



## 为啥都想当网红?

前段时间,一系列网红景点“照骗”的话题登上热搜。游客冲着“网红”的名头纷至沓来,却发现实地景色与宣传照片相差甚远:海南三亚的“蓝房子”,照片上显得“孤独而浪漫”,其实是海边的一间废弃小屋;山东青岛的“白色阶梯”,号称“《楚门的世界》同款”,不过是沙滩上的半截楼梯;云南澄江的“粉色沙滩”,不仅面积狭小,而且真实颜色与“少女心爆棚”的宣传图反差极大……这些名不副实的网红景点,被网友们戏谑为“滤镜景点”。

一个普通的景点——有的甚至不能称之为景点——一旦加上“网红”的名头,立刻成为人们争相

打卡的旅游胜地,为什么?我市一家旅游企业负责人邢小波介绍,近年来,越来越多的游客不再热衷于人山人海的知名景区,而更偏爱名不见经传的小众景点。于是,一些人便动起了歪心思,在原本乏人问津的景点,拍一段视频、几张照片,渲染一番发布到网络平台,美其名曰“网红景点”。至于游客实际体验则不管不顾,反正名已打出去、钱已赚到手。

不只是网红景点,网红食品也屡屡曝出问题,根据中国消费者协会发布的“十一”消费维权舆情分析报告,仅今年国庆节期间,就有网红奶茶使用过期材料、网红汉堡疑似吃出蟑螂等问题发生。此外,各类中

看不中用的网红产品充斥电商平台,网友避坑不及,无奈地将这种落差称为“买家秀与卖家秀”。

尽管网红“翻车”“爆雷”事故频现,但依然有人乐此不疲地打造网红、生产网红,或者自己做网红。究其原因,我市一家餐饮企业负责人杨旭解释,“小品《打工奇遇》里有一句台词:‘宫廷玉液酒,一百八一杯。’在一些人眼中,噱头比商品本身更具价值,因此,有人愿意消费噱头,有人愿意制造噱头。这个噱头,小品里叫‘宫廷’,现实中叫‘网红’,小品里,以‘宫廷’冠名就能身价倍增,现实中,以‘网红’冠名就能吸引眼球、聚集人气,换句话说,网红即流量。”

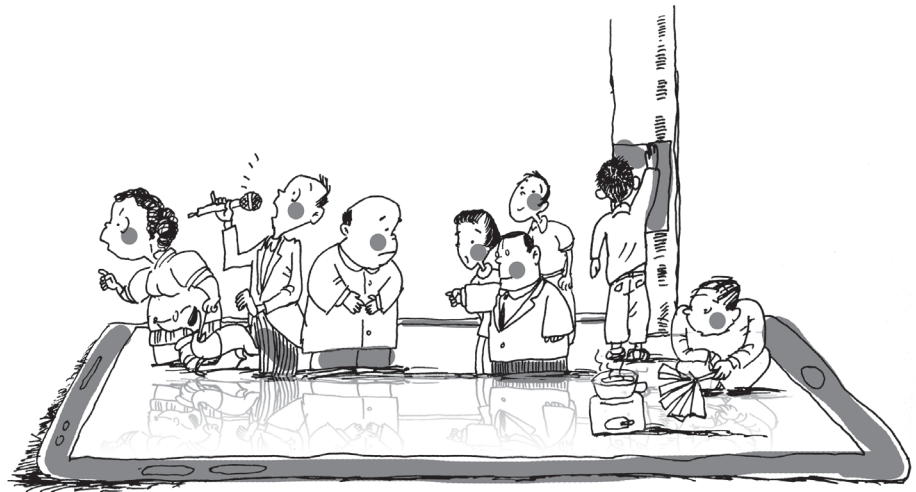
## 文化观察

WEN HUA GUAN CHA

吃饭要选网红餐厅,旅游要去网红景点,购物要买网红产品……流量时代,凡事若冠以“网红”二字,即意味着人气、爆款,暗示着体验、消费,但网红在丰富我们生活的同时,也在干预我们的判断,尤其是网红“翻车”事故频现,更提醒我们对这个现象应有审慎的态度——

# 网红如何才能长红

■ 本报记者 祝嘉



## 该成为怎样的网红?

网红,最初指的是网络红人,后来扩展到一切走红于网络的事物,在商品和服务多样化的今天,网红如标签一般,代表着既独特又流行,恰好符合人们特别是年轻人追求新、奇、特的心理。网红之所以能走红网络,必然有其背后的逻辑:“月球车玉兔”是网红博主,因为其承载着中国人的探月梦想;《万疆》是网红歌曲,因为它唱出了中华儿女的家国情怀;三星堆“青铜面具”冰淇淋是网红食品,因为它蕴含着历史的积淀和文化的创新……简单地说,网红既要有面子,更要有里子,不是简简单单叫个“网红”就能成为网红。

张大伟是西安一家文化企业的创办者,近年来参与了不少可以称之为“网红制造”的项目,在他看来,成为网红离不开几个要素。

首先是定位精准,明确要传达给公众的是什么,从“初代网红”papi酱,到“顶流网红”李子柒,都有着精准的定位,papi酱以“毒舌”的形象示人,一人分饰几个角色,幽默地吐槽生活中遇到的小问题、小烦恼;李子柒则是深隐田园的

才女形象,在乡村从事生产劳作,给人以自然、古朴、雅致的感觉。在每期视频中,她们都围绕这样的定位,不断强化在人们脑海中的印象。

其次是特色鲜明,网络平台百花齐放、百家争鸣,最怕千篇一律、千人一面。陕西面食千千万,各类面店、面馆数不胜数,为啥咸阳汇通夜市的汇通面火了?就因为这里几十个面摊只卖一种面,跟西安的biangbiang面和宝鸡的臊子面相比,咸阳的汇通面不一定就是最好吃的,但他们主打“街头”“夜市”“平价”“日常”,做到极致,做成规模,自然也就成为独一无二的特点了。

第三是要有内涵,以前,很多人喜欢在网上装丑扮傻、卖萌耍贱,乍看上去挺有趣,但看得多了就会觉得很厌烦。西安大唐不夜城的“不倒翁小姐姐”大家都喜欢,但如果她仅凭在那里摇摇去去,跟游客合影、握手,是成不了网红,更成不了西安旅游名片的。“不倒翁小姐姐”和周边的陈设、演绎结合在一起,传达给游客的是西安“大唐盛世”的历史文化,这才是她最吸引人的地方。



## 如何才能一直红?

每天都有网红出现,每天也都有网红消失。很多人用尽心思、费尽力气地制造了网红、当上了网红,却不知接下来该往哪走、该做什么了。

前些年,不断有网红主播因触碰道德和法律底线而被“封杀”:卢本伟用侮辱性话语攻击质疑自己游戏作弊的网友;天佑以说唱的形式详细描述滥用毒品后的“快乐”感受;被网友们称为“电竞贾玲”的陈一发儿置民族惨痛记忆于不顾,把游戏人物动作戏称为“参拜靖国神社”;杨凯莉公然以嬉皮笑脸的方式表现国歌内容,并将国歌作为自己“网络音乐会”的“开幕曲”……以上行为背后,是这些网红自我意识的极度膨胀,他们最终不仅被封号、禁播,更受

到社会的谴责和法律的惩处。

我市一家文化企业负责人蒋涛表示,网红虽然诞生于网络,但也应该承担相应的社会责任,网红无论是人,还是景点、产品或其他事物(也由人主导),首先应该具有正能量,知道什么该说什么不该说,什么能做什么不能做,要起到良好的示范作用;其次要有创新精神,在网络大潮中,网红扮演着弄潮儿的角色,要不断创造顺应时代发展、符合大众需求的内容;最后还要内外兼修,不能依赖“美颜”“滤镜”加持,而要发掘真正具有竞争力的潜能。只有这样,网红才能做到长红。

其实,“网红”终归是一个称谓,在“网红”一词出现之前,就已经有网红了,而“网



插画:陈亮

红”这个称谓,更多的是体现其流量属性。10月29日,国家广播电视总局发布通知,决定自2021年10月起至2022年底在全国广播电视和互联网视听节目服务机构开展“我们的新时代”主题作品创作展播活动。通知中提到,要加强演员、嘉宾管理,注

意选用社会形象积极正面、个人气质与角色适配、具有过硬演技实力的演员、嘉宾,坚决抵制违法失德人员,坚决反对唯流量论,严格执行片酬规定,严格把握表演风格、服饰妆容等。这也为依赖网络传播的网红们划清了界限、指明了方向。