、民族之上的荒唐行为，对饭圈中占大多数的青少年群体造成恶劣影响。整治饭圈，已刻不容缓。

自6月15日启动以来，“清朗·‘饭圈’乱象整治”专项行动重点打击诱导未成年人应援集资、高额消费、粉丝造谣攻击、侵犯隐私等行为，近期逐步显现成效，据统计，已累计清理负面有害信息15万余条，处置违规账号4000余个，关闭问题群组1300余个，解散不良话题814个，拦截下架涉嫌集资引流的小程序39款，专项排查整治网络综艺节目。

下架 粉丝不该沦为“工具人”

本日起，“超级星饭团App”“魔饭生pro”“桃叭”等多款追星应用先后下架，新浪微博下线“明星势力榜”以及明星超话社区“积分助力”机制，一连串举措有力地打击了饭圈打榜、集资的乱象。

2015年，鹿晗转发自曼彻斯特联队球迷俱乐部的一条微博评论超过一亿。2016年11月3日，王俊凯2年前的一条庆生微博转发量破亿。2017年赵丽颖生日当天发的微博52天后转发过亿。2018年，蔡徐坤宣传新歌的一条微博转发过亿，用时不到十天。2020年，肖战一首单价3元的数字单曲《光点》销售额1.6亿元。庆生微博动辄转发破亿，毫无传唱度的歌曲销售额上亿元。这些惊人的数据，是粉丝有组织、有计划地“刷”出来的。他们牺牲工作、学业，沦为免费的“数据工人”；满屏复制粘贴的“标准话术”，淹没了有效信息和真实评论；唯数据是从的风气，更催生了众多以流量明星为卖点的烂作，阻碍文艺创作的发展。

为帮偶像取得漂亮的数据，饭圈集资打投，成为经济犯罪的温床。2017年，迪玛希后援会先后展开多轮集资，总金额达到153万元，负责托管这笔钱的后援会会长最终携款消失；2018年，蔡徐坤某大粉以销售应援物品为名集资100万元，未发货便销声匿迹；上个月，朴灿烈吧吧主带着上千万元集资款消失……除了卷款跑路的违法案例，因集资、“逼氪”引发违反公序良俗、为粉丝的人生和家庭带来不幸的例子也比比皆是。选秀节目期间，粉丝大量集资购买赞助商牛

奶再雇人倒掉，只为增加一些投票机会；有人参加群里的“粉丝返利活动”，被骗走近6万元父母血汗钱；15岁女孩为了买明星代言向父亲要钱未果，吞药以死相逼；还有粉丝为了给偶像“氪金”而深陷网贷泥潭……一面是血淋淋的案例，一面是“大粉”冷冰冰地“催销量”：“能买100张，就咬咬牙买300张！”“就买这么点，算什么粉丝？”

曾当过“数据粉”的90后女孩“奶糖”，在微博势力榜下线后“清醒了”。她介绍，做“数据粉”要加群接受“大粉”领导，每人养好几个小号，每天花几个小时完成至少十几个榜单的打榜任务，还要随时关注群动向，跟着大家反黑（举报、洗白对偶像不利的信息），控评（点赞、回复夸奖偶像的评论，使其优先显示），洗广场（大量刷屏刷掉偶像的负面消息）。“做数据”的几个月，“奶糖”所有时间、金钱都花在虚无缥缈的数据上，“从来不考虑有什么意义，不考虑发出去的话是真是假，完全是群里‘指哪’我‘打哪’，工作也心不在焉”。停止“做数据”后，她“如释重负”，还在翻到自己攻击别人的言论时深感讶异和自责：“我怎么会说这样的话？”

人们喜欢偶像的初衷，是希望以此为榜样，追求更好的自己。如今，一些明星团队、饭圈资本以及职业“大粉”却将粉丝看作“工具人”“提款机”，毫不顾及对青少年思想、生活，乃至社会安定产生的负面影响。整治饭圈，势在必行，更需要多方力量。社会要参与，法律要出手，平台要尽职责，明星要自律，粉丝要理性，只有同心协力，才能还饭圈一片清朗。



# 节能降碳 绿色发展

2021年上海市节能宣传周 8.23-8.29



市经济信息化委 市发展改革委 市商务委 市教委 市科委 市住房城乡建设管理委 市农业农村委 市国资委  
市生态环境局 市文化旅游局 市市场监管局 市知识产权局 市交通局 市机管局 市总工会 团市委 市妇联

