

特别关注

你的朋友圈有人“打卡”学习吗?

微信将严打此类行为



段。严禁打卡后,对以此为传播手段的平台将是不小的打击。

体验者:确实收到退还的学费

“如果不用打卡返学费了,我就不会在朋友圈打卡了,因为对其他人有干扰。”刘川(化名)于4月22日在轻课公众号上购买了“100天TED英文演讲训练营”课程,花费99元。刘川向笔者透露,在购买课程当天,轻课安排了班级负责人,负责监督每位学员的打卡和疑问解答。

刘川每天需要在北京时间24点前学习课程5分钟以上,并完成习题,还要将打卡链接分享到微信朋友圈。截至5月14日,刘川一次不落地完成打卡。当日,刘川询问是否需要继续在朋友圈打卡时,课程负责人表示,已经不用在朋友圈打卡了,但必须完成每天的学习任务。

另一位已拿到退还的199元学费的王薇薇(化名)告诉笔者,她在大学室友的推荐下购买了流利说的课程。课程标明,用户需完成每天的学习任务,并在微信朋友圈打卡,待课程全部结束后,用户将获得课程学费的全额退还。目前王薇薇已经成功收到退还的学费。

“刚开始我还挺认真地看,后面学业忙了,我为了返学费才打卡。”王薇薇称。

微信:朋友圈打卡严重影响用户体验

微信发布公告称,近期某些公众号、应用程序等主体通过返学费、送实物等方式,诱导微信用户分享其链接(包括二维码图片等)到朋友圈打卡,严重影响朋友圈的用户体验,违反了《微信外部链接内容管理规范》。部分主体在违规活动被处理后,只是改掉了课程介绍页面中的违规字眼,但在业务流程中用各种方式诱导用户分享朋友圈打卡,有的甚至通过变换域名、新增类似业务等进行恶意对抗、多次违规。微信在公告中截图举例了流利说、薄荷阅读、轻课、火箭单词四款产品。

根据《微信外部链接内容管理规范》,微信禁止通过利益诱惑,诱导用户分享、传播外链内容或者微信公众账号文章,包括但不限于:现金奖励、实物奖品、虚拟奖品(红包、优惠券、代金券、积分、话费、流量、信息等)、集赞、拼团、分享可增加抽奖机会、中奖概率,以积分或金钱利益诱导用户分享、点击、点赞微信公众账号文章等;从其他软件诱导用户分享到朋友圈也属违规。

微信和腾讯方面均表示,针对外链在朋

友圈的分享,微信一直有明确规定,企业只要严格按照规定来做,修改诱导分享部分,即可重新在朋友圈分享。

互联网分析师唐欣认为,微信朋友圈是个容量比较低的生态圈,不能容纳太多内容。过多的商业推广会影响朋友圈体验,损害微信的核心利益。微信自己都对广告内容非常克制,自然也不会允许这些应用通过“曲线救国”的方式,低成本地做广告。

打卡阅读客户端:修改相关诱导语言

笔者体验后发现,在被微信点名的流利阅读、火箭单词、潘多拉英语、薄荷阅读等公众号或APP软件中,一部分明显“诱导”微信用户分享其链接到朋友圈打卡的宣传文案已消失,但也有公众号依然在“打卡”。

其中,流利阅读的微信公众号名为“100天外刊阅读计划”的课程在提供,在课程页面明显处标明“打卡80天,全额返学费”,学费为199元/100天,目前可以正常报名。公司介绍称,在流利阅读APP内的“打卡”行为可以正常进行。

薄荷阅读在5月13日发布微信朋友圈文章称,参与上述“199元100天打卡80天返学费”课程的用户,只要满足学习条件,无需

朋友圈打卡,也可获得全额奖学金。

火箭单词于5月13日发布公众号文章称,“即日起,购买火箭单词99元30天学习课程,无需分享朋友圈,只需在每天24点前完成学习,即可获得相应奖学金”。公布其他学习课程也无需分享朋友圈。

潘多拉英语当天也发布微信公众号文章表示,用户只要满足学习条件,无需分享朋友圈打卡,也能获得相应课程奖学金,且该政策对潘多拉英语旗下所有课程生效。

薄荷阅读在课页面上关于“打卡送实体书”的宣传内容也已消失。笔者还发现,目前薄荷阅读、火箭单词、潘多拉英语的课页面上已无明显诱导微信用户分享其链接到朋友圈打卡的相关内容。

各方激辩:打卡是否算诱导分享?

微信认为,诱导分享是非正常营销行为,严重破坏正常的朋友圈用户体验,违反了微信相关规定。微信方面表示,如果发现诱导分享等行为,微信团队将进行处理。

互联网分析师唐欣认为,这类应用的打卡模式的确是一种诱导分享式推广模式,是其商业模式中关键的一个环节。微信取缔打

卡模式,其推广获客成本将大大增加。大量中小型创业者会难以获得流量,被迫退出市场。

但也有观点认为,微信应避免“误伤”。电子商务研究中心法律权益部助理分析师蒙慧欣称,微信打卡模式在学习类微信小程序中使用较为广泛,通常是以用户打卡次数或坚持打卡的天数作为平台的利益回报前提。在此种情况下,就要区分用户是否为自愿打卡,也能获得相应课程奖学金,且该政策对潘多拉英语旗下所有课程生效。

薄荷阅读在课页面上关于“打卡送实体书”的宣传内容也已消失。笔者还发现,目前薄荷阅读、火箭单词、潘多拉英语的课页面上已无明显诱导微信用户分享其链接到朋友圈打卡的相关内容。

流利说并不认为“打卡”有“利诱”目的,称打卡分享更多是利用社交方式“督促”大家学习,且分享模式并非独创,而是一种通用的运营方法。

“打卡是一种鼓励,我们真的没有诱导分享。用户在朋友圈中看到的是内容的链接形式,点进去不会给分享者带来收益。”流利说工作人员称,即便今天没有了朋友圈打卡,还是会有其他形式的打卡,如社群打卡、软件内部打卡等,给大家以鼓励。

流利说相关负责人透露,微信并没有全面封杀朋友圈的分享与传播。

□白金雷 杨砺 陈维城

对朋友圈“诱导分享”说不

周末评论

后,往往紧跟着某些软件平台、学校机构等的广告链接、二维码等页面。朋友圈公开“打卡”多少天可获得学费减免、实物奖励等,这些物质奖励都说明平台或机构要求“打卡”的重点并非“学习”,而是在于传播。微信朋友圈是一种使用率、传播率高的平台,此类诱导性质的“打卡”自然能有效带动传播,甚至因此不让商家趋之若鹜?

现实中,很多学习机构也纷纷加入“打卡”的队伍中,美其名曰“帮助孩子养成良好习惯”,但其实每个学习课程都有相应的微信群以方便联系,在微信群中“打卡”不是更为方便,何必多此一举先发朋友圈再截图至微信群?

此类模式大肆泛滥,影响的将是微信这一平台的使用感,谁愿意每天打开朋友圈却看到满屏广告?这不仅会打扰他人,在被诱导或半强制下,其实“打卡者”也是有苦难言,不得不顶着压力让自己的朋友

圈变成免费广告位。因此,微信等平台治理“学习打卡”的利诱分享,值得点赞。

社交平台理应以正常自主自由的社交为主题,不能任由广告无限进驻。对于自己自主的“打卡”,比如每天“打卡”晨跑,无任何利益纠葛,只是晒一下清晨阳光下美丽风景和积极的自己,对于这些“打卡”,人们愿意给予最真挚的点赞。但是,那些将微信朋友圈作为广告平台的做法,却给他人的微信朋友圈带来打扰,甚至使朋友圈成为“免费广告位”或垃圾广告集中地。

根治朋友圈诱导学习“打卡”乱象,仅靠微信自身恐怕难以实现。相关平台及监管机构也应加强监管。比如,线下学习机构多如牛毛,只要不放带有关键词的链接,改成图片等,微信平台就很难形成有效监管。只有各方联合出动,共同努力,才能让朋友圈真正以社交为主题,也能让民众自由选择是否“打卡”,而不会被动成为“免费广告位”。 □王琦

有一种植根于互联网世界,脱胎于草根阶层的偶像,叫“网红”。人们讨厌网红制造中的营销套路,却又羡慕其“低投入无风险”的名利双收。当越来越多年轻人把当网红作为职业乃至人生理想的时候,如何去除网红文化里的扭曲价值观和精神虚无变得相当紧迫。

是时候告别快餐式的网红了,真才实学方能安身立命,去伪存真才能流芳千古。

网红时代?

网红,通常是指某个事件或某种行为被网民关注追捧从而迅速走红的。走红的原因,可以是颜值担当、才华出众、搞怪作秀等众多类型;而走红的方式,无外乎纯属意外、意外+包装、包装的意外三种。

研究显示,网红的发展大致经历了三个阶段:第一阶段,以一批网络作家为代表的初创时期,网红背后是较大基数的兴趣爱好和价值共鸣;第二阶段,图文时代,贴吧、社区里崛起一批深藏不露的专业人士;第三阶段,视频直播时代的新宠,直播网红们总是善于把平台传播和自身特点相结合,快速抓住受众心理需求。

网红具有鲜明的草根性,更替也越来越快。从“活捉一只野生的偶像”,到创造一个偶像,乃至更换一个偶像,都使得网红应接不暇。

近年来,发展迅猛的电竞游戏高手、美妆健身达人、美食大胃王、动漫 Cosplayer 等,他们在自己的领域里占有一席之地,但随着圈内竞争越来越强,长江后浪推前浪,指不定哪天就成了“过气”主播。

有人专门分析了网红成名的三个阶段:1.0时代,火起来基本靠意外;2.0时代,靠的是全民创作+策划传播;到了3.0时代,商业利益高调进场,网络推手层出不穷,营销包装越来越精通……

《中国互联网发展状况统计报告》显示,截至2018年6月,我国网民规模超过8.02亿,而网红粉丝总人数达5.88亿。很多年轻人认为网红是一件能“低投入无风险”、实现名利双收的工作。这客观上增加了网红和粉丝的基数。

从个体的角度出发,成为网红有啥好处?首先,收入非常可观。就算996,哪怕24x7,也绝对值得付出。其次,网红毕竟是普通人难得的上镜机会,可以得到百万、千万粉丝的关注和关心,存在感相当爆棚。

一场大众狂欢后的尴尬

有评论认为,网红的产生,与当下网民的审美、审美、娱乐、刺激、偷窥、臆想以及看客等心理契合,是网络红人、网络推手、大众媒介以及受众心理需求等利益共同作用的结果。

作为一种现象,网红从很多方面记录着这个社会价值流变。有一种身份落差,叫“网红式分裂”。镜头前鲜嫩明媚的,镜头后可能老态龙钟,动刀变脸不算,还要玩转道具、P功一流。有意思的是,就算知道网红的很多假象,粉丝也可以非常宽容。实用主义者的观点是,网红展现给大家的只是最美好的1%,而剩下的99%都太残酷,所以尽情享受那1%就好了。

网红餐厅、网红歌曲、网红打卡地……网红的背后是流量经济。好像什么事、什么地、什么人加了

网红二字就有了流量保证。奈何很多人心甘情愿做流量的“奴隶”,大概是上当受骗的成本比较低,万一碰上真网红了呢?起码也能换取一番谈资。

还有学者认为,网红现象是一场平民化的集体创作与狂欢,它表现出强烈的宣泄性、颠覆性、哄闹性与大众性,因而“网红文化”也是“狂欢围观文化”“民间诙谐文化”。

“狂欢”的代价通常是混乱。媒体评论员孙维说,一些哗众取宠、跳梁小丑式的网红,知道如何在传播过程中煽动自身热度,却很难有丰富的内容产出,很快就会被取而代之。

网红从一个客观现象变成批判话题,不得不归咎于其门槛的降低和身份的降格。上述快餐式网红被大肆制造,形成了网络生态中的群魔乱舞——说话不过瘾、出镜不穿衣,偷税漏税、违法乱纪的,加上一批专业撕网红、职业扒黑历史的网络推手,前赴后继的网红形象毁灭、人设崩塌。

始于颜值,陷于才华,忠于人品

前段时间,一名17岁的女孩在抖音上红极一时,可又极速坠落,算是个标准的快餐式网红案例。短短几天内粉丝飙升上1000万+,却因为各种负面能量的曝光而被平台封杀。

“网红世界里其实每个人都裸奔,心不正又妄想出名,还是先戴个头套,保护好自己,再追逐梦想。”有网友讽刺。然而,在这位网红小姐事件的相关评论里,还有很多画风是这样的:“17岁不读书怎么了,蹦迪怎么了,你管得着吗?”“瑶妹有钱爱怎么花就怎么花,穷人才要读书”……可见仍有不少人趁机宣扬“读书无用论”“当了网红,想干啥就干啥”的扭曲价值观。

网红门槛越来越低,但这不妨碍网红成为新媒体时代塑造的群体偶像和意见领袖。告别快餐式网红,就是要阻断那些“毁人不倦”的价值观输出,让对错有明确的界限。

价值扭曲的网红总是昙花一现,正能量网红才有持久生命力。网红与受众应当一起成长,看清脚下的路。你可以喜欢“网红脸”,但不能为了打赏“网红脸”而肆意挥霍;你可以用想成为网红来激励自我,但不应该在该网红的路上迷失自我。

告别快餐式网红,就是要告别那些纯粹给别人消费或消费别人的劣质“产品”,筛选沉淀出那些真正应该红、值得红且能够持续红的对象。还是网友们概括得好,“始于颜值,陷于才华,忠于人品”,铅华褪尽留本色,大浪淘沙始见金。 □俞宽



一个人,一天中干得最多的事儿莫过于说话了,语无伦次,可很少人去去想,语言是怎么来的。近日,有媒体报道,中国科学家在《自然》上发表最新研究成果,利用统计学分析方法,结合遗传学、语言学、考古学等证据,首次确认了包含汉语在内的汉藏语系起源于大约4000-6000年前的中国北方黄河流域。这对国人来讲,无疑是个好消息。然而,尽管汉藏语系的起源找到了,但人类语言究竟是如何起源的,却依然是个谜。

什么样的表达才能称之为语言

什么是语言,或者说具有哪些特征才能称为语言?在语言学家眼中,语言作为研究对象,初始有两种含义,一种是抽象概念,一种是特定的语言系统,如汉语。语言学博士、中国科普所理论研究室博士后唐叶在接受采访时说,在现当代语言研究中,语言的一个定义是人们从事语言行为学习、表达并理解的心智,偏向语言对于人类的通用性,这种观点认为语言是人类与生俱来就可以获得的能力,所有认知能力正常的儿童只要在成长环境中能够接触到语言,即使没有人引导和刺激,也可以习得语言;另一种对于语言的定义则是一种口头上或符号上的人类交流系统,人类是用语言去表达或控制周围环境的客体,该理论强调了语言的社会功能。

“相比于其他形式的交流系统,如人类以外的动物所使用的动物语言,人类语言是独特的。”唐叶说,其它动物,如蜂和猿所使用的交流系统都是封闭系统,其可表达的思想往往非常有限。而人类语言则相反,没有上限且富有创造性,允许人类从有限元素中产生大量话语,并创造新的词语和句子。这是因为人类语言是一种对偶码,语言当中有限数量的元素本身并没有意义(如声音、文字和手势),但意义的组合(如词语和句子)是无限的,有限的元素和无限的意义相结合即可产生无限的人类语言。

唐叶认为,人类语言的独特性还在于具有递归性,正是由于语言的递归性,即语言结构层次和言语生成

中相同结构成分的重叠或嵌套(如从前有座山,山里有座庙,庙里有个老和尚,老和尚对小和尚说,从前有座山……)赋予了人类语言无限的创造性——说话者可以创造出自己从未听过或者讲过的话语。

语言怎么演变来的众说纷纭

从古至今人类一直对语言的起源兴趣浓厚,并提出了多种多样的解释。“语言的起源是迄今为止具有高度争议性的话题,关于语言在何时何地起源有很多假说,并且没有达成共识。”唐叶说。

最早关于语言起源的说法是“神授说”,在人类社会科学并不发达的时候,人们选择宗教来解释语言的起源。古希腊哲学家苏格拉底曾断言,上帝给地上万物和众生赋予了名称,所以语言是神圣之物,富有魔力。古代西方面观点认为,语言是上帝创造的。这种解释在教权时代具有不可挑战的权威性,但随着近代的思想启蒙,人们开始用科学思维看待语言的起源。

唐叶表示,语言起源理论可以根据它们前提假设的不同分为两大类:连续性假说与非连续性假说。连续性假说的基本思想认为语言不可能突然之间就形成最终的形式,它一定是由人类灵长类祖先的早期语言系统演变而来;非连续性假说则持相反的意见,认为语言有着独一无二特征,只能是在人类演化历程中的某一点上相对突然出现的。不同理论间的另一区别是,有些认为语言是一种先天的产物,由遗传因素决定,另一些则认为语言具有文化性,是通过社交接触而习得的。

比如劳动起源说认为,语言是劳动创造文明过程中的必然产物,最初的语言是在劳动中由号子发展而来;拟声说认为,原始人听了自然界的声响进行模仿,并用这种声音代表发出声的事物,看到荒野中的狗在叫,原始人就会学狗的叫“汪汪”,以后慢慢便用“汪汪”声来指代狗;感叹说认为,在愤怒、愉快等感情冲击下,强大气流通过声带产生语言,并认为人类基本感情喜怒哀乐发出的声音,形成了最基本的词汇等等。“遗憾的是,由于人类语言历史悠久、语言本身的复杂性以及缺少有

力科学证据支持,近20年来在语言演化方面的探究进展不大,至今还没有令人信服的解释。”唐叶说。

语言的发源地依然是笔糊涂账

据统计,目前世界上共有7000多种语言。它们是来自同一个发源地,还是有独立的发源地呢?

世界语言分为9大语系,分别是汉藏语系(亚洲东南部)、印欧语系(欧洲、亚洲、美洲)、乌拉尔语系(乌拉尔山脉北部地区)、阿尔泰语系(巴尔干半岛、亚洲中北、蒙古、俄边界、中国)、闪-含语系(北非、西亚)、高加索语系(高加索山脉)、达罗毗荼语系(印度南部、东南亚)、马来-波利尼西亚语系(即南岛语系,在东南亚和大洋洲)、南亚语系(亚洲南部)。

此前,新西兰学者昆廷·阿特金森研究称,人类语言可能全部起源于非洲西南部地区,时间大约在15万年前洞穴艺术开始阶段。这种判断的依据是非洲各地方言往往含有的音素较多,而南美洲和太平洋热带岛屿上的语言所含音素较少;一些非洲方言音素超过100个,而夏威夷当地土音素仅13个,英语的音素46个。一种语言离非洲越远,它所使用音素就越少。

但随后,有中国学者对此表示质疑,并提出如果全世界的语言有一个扩散中心的话,不应该在非洲,而是在最可能出现在亚洲,精确地说,是在里海南岸。

欧洲学者迈克尔·西索沃等人称,阿特金森的假说没有足够数据支持的。如果用其思路研究语言的其他特征,如从句结构、被动语态的使用等,结果便与其结论大相径庭——语言的发源地可能是东非、高加索山脉(即里海与黑海之间)或其他地区,并不一定如他所推测的那样,来自非洲西南部地区。

然而,直至今日,这两者都没有充分而确凿的证据来证明自己的假说,“公说公有理,婆说婆有理”。在语言起源方式和发源地的争论上,目前依然是一笔糊涂账。 □付丽丽

视点