“人间温情储藏室”你听说过吗?

网友将生活中细碎的美好投稿到主题微博,分享心情,寻找同好

□李冲

微关注



(资料图片)

在这个世界上,总有一些话,想说出来,却不知给谁讲;总有一些回忆,不知跟谁分享……还好,在微博上,有各种各样的bot(英文“robot”的缩写,指的是运营者如机器人般,搜集着关于某个主题内容的集合,在分享时不做主观判断和情感表达),这些微博账号以主题+bot的形式命名,征集生活中的小美好以及情感深处的秘密,受到众多人欢迎,被誉为“人间温情储藏室”。笔者看到,无论是分享1990-2010年代记忆的“千禧bot”还是诗人bot以及人间心事bot等,都有几十万甚至上百万粉丝,网友们在各种各样的bot中找到了与自己有相同爱好的人。

一句话,一张图片,千禧bot微博充满时代记忆

“周二设备检修,暂停接受稿件与分享内容。投稿通道与分享功能将在次日早间恢复。”配图是2000年左右,很多电视台在周二下午停播、进行设备检修的经典画面。现在,每周二,微博“千禧bot”都会发布一款这样的文字与配图,增强时代感。

“千禧bot”微博账号是分享1990-2010年代记忆的。目前,该账号拥有近50万粉丝,是微博上最受欢迎的bot之一。在展现的微博内容中,有二十年前的电视剧、明星或者电影展示,有当时出现在身边的习以为常的小物件。大家争相分享——童年乳酸菌饮品饮必美、诺基亚翻盖手机游戏《米奇的世界》、康师傅家族里“水晶葡萄”的姐妹款“紫晶葡萄”、QQ空间养花藤、《大草原上的小老鼠》、上世纪90年代初家人在地摊上买的流沙画……充满怀旧感。

不少网友在别人的分享中找到了共鸣。而“千禧bot”的运营者,几乎不做主观判断和情感表达,只将大家的投稿展现出来给更多的人看到。运营者会对每条投稿进行编号,发到第2000条,就重新从1开始编号,如此循环。发布内容直接引用投稿人原话原图,不加任何表情。

据运营者介绍,是在2018年萌生出了做“千禧bot”的想法,因为想到千禧年时,处于世纪之交的人们,对未来的一切都充满希望和憧憬。最初的博文写道:本bot开放投稿,欢迎各位怀旧人士、土酷爱好者来玩耍。设定的头像是Windows98的图标。“最初看到投稿,会因为怀旧哭很久,但现在好多了。”运营者说。

网友评论称,很喜欢“千禧bot”的感觉,因为里面既能看到一代人的童年回忆,还能跟老物件、歌曲一起,沉浸在千禧年的氛围中。

除了怀旧,诗人、心事等多款机器人也流行

近些年来,微博bot如雨后春笋般冒了出来,主要是以“某某bot”命名,由人工运营模仿机器人的账号。他们或是自主收集,或是向读者征集,其中不乏让人意想不到的有趣存在。如今,在微博搜索ID里含“bot”的账号,有接近28万条结果。

笔者看到,在这些bot中,有专注于分享职场故事和烦恼的“社畜茶水间”(原名“社畜bot”),做广大打工人的树洞;有收集分享人们偶然间听到他人温暖对话的“偷听bot”,以及能挖出各种情节离奇的家暴判决书的“不要和陌生人说话bot”,甚至也有最严格的“机器人”诗人bot,博主跟粉丝没有任何互动,投稿在每天的各个整点准时发布,页面干净,只有文字,还有严格的投稿细则,每月1日为投稿日,其余时间投稿不予接收。投稿提前发完后,会抽取已发稿件“复读”。不过2019年,诗人bot停止运营。

笔者看到,“偷听bot”不仅在微博很火,在知乎上也有不少的关注度。一位网友分享了自己在“偷听bot”里看到的一个场景:“今天我们这儿的云朵非常好看,听到旁边一对母女在讨论。妈妈问,你觉得哪片云最好看?女儿说,你怎么能当着它们的面比较它们!”网友称,bot中很多关于家庭和小孩的投稿,让人感到温暖,瞬间被治愈。

Bot账号被网友看作“人间温情的储藏室”

笔者看到,近些年来,号称机器人的bot账号几乎包罗万象,承载的内容越来越丰富,所覆盖的范围也越来越宽泛。有关于某个人群,某一领域,有关于某一种情绪或爱好以及追求情绪上的共鸣等。各种互不相识的人们聚集在不同的bot之下,在虚拟的网络世界里分享着真实的故事和情绪。甚至,各类营销号也纷纷穿上了“bot”的外衣。

有流量的地方,就有资本的跟随。笔者看到,一些MCN机构已开始了“圈地”:比如,社畜bot偶尔接一些与自身内容契合的商业推广,而千禧bot也会接一些与千禧主题相关的推广。

现在,Bot成为一股新风潮,并迅速收获了大量关注。很多人在总结bot的特点时,将其描述为“人间温情的储藏室”。一网友表示,bot将可能一闪而过甚至当事人自己都没有注意到的一些东西记录下来,这些观察、留意,让更多人看到bot存在的价值。许多人在只言片语中,找到自己生活的投射,或感心酸,或得以安慰。

也有网友表示,bot传递的富有魅力的生活气息和美好,让自己深受触动,也激励自己更留心去观察生活。很幸运的是,现在,自己也能从平淡的生活中发现了很多细碎的美好和小小幸福。

微言论

让网红带货走出灰色地带

□姜天骄

近日,公安机关破获一起利用“网红直播带货”销售假冒品牌案件,一名拥有百万粉丝的“网红”落入法网,涉案金额高达5000余万元。

近年来,通过视频、直播、社区社交、聊天社交等网络平台购买商品,已成为一种新兴的消费方式。一些网红在社交平台上利用视频直播方式直观动态地展示产品,讲述使用体验,这一销售模式深受消费者喜爱,大大促进了电商发展。一项调查发现,消费者通过社交软件购物以短视频类平台为主,占比高达73.83%;在影响消费者购买决策的各因素中,“网红推荐”占比达47.57%。

不可否认,社交网络平台在对接供需、挖掘消费潜能方面,发挥着越来越重要的作用。然而,随着直播带货不断火爆,网红售假案件也层出不穷,一些社交平台网红利用微商、直播、虚假宣传等方式,以假充真,有的还在网上打着知名品牌商品低价促销的幌子吸引消费者眼球,再搭配“清库存”“为粉丝谋福利”等营销话术引诱消费者下单购买;还有的以“复刻”“限量”等名目从事制假售假违法犯罪行为。在巨额利益驱使下,网红成为“网坑”,既把消费者带进了坑,更把自己带入违法犯罪的深渊。

社交平台之所以成为售卖假货的高发地,究其原因还是其超出了电子商务法约束范围。事实上,网红带货方式属于微商的一种,微商监管一直是行业的痛点、难点,主要原因在于电子商务法并没有对社交平台法律责任作出明确规定。像直播、微博、微信这类仅提供网络服务的平台,在微商行为中的法律定性,电子商务法并没有给出明确答案。因此,这一灰色地带很容易为不法分子提供犯罪“土壤”。

从监管角度看,“网红直播带货”行为应受到更为明晰的法律规范。一方面,法律应进一步对社交平台在电商行业中的性质和地位作出特殊性规定,应明确两类平台性质之间的转化。例如,某社交平台专门为电商平台开设了购买渠道,这实际上就是将社交平台的网络服务性质转变为电子商务平台性质,应该受到电子商务法约束。另一方面,“网红带货”也属于一种广告行为,应该受到广告法的规范与约束。总之,只有建立严密的法制监管体系,才能让网红走出灰色地带,在阳光下健康成长。

从信用评价体系看,有关部门应加快推进信用评价体系建设,让网络信用评价机制与社会信用体系能更有效地连接,企业或个人在网络中的不诚信经营行为应纳入到失信惩戒之中,对于存在违规行为的网红主播,应列入失信名单并定期向社会公布,从而震慑“网络售假”行为。

人无信不立,业无信不兴。网红经济的本质是口碑经济、诚信经济,信用是其发展壮大的基石。一些网红及其身后的团队也应更加爱惜自己的羽毛,要认识到,为劣质商品代言,做一锤子买卖,迟早要翻车。只有加强自身素养,深入研究产品,坚守诚信和商业道德底线,网红经济才能稳坐“C位”,获得长远发展。

一周热搜

12岁小学生拉面手艺娴熟

近日,在内蒙古托克托县,一名12岁的男孩因拉面手艺娴熟走红网络。

男孩父亲表示,疫情期间儿子在家没事,来店里帮忙,就学会了拉面。现在孩子的拉面技术已经能给顾客下面了。让孩子在店里帮忙,也能让他体会到劳动的不易,也会更加珍惜学习的机会。

@淡如水903:孩子能有这样的锻炼机会,真的很好。

@北海有只鱼:最好的言传身教。

@蛋蛋yjl:生活中也处处是学堂。

@冰态海明威:家长的教育观念很正。

@我是大周小迷妹:挺羡慕这小孩的,有一技之长,以后开个小拉面馆饿不到。

(来源:中国新闻社)

松鼠吃发酵梨子后醉了

近日,美国明尼苏达州的凯思琳·莫洛克在清理冰箱时,在冰箱底部找到了一箱存放了很久的梨。她拿了其中两个,放在屋外的桌子上,被一只路过的松鼠兴冲冲地拿走。凯思琳看到松鼠似乎很高兴的样子,于是决定将剩下的梨都放在屋外,供每日到访的“小食客们”享用。但当天晚些时候,在那只松鼠再次出现时,凯思琳发现了它的异常。

视频画面显示,这只松鼠“醉醺醺”嚼着玉米和种子时,眼神突然变得茫然。接着,松鼠开始两眼发直,身体奇怪地歪向一边。其间,它还利用喂食的碗来保持身体平衡,但当这只松鼠专注地盯着周围的树梢时,身体再次向后倒。

据介绍,相关视频在上传网络后,获得了超150万点击量。

@呆呆Sadnes:我吃过发酵过的枇杷,把我给整醉了。

@57页-:我仿佛看见了上课犯困努力清醒的自己。

@唇染蔻丹:像是读书时下午想打瞌睡的我。

@沽姤:哎呦妈呀,我这是咋地了?头晕得不行了。

(来源:综合)

藏族小伙丁真刷屏的背后

近日,四川甘孜20岁藏族小伙丁真因为出现在一名摄影师的镜头里而意外走红。晒黑的皮肤,略显蓬乱的头发,原生态纯真的笑脸迷倒了万千网友,成了网红界的新晋顶流。

不过,丁真在“走红”后没有与网红公司签约,而是与理塘县国资委下属的一家国有公司签约,成为四川省甘孜藏族自治州理塘县的旅游大使,还拍摄了宣传视频为自己家乡做推介。片中,丁真骑着心爱的小马“珍珠”在壮美的雪域高原上驰骋,高原、雪山、白马、少年征服了众多网友。在当地政府帮助下,丁真还开始补课学习,然而不少网友看了视频以为藏族小伙丁真家在西藏,导致四川和西藏展开了一场“抢人大战”。

接着,全国各地都开始邀请丁真去做客。

丁真刷屏的背后还有更多值得关注的地方,这次刷屏其实是四川、西藏和全国多地联合促成的一次“旅游推介”,可谓“史上最和谐打架现场”。



(资料图片)

大家因为丁真这个“窗口”,了解到了四川的美丽,也看到了祖国多地的壮美河山。

有网友直呼:“这波宣传,满分!”

更有网友感慨:看似满屏都是丁真,其实是脱贫攻坚、国计民生、全面小康。

网友纷纷表示,这是“网红”最好的“打开方式”。大家为丁真点赞:“希望他以后能保持初心,带来更多的正能量”。

(来源:人民日报微信)

钟点工拍视频与网友分享家政日常引争议

最近,短视频平台上有个拥有17.5万粉丝的钟点工“火”了,这名钟点工半年更新抖音300多条:购买的食物塞满雇主的冰箱、给小朋友做早餐、孩子弹琴做作业……半年更新300多条抖音视频,晒雇主卫生间、孩子卧室……

据了解,这名钟点工已在上海工作十年,同时在几个雇主家里工作。从今年5月30日更新第一条短视频起,至今她已上传了314个作品。她的视频常以“今天第X家”开头,可以看出她每日辗转在4个雇主家之间,十分忙碌。然而,这名钟点工晒的内容却引起了争议。

从部分视频来看,她显然有避开侵犯雇主隐私的意识。在两则展示雇主家孩子课外书和书桌的视频中,她都强调是在获得雇主孩子同意的情况下拍摄。拍摄雇主孩子弹钢琴时,也没有拍出孩子脸部,且与孩子存在互动;另外有一个分享小朋友吃早餐的视频,也特意做了后期贴纸打码处理。

侵犯隐私还是正能量满满?网友吵翻了,对于钟点工阿姨网上分享“打工人日常”,网友意见也并不统一。

某家政管理人员认为,边工作边拍视频是非常不合适的行为,她认为这既影响正常的工作,同时也会泄露雇主家的隐私。这位管理人员表示,凭借10多年的工作经验,没有一户雇主家庭希望保姆拍图片、拍视频上传短视频平台的。“工作时拍视频、玩手机反映的是保姆的工作态度,公司在保姆入职时,对她们提出这方面的要求”。

家庭服务行业业内专家认为,保姆在雇主家打工,工作场地是雇主家庭,所接触的物品等基本上都是雇主家里的。未经雇主允许拍视频上传短视频平台,很容易暴露雇主家隐私。因此,不建议保姆在打工时拍视频,更不要将所拍视频上传至短视频平台。如果所拍内容经过雇主审核,并征得雇主同意,拍视频甚至上传至短视频平台是没有问题的。对于阿姨在雇主家拍短视频上传网络的做法是否合理合法,律师则表示,这是明显的侵权行为,雇主有权要求钟点工承担侵权责任。“雇主关注钟点工的网络平台账号,并不表示对钟点工的披露与发布行为予以授权,更不代表雇主同意钟点工对其家中情况进行对外披露与发布。”至于雇主能否追究钟点工所属家政公司的责任,律师表示需视雇主与家政公司之间的合同有无相关约定,比如钟点工应当尊重与保护雇主家隐私权等条款内容,如有约定,则家政公司也应当依据合同约定,承担违约责任。

(来源:央视新闻)

微资讯

网络主播和打赏用户实行实名制管理

国家广播电视总局近日发布“关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知”,要求网络秀场直播平台要对网络主播和“打赏”用户实行实名制管理,要通过实名验证、人脸识别、人工审核等措施,确保实名制要求落到实处,封禁未成年用户的打赏功能。

通知要求,网络秀场直播平台、电商直播平台要切实采取有力措施不为违法失德艺人提供公开出镜发声机会,防范遏制炫富拜金、低俗媚俗等不良风气在直播领域滋生蔓延,冲击社会主义核心价值观,污染网络视听生态。

通知要求,网络秀场直播平台要对直播间节目内容和对应主播实行标签分类管理,按“音乐”“舞蹈”“健身”“游戏”“旅游”“美食”“生活服务”等进行分类标注。根据不同内容的秀场直播节目特点,研究采取有针对性的扶优罚劣管理措施。

通知指出,对于多次出现问题的直播间和主播,应采取停止推荐、限制时长、排序沉底、限期整改等处理措施。对于问题性质严重、屡教不改的,关闭直播间,将相关主播纳入黑名单并向广播电视主管部门报告,不允许其更换“马甲”或更换平台后再度开播。

通知要求,平台应对用户每次、每日、每月最高打赏金额进行限制;平台应对“打赏”设置延时到账期,如主播出现违法行为,平台应将“打赏”返还用户。

(来源:新华社)