

“假靳东”“假刘德华”充斥网络 起底高仿号灰色生意经

《瞭望》吴剑锋 颜之宏

屏幕里,“假靳东”“假刘德华”一口一个“姐姐”;屏幕外,中老年女性沦陷其中,纷纷打赏。在各大短视频平台,这荒诞的一幕屡见不鲜。

不仅是假明星号,一些高仿号冒充政府部门、商业机构、专家名人,在网络平台上收割流量、变现套现。记者调查发现,这些高仿账号的背后,是一条造号养号卖号的灰色产业链。



高仿号骗局遍布网络

网友张惠的朋友“MissX小姐”的微博账号,一日通过私信联系她,谎称人在国外付款不畅,让张惠帮忙垫付机票钱。该账号当天凌晨还发布了在罗马游玩的图片。因此,张惠没有怀疑,爽快垫付了13900元。直到发现对方发过来的还款转账截图是假的,她才意识到该账号是高仿号。

记者调查发现,多地网友都曾遭遇微博好友高仿号私信诈骗。有的被要求垫付机票,有的被要求垫付行李托运费,看似不高明的骗局,却让人防不胜防。

高仿政府部门、商业机构的账号也不在少数。

“您的小轿车免年检期限即将到期,可在微信公众号线上年审。”此前,福建泉州许先生曾接到这样一条

信息,他根据短信提示,搜索到名为“福建车辆年检”的公众号,点击其中链接后被引导至一个网址,输入银行卡号、发动机号、卡密码及短信验证码后,被骗走2000元。

行骗成本几乎为零

“互联网时代什么最值钱?流量啊。”一名微博高仿号从业者向记者透露,做高仿号成本很低,只需做些复制粘贴的活,引流却很快,然后通过接广告、带货、卖号等方式把流量变现。“一个人有5~10个高仿号,月收入超过5000元不是问题。”

在调查中记者发现,部分高仿号呈现团伙运作、矩阵生产的特征。

在某短视频平台上,一个名为“董事长马总”的虚假账号不定期发布马云的视频,该账号关注列表中的47人全部是名为“马总”“马老师”的高仿号,账号发布的内容也基本相似。

这些高仿号集聚流量后,最直接的变现方式是接广告。

记者以拜师为名联系一名高仿号操纵者,他说,当粉丝数量达到一定规模后,会有传媒公司上门要求“推一些不好听的歌”,并通过剪辑伪造出明星唱这些歌的视频用以播发。“60万粉丝的账号一首歌价格在150元到300元不等。”

直播也是高仿号快速渔利的一种方式。

在一个名为“东歌”的语音直播间内,“假靳东”频

繁向粉丝索要打赏和点赞。“弟弟最近在拍《第一次起飞》,希望姐姐多支持。是缘分让我们走在一起,每天拍戏回来我都会看你们的留言。”记者观察期间,随着主播的吆喝,140名观众送出700多份礼物。直播结束后的数据显示,主播获得17万点赞。

直播要礼物只是第一步,有的高仿号还顺势做起直播带货。在某“假靳东”直播间内,主播推出茶叶、贵妇膏等产品,直播间观众大多为中老年女性,她们为了来之不易的“关爱”,纷纷下单讨好“明星”。

建起监督管理反诈骗机制

采访中业内人士向记者透露,网络平台监管相对滞后,一个虚假账号即使被处理,用新的身份信息重新注册后就“又洗白了”。一些短视频平台的算法推荐模式,在一定程度上助推了高仿号视频的传播。用户在观看一个高仿号发布的视频后,便会连续刷到类似视频。

“打击虚假账号有时跟业务增长需求相冲突,有的公司为了业绩,放松了管控,甚至还有个别公司为了完成业务绩效,纵容或主动去做虚假账号。”顶象业务安全专家田际云说。

业内专家说,高仿号精准找人要经过购买公民个人信息、筛选信息、持续追踪等过程。因此,相关平台须肩负起反诈骗的社会责任。在目前相关法律法规尚不健全的情况下,相关平台应在可能的范围内,建立起监督管理反诈骗的相关机制,对平台上的动态进行追踪、分析,并对网友进行提醒。

浙江大学光华法学院副教授高艳东建议,平台应运用技术手段及时识别、清理高仿号。同时,通过合理升级智能算法推送程序,杜绝类似假靳东事件的劣质视频被推送至程序首页的情况发生。

当平台无法判断其内容是否涉嫌欺诈时,应当及时向公安机关或网络管理部门报告,并主动协助调查,同时,还可为网民提供举报平台,多方合力补齐监管空白点,营造清朗的网络空间。

靠野史打动人? 红色教育别走偏

《半月谈》陈国洲 于瑶 李伟 徐海波 闫祥岭 谭畅

这些年,红色教育取得丰硕成果、红色教育基地遍地开花的同时,也暴露出一些问题:有的基地教学内容乏善可陈,教育效果不理想;有的基地对红色资源研究不足,好资源难以讲出好故事,甚至出现将野史外传当历史事实介绍的情况;有的地方红色教育各自为政,形不成合力,甚至发生恶性竞争……这些问题使红色教育的效果打了折扣,甚至产生负面效果。

警惕成为“低级红”

目前,红色教育主要分为两种形式。一种是以先进人物及群体的纪念物、标志物为载体,通过参观纪念馆、遗址等红色教育基地,学习、了解先进事迹,进行精神洗礼和理想信念教育。这类教育一般时间较短,不需开班上课。

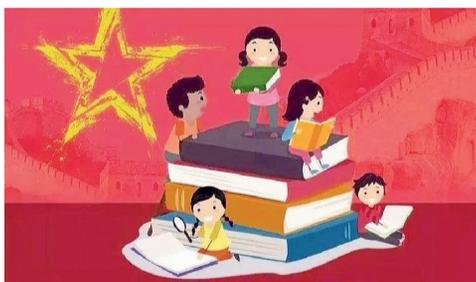
另一种则依托专业红色教育培训基地,以培训班、学习班等形式,为全国各地党政机关、企事业单位、国企、高校等提供红色教育和相关拓展活动。

记者调查了解到,许多红色教育培训基地对干部群众理想信念教育产生积极影响,但仍有一些红色教育培训基地存在培训形式呆板、培训供给与培训需求脱节等问题。

此外,红色教育培训基地教学内容参差不齐、史实宣讲亟待把关,已成为一些红色教育培训基地面临的突出问题。为了叫响名片,一些教育基地刻意抬高自己,将野史外传当作历史事实来宣传介绍。

一些红色教育培训基地对党史研究不深刻,甚至将历史事实与相关文艺作品混为一谈,将文艺作品刻画的人物故事充作革命史实。还有一些本与革命历史无关的景区,为了吸引游客,硬是制造出“红色景区”,让人难以信服。

“我们的党员干部,特别是领导干部水平较高,用



小说、故事怎能真正让他们产生共鸣?”党史专家、重庆市地方史研究会会长周勇说。

好资源难讲出好故事

记者发现,一些地方建有高标准的纪念碑和陈列馆,但解说员只能将墙上的解说词背诵一遍,一旦来参观的人问得深入点,解说员就说不清原由。

“全市能够从事红色教育专题培训的教师相对比较缺乏,数量上难以满足培训需求。”宁夏固原市文旅部门相关负责人说。

“我们的讲解员现场讲解没问题,生动性、感染力都很强,但在理论素养上肯定还有进一步加强的空间。”重庆红岩联线文化发展管理中心相关负责人说,领导干部政治素养、理论水平高,给他们讲课如果没有深度,启发效果肯定不好。

研究能力弱也是问题一桩。党史、军史都需要专业的研究人员考证挖掘,而各地党史研究室、地方志办公室行政化、机关化程度高,往往不能提供足够的研究支撑。

山东省海阳市委组织部副部长林森说,海阳地雷战精神有着丰富的文化积淀,但党校中能讲好地方党史的人不多,难以做深度课程开发。

即使是像红岩这样在全国红色教育培训基地中相

对规范、领先的基地,也存在研究力量不足的短板。“在课程开发、理论研究方面,红岩有自己的专家队伍,与一般红色教育培训基地相比有优势,但与专业科研机构相比还有不足。”重庆红岩联线文化发展管理中心相关负责人说,这是红色教育培训基地普遍面临的难题。

恶性竞争露头

随着红色教育基地不断涌现,早涝不均的现象开始出现。知名红色教育基地供不应求,提前预约都有难度,名气小的则“门前冷落车马稀”。

基层干部透露,重点红色教育基地多在中央和地方相关项目资金倾斜的基础上发展起来,运营维护还算顺畅。一些小规模的教育基地所处地理位置较偏,基础设施普遍薄弱,仅能维持基本运转,缺乏满足现代红色教育培训需求的设施,延伸服务几同空白。

此外,一些地方的红色教育基地尚未形成整体效益,各说各话。即使是同一主题的红色资源,也是各地挖掘亮点,各自为政,导致“有点没线,有线没面”。比如,多个红色教育基地分属不同县管理,相互之间难以协同,打造不出精品线路。

“统筹整合方面确实存在问题,现在县里面只能做县里面的内容,地域之间的条块分割很严重,行政管理体制壁垒也体现在教育基地建设上。”东部某市委组织部负责人表示,部门互动才能发挥规模效应,因此应从制度层面进行引导、规范,打通地市、省域之间的阻隔。

缺乏联动也引发恶性竞争的苗头。比如,长征横跨十几个省份,多省份围绕长征精神建设了多个红色教育基地。西部某红色教育培训基地负责人说,一些地方为了自身发展,过分抬高自己所在地在长征中的地位;还有一些地方用财力拼地位,多出钱、多建场馆,以此夸大当地的革命贡献。