

# 3岁女童被爸妈喂到70斤：“她当吃播赚钱”，这到底算不算虐童？



“3岁女童被爸妈喂到70斤当吃播赚钱”的事情被媒体舆论广泛关注。据悉，当事女童刚过三岁时，就已经超过60斤，如今已经70斤重。但她的爸妈却“视若无睹”，继续让其吃烤肉、烤串、烤肠，还经常兴奋地宣布：“马上就突破100斤”。并且，在一个视频中，她爸妈不断给她添加食物，她用稚嫩的声音反复央求：“别弄了，别弄了，别弄了”。只是，她爸妈一边嘴上答应，一边还是把她刚吃空的盘子加满。

说实话，如果仅是以“3岁女童被爸妈喂到70斤当吃播赚钱”的基本逻辑去论断是非，那么媒体舆论

所发酵出的愤怒气息自然是很应景的。但是，当我们将“整个事件”中的细枝末节进行复盘式的推理时，却又容易发现其中的“错位点”。

在一定程度上，虽然当事女孩被称之为“小网红”，但是，就其社交媒体账号的粉丝量级来讲（据媒体报道：她的社交媒体账号粉丝仅有5157个），可能媒体舆论为其定位的“事件性身份”，更符合“网红的特征”。并且，目前来看，只是“小视频”的播放量较大，单条视频的播放量最高达到55.6万次。

这种情况下，“3岁女童被爸妈喂到70斤当吃播赚钱”的逻辑，显

然就不一定成立。因为，我们除却要拷问人性的阴暗，认为她的爸妈为赚钱不顾女儿死活，也要考虑到亲缘关系中不可动摇的基本盘，笃定虎毒不食子。

于此，只有搞清楚“3岁女童被爸妈喂到70斤”背后的真实因果关系，才能较为准确的评判她的父母到底是不是“禽兽不如”。毕竟，仅凭社交媒体碎片化的言语和画面，根本无法看清楚真相是什么。要知道，仅凭其粉丝的量级，就足以实证，她并非靠“吃播本身”引起关注，主要还是基于其超越年龄的肥胖感在“博眼球”。

所以，到底是她正常的肥胖感在前，还是为当吃播爸妈让其肆意增肥，这显然就充满不确定性。当然，具体是怎么一回事儿，她的爸妈最为清楚。然而，就目前的舆论风向来看，貌似她的爸妈已经在被愤怒淹没的路上。因为，普遍的愤怒里，总感觉她就是爸妈的“赚钱工具”，于是舆论为其感到悲哀，并笃定她的爸妈在“虐童”。

只是，比起“3岁女童被爸妈喂到70斤当吃播赚钱”的逻辑，我更愿意相信，这只是她爸妈用来玩转社交媒体的一种噱头。要知道，在“亲闺女的死活”和“吃播的赚钱之道”的审度上，肯定是“亲闺女的死活”更为重要。这种情况下，对于社交媒体端所呈现出的信息，可能只有“肥胖感”是真的，其余的多半在“作假”。

从某种意义上而言，让3岁的孩子进行长期性的吃播，这肯定是不成立的。因为，就算肠胃功能健全的成年人，可能也经不起搞吃播太久。这种基本的常识判定，想必3岁女孩的爸妈是知道的。并且，就算真的是利用“孩子的死活”进行赚钱，这里面也应该存在收益和损伤的平衡。

要知道，仅凭3岁女孩当前的粉丝量级，别说是收益不能平衡损伤，很大程度上，就连基本的食材也难以赚回来，这种情况下，他的爸妈为啥还这么拼，自然就不言而喻。所以，作为媒体舆论来讲，要想进行有的放矢的评判，当前最为要紧的是搞清楚她的“肥胖感”是怎么来的。

另外，“她的父母是不是虐童”，很大程度上取决于是不是违背她的基本意愿，并且在具体的认定上，还不能基于“前台”的片面展示，更主要的还是看其最真实的“后台”画面。因为，就三岁多的孩子来讲，已经有一定的配合能力。

很多人强调3岁女童在某一视频中反复央求爸妈不要添加食物的声音：“别弄了，别弄了，别弄了”，以此佐证她的爸妈对其存在强迫。可事实上，仅凭视频的画面，是无法判定食物最终是否再被吃掉的。于此，作为舆论来讲，很大程度上是被她爸妈的言语和行为激怒的，并不是吃播的画面本身。

可是，画面既然不能有效呈现真实的图景，那么其爸妈的言语和行为就更加无法令人相信。所以，在整个事件的发酵过程中，就会走向真空的争执氛围。3岁的女童到底是怎么长成超越年龄的“肥胖感”可能并不重要，重要的是，她爸妈给人的“极端感”会造就极其强烈的舆论参与感。

不得不承认，“错位的价值，极端的观念”更容易赢得传播上的成效，这可能是社交媒体时代最无法回避的问题。因为，传播端容易极端，受众端也容易极端。并且，传播端为更好地获取流量，就会不折不扣的进行冲突的编织。于是，无下限当道，真实被模糊。

所以，我们常说“让真相飞一会儿”，言外之意，只有更具代表性、更加全面的真相，才是对抗误导性真相的最佳武器。尤其，作为媒体和记者，更需要承担这方面的责任，因为，对于普罗大众来讲，能有效应用常识去判断是非的人，还是“少数派”。

而对于“3岁女童被爸妈喂到70斤当吃播赚钱”这件事来讲，如果最终真的被证实，可能背后一定有难言之隐，而非只是媒体舆论所笃定的结论：“她的爸妈在虐童”。并且，对于舆论来讲，也是有自己的意图的，即便就是为得到廉价的正义参与感，而这或许也是“3岁女童被爸妈喂到70斤当吃播赚钱”被推上风口浪尖的主要原因。

## 华南虎，这种百兽之王还会再现雄姿吗

在网上看到一则消息，13万年前消失在印度洋岛屿上的白喉秧鸡，又重新出现在它们曾经生活的岛屿上。近来，诸如此类“起死回生”的情况有些接二连三，诸如瓜哇虎、缅甸山龟、墨西哥灰熊、里海马等等。于是，由此及彼引起联想，虎踪杳然的华南虎是否也会再现雄姿！

华南虎是中国唯一特有的虎种，又被成为中国虎，是“亚洲的骄傲”。现有的东北虎、孟加拉虎和印支虎这三种老虎都是从华南虎分化出来的亚种。野生华南虎是处于食物链顶端的大型动物，它的生存依赖的生态环节，更多关系到整个生物链的平衡与完整；它的灭绝，对物种的完整性和科学研究都是无法弥补的损失。

人的认识总是具有一定的时代局限性。今天的人们谁会想到，在60年前，这种国家珍贵的一级保护动物，居然会与熊、狼、豹一起，被并列列为“四害”，落入人民战争的汪洋大海之中。

在上世纪50年代初至60年代初的10年间，湖南人与这种“四脚土匪”展开的一场匪夷所思的战斗中，最为典型的就1957年发生在雪峰山南麓那骇人听闻的“百虎围

村”事件。那一年9月的一天，在通道县高坪村，由于村民上山捕捉虎崽，引得近百头老虎将村庄团团围困，直到虎崽放出，老虎们将家畜尽然咬死后，才恣意返回山林。

这一天午后，这个宁静的小村庄突然骚动起来，先是野外放牧的耕牛突然都冲回村里来了，接着，村里所有的土狗都吓得连吭都不敢吭一声，村头有人拼命敲响了铜锣，有人在声嘶力竭的惊叫……在此期间，高坪村经历了建村史上两百多年来最惊魂的一天。这个不足80人的小村子陆续聚集了近100头老虎，把整个村子团团围困。村民燃起火堆和拼命敲响铜锣，它们也毫不惧怕，根本没有退缩，简直把整个高坪村围得水泄不通。这种状况一直持续了三个昼夜。

这些围堵村子的老虎十分聪明，很有组织性，很有策略，似乎是早前就达成共识。开始，它们并不攻击村子里的任何人，也不攻击任何牲畜，只是把村子围起来。等到村民下意识把虎崽放了，它们才开始猖狂的行动，报复性的冲进村子里，糟蹋了所有的牲畜才扬长而去。临走时，还顺带叼走了一个不慎走出家门的小女孩。

发生在湖南省通道县的“百虎围村”事件，只是上世纪五六十年代全国范围内人虎之战的一个缩影而已。建国之初，我国的野生华南虎还有4000多头，数量比世界上所有其它种类老虎总和都要多。实行土地改革时，由于人们对荒山野岭进行大规模的开垦，森林生态链被活活撕断。先是山牛、野猪被撵得四处游荡，紧接着饿虎出山了，虎患频发。几乎凡是有华南虎分布的地区，都有人落虎口的报告。

一般来说，一只华南虎的生存空间至少需要70平方公里的森林，森林中还必须生存有一定数量的食草动物。农民耕地的增加，使华南虎的活动区域受到压缩，无处栖身的华南虎只得与人类争夺生存空间。从1952年开始，湖南全境爆发饿虎之灾，甚至连当时的长沙城都受到虎群威胁。及后的近10年间，有近2000名湖南人惨落虎口，家畜损失更是数以万计。仅湖南耒阳县在1952年一年间，就有120多人被下山的老虎咬死，遭掳走的家畜更是多达上千头。

华南虎频频伤人，捕杀牲畜，换来的是军队和民兵“打虎除豹保平安”的协同围剿，打虎队雨后春



笋般遍地开花，一场轰轰烈烈的剿虎之战正式绞杀，从而把华南虎一步步赶尽杀绝。

到了1973年，华南虎已经为数不多了，国家农业部仍然允许控制限额捕猎华南虎。直至1979年，当意识到华南虎即将灭绝，农业部将其列为一级保护动物时，已是为时已晚。此后，国内再也没有人在野外真正见过野生华南虎，野生虎处境岌岌可危。

华南虎作为唯一原产中国的老虎品种，保护的意义非常重大。这么多年来，人们从未间断对华南虎的野外搜索，希图发现它的行踪。按《濒危野生动植物国际公约》规定，连续50年在野外找不到某种动植物踪迹，该物种就可以宣告灭绝。现在的人们与其说是在寻虎，不如说，更是在寻找一种人与自然和谐共处美好图景的回归！

## 微博竖起电竞大旗：正式收购KPL冠军豚首战队，解读此次战略布局

随着对KPL冠军战队收购完成，微博将充分利用平台优势，为中国电子竞技发展贡献积极力量。

2020年8月24日（今天）消息，在全球电竞运动领袖峰会暨腾讯电竞年度发布会上，微博正式宣布收购2020KPL王者荣耀春季赛和王者荣耀世界冠军杯双料总冠军-豚首王者荣耀战队（简称：TS战队），并将冠军阵容全员保留。

在电竞行业中，微博也一直在扮演着“主宰者”的角色，其中不乏赛事举办，组建战队等相应动作，这也彰显出微博的电竞欲望不断“膨胀”。

面对资本浪潮的袭来，微博这一方诸侯也不能例外，借助资本的加持对KPL冠军战队完成收购，就足以说明这种“野心”尚在。

收购KPL冠军豚首战队

根据新浪科技报道称，目前微博电竞战队及选手入驻覆盖率达95%以上，截至2020年7月，微博生态内KPL粉丝达4744万，KPL春季赛相关话题累计阅读超101亿，相关视频累计播放达13.7亿。

与此同时，在2020王者荣耀世界冠军杯举办期间，微博电竞热度再创新高，赛事相关热搜74个，总决赛直播观看量达3151万，创下微博新纪录。

综合上述数据来看，微博充分发挥社交媒体的自身优势，为电竞这块新土壤植入更多的热点话题，从而获得更多电竞玩家的关注，以及自主参与度。

因此可见，微博收购KPL冠军豚首战队的决策是有一定的数据基础，换句话说就是微博已经获得电竞这款土壤中的分子（用户数据），现在需要一个基因框架来留住这

些分子（用户数据）。

尝试布局电竞产业

从古至今，“冠军”这个关键词的热度一直都是众人热议的对象，豚首战队能够拿下2020王者荣耀世界冠军杯，在舆论关注方面自然不会过于平静。

当微博完成对豚首战队的收购，自然也就从中获得高度的舆论关注，间接为其深耕电竞行业这款新土壤增添了几分力量。

站在电竞行业的角度来看，微博这个举动的一手好牌，一方面通过收购可以获得这份冠军战队带来的舆论流量，另外一方面还自己在电竞行业纳入了一支精英战队。

不过，对于微博来说，收购豚首战队或许（可能）只是在电竞行业的布局一个阶段，下一个阶段的战略动向也值得众多电竞行业人士的关注。

电竞市场增长态势

根据《2020年1—6月中国游戏产业报告》显示，2020年1—6月，中国电竞游戏市场实际销售收入达到719.36亿元，同比增长54.69%。

除此之外，用户规模接近4.84亿人，同比增长9.94%。

反观资本市场的动向，今年以来，17家电竞概念股年内平均涨幅为30.82%，大幅跑赢大盘（同期涨幅11.74%）。

在这其中，恺英网络、电魂网络、三七互娱涨幅位居前三，分别上涨147.67%、93.33%和56.08%。

因此，面对电竞市场的增长态势，微博自然不能放弃这块新土壤中的“红利”，这才是以说明这家企业时刻保持着狼性竞争的意识。