

→ 察者看台

首例达人探店被处罚的警示意义

■苑广阔

近日,湖北省黄石市市场监管综合执法支队对湖北某咨询有限公司发布的达人探店推广短视频未标明“广告”的行为做出责令改正,并处罚款1万元的行政处罚。据悉,这是全国首起达人探店违法违规被处罚的案例。

近年来,达人探店开始日渐盛行,而围绕这种现象的争议,也如影随形。如果说最开始一些自媒体经营者、短视频博主把自己探店的过程通过文字、图片、视频的方式发布到网络上,还仅仅是为了分享,为了吸引流量的话,那么随着商家注意到了这种探店的商业价值,开始主动和一些网络达人进行合作,以免费提供餐食、给予一定酬劳等方式,邀请网络达人进行探店,则就有了明显的互联网广告的性质。

为此,于今年5月1日开始实施的《互联网广告管理办法》第九条第三款规定,通过知识介绍、体验分享、消费测评等形式推销商品或者

服务,并附加购物链接等购买方式的,广告发布者应当显著标明“广告”。有法律界人士也指出,对于当前遍布各大社交及媒体平台的达人探店、达人体验类短视频,只要同时附上链接实现跳转购买,就属于互联网广告,就必须标明“广告”字样。

国家法律之所以做出这样的规定,显然是有原因的。如果一些商家和网络达人合作拍摄的短视频或者是文字图片,不显著标明“广告”,则势必会引发很多网友和潜在消费者的误解,以为这就是短视频博主的一种单纯的分享。但是根据这些短视频或图文内容去商家进行消费以后,却发现不管是饭菜的质量,还是服务水平、价格等,都远不如网络达人说的那么好,那么就会产生一种上当受骗的感觉。

换言之,因为消费者很难辨别视频是商业广告内容还是博主信息内容,产生消费后发现与事实不符,

不仅会引发对于博主、平台的不信任。长此以往,也会让受众对于社会诚信体系产生质疑,从而对我们整个的社会诚信氛围、诚信环境带来破坏。我们不能仅仅为了迎合商家和网络达人的利益,就让全社会去承担这种不诚信的后果。

进一步说,如果任由网络达人的探店视频、图文继续不标明“广告”,却又明明是在打广告,这种模式对于正常的广告模式和标明广告的推广模式也是一种冲击。长此以往,会有更多广告主倾向于向不做标识的内容进行投放,博主也希望不标明“广告”而获得更多短期收益。

网络探店有可取之处,但是必须规范发展、依法发展。黄石市对网络达人探店开出的这种罚单,虽然只有1万元。但由于是全国首起达人探店违法违规被处罚的案例,无疑具有很强的警示意义,也给全国数不胜数的探店达人提了一个醒。

→ 新闻漫话

光靠“反诈奶奶团”还不够

■维扬书生

6月16日,在年逾八旬团长赵银光老人的带领下,位于山东济南的“泉城金融卫士志愿者宣传团”进行了一场相关防范非法集资、反诈宣传。由于参与的志愿者都是退休老人,以女性为主,所以这一团体被网友称为“反诈奶奶团”。

6年来,“反诈奶奶团”成功为社区居民避免了上千万元的损失:她们举报过多家“有问题”的公司,“搅黄”了多起由假金融公司召集的“理财大讲堂”……“反诈奶奶团”走红网络,收获无数好评,源于反诈成员大多都曾经是金融诈骗的受害者。她们现身说法,提醒同龄人切勿重蹈覆

辙。这样接地气的反诈宣传,要比生搬硬套一些反诈理论更有说服力。

但毕竟“反诈奶奶团”的成员年事已高,而骗子的诈骗手段却不断翻新,在这种语境下,反诈还是不能光靠“反诈奶奶团”。须知,诈骗分子之所以屡屡得手,主要问题还是出在被骗者自己身上。尤其是老年群体,防范意识弱、渴望投资挣钱、期待感情慰藉,这就决定了他们极易掉进骗子精心设计的陷阱。

所以对于老人来说,防范诈骗最重要的一条就是不贪便宜。不管骗子使用什么甜言蜜语、花言巧语,都不要轻易相信,不要因贪小利而



落入圈套。此外,相关部门要经常开展法律政策宣传活动,不断提高群众的法治意识、防范意识和识别能力,引导群众树立正确的投资理财观念,自觉拒绝高利诱惑、远离非法集资和金融诈骗,保障自身财产安全。

→ 有话就说

故宫拒绝“直播”值得借鉴

■江德斌



长久霸占最佳拍摄位置,不闭馆不离场;在几代匠人精心呵护的石子路上,拖拽满载设备的露营车;不顾旁人感受,支起设备就堂而皇之直播和带货……近日,《故宫博物院参观须知》首次明确对这些不文明参观行为说“不”,严重违规者将被纳入“不文明游客名册”。

其实,这样的不雅场景在各个公共场所都能见到。特别是一些知

名景区、热门景点,总能看到一些人在做现场直播、拍短视频等,很多最佳的参观、拍摄位置被主播“占领”,对公共环境造成了很大的干扰,严重影响了其他游客的旅游体验感。如今,故宫发文拒绝“直播”,乃是维护广大游客的利益,厘清文明参观的合理界限,值得肯定,也值得其他公共场所、公益性景区借鉴。

自媒体直播、商业拍摄等行为,

表面上也是在旅游观光。但其并非普通游客的非功利性拍摄,本质上属于商业行为,乃是以景区的特色建筑、文化设施、文物等作为背景和素材,制作视频内容,在网络上发布、传播,以获得相应的流量收益。可见,针对商业拍摄行为,不能放任不管,理应严加约束和限制,以社会大众利益为考量,确保广大游客享受平等自由的参观环境。

此前,各地公共场所都曝出过主播抢占地盘、严重干扰游客、市民的现象,比如熊猫馆、博物馆、公园、海滩、商场等,俨然成为一种“社会公害”。近来,一些公共场所开始对直播说“不”,禁止主播入场开播、商业拍摄等。故宫作为旅游业的“大佬”,其行为具有风向标意义,会起到带头作用,引发其他景区跟进。总之,直播从业者也要加强自律,恪守公共场所行为规范,尽量做到不扰民。

世相浅见

1.据报道,“六一”儿童节后不久,一些电商平台上的卖家就开始收到大批衣服退货。这些退货的衣服都是孩子们为了节日表演而购买的,但是穿过一次就被退回。对此,一名网店店主发视频吐槽称:电商太难做了,退回来的衣服都已经穿过了,打开包裹一瞬间传来汗臭味,有的衣服上还疑似有口红印。

点评:网络购物给我们带来了便利和选择,也给我们带来了义务和责任。作为消费者,有义务规范自身行为,和卖家、电商平台共同维护一个诚信、和谐、有序的网络购物环境。当下,网络购物已经成为我们生活中不可或缺的一部分,但是我们不能忘记,网络购物也是一种消费行为,也需要遵守规则和道德、承担责任和后果。让我们共同维护一个诚信、和谐、有序的网络购物环境,让网络购物成为我们生活中的美好一部分。

2.开门见“书”,现场挥毫打招呼“破冰”;用时间跨度两千年的书法故事串讲中国大历史;从古代著名碑帖中集字制成“名家点赞章”;将现场多人临写的《兰亭集序》采用技术活化拼合成独特的合写版……近日,央视总台传统文化精品节目上新,将聚光灯对准了有着3000多年历史的中国书法,《中国书法大会》甫一开播,诸多令人惊艳的巧心细节就溅起不小的水花。

点评:过去几年,从诗词、典籍再到非遗、曲艺等,以传统文化为核心内容的综艺节目,持续俘获几乎各个年龄段观众的关注和喜爱。尤其是年轻人,他们毫不吝惜肯定与赞美。宣介传统文化的影视内容被热追,是当下年轻人中持续升温的传统文化热的一个侧面和缩影。更令人欣喜的是,年轻人不仅是传统文化的忠实粉丝,亦是创新表达并传播传统文化的主力军。他们日益走近舞台中央,用创新思维挖掘传统文化的魅力,以他们的审美趣味和数字素养对传统文化进行现代演绎,为文化传承注入强劲活力。

3.近日,抖音上名为“爱自己的100种方式”的新玩法火了。网友们在评论区打出“爱自己的100种方式”“我爱我”等关键词,屏幕上就会随机跳出一张卡片,从浪漫的“去天桥上看看远方的日落”到务实的“吃一份让自己心满意足的午餐”,包含了各种各样让人感到幸福的方式。大家纷纷加入挑战,触发属于自己的方式,并晒出完成的打卡照。

点评:这种新玩法其实是告诉大家:爱自己其实很简单。我们可以把上下班通勤当作“感受在城市穿梭的快乐”,也可以主动让重复的一日三餐充满新意。“爱自己的100种方式”就这样在无形中,转变了大家对琐碎无聊的日常的態度,引导人们从另一个角度看待自己的生活。同时,也提醒人们留意生活美丽的角落,鼓励人们自我认同,这都大大增加了我们的成就感和幸福感。

综合新华网、人民网

→ 今日论坛

以规范释放交换式旅游活力

■伏 特

暑期将至,交换式旅游凭借其扩充社交网、节约旅游成本等良好体验,受到年轻人欢迎。然而“你住我家,我住你家”背后,双方行为如何约束,居住安全如何保障,发生纠纷如何化解等问题影响行业发展。交换式旅游作为新生事物,目前属于小众行为。但未来要想赢得更好发展,离不开进一步规范,唯有更舒适安心的旅行体验才能吸引更多参与者。

因为管理方面的不规范,交换旅游确实存在着不少问题。近日有媒体发布投票结果显示,62%的人认为交换式旅游“不靠谱”,仅30%的人认为“可以试试”。当前,交换式旅游中不守信、不合规等情况并不少见。

目前,中介平台甚至对注册者身份、房源信息不作审核,运行和维系基本靠彼此间的信任。事实上,看似私下约定的民事行为,因为缺乏监管可能存在潜在风险,如入住无需登记身份证,脱离公安机关管控;交换式旅游提供的并非标准化产品和服务,居住品质和居住安全无法监督;居住期间彼此的真实个人信息、私人物品对方能轻易支配,财产和隐私安全难以保障等。

因此,行业规范、部门监管是促进交换式旅游发展的重要手段。交换式旅游以其自由、深入等优势获得追捧,如何让监管既不破坏其优势特性、不增加其运行成本,又能将其纳入应有的管理,还需要多方共同的尝试与探索。此外,要加大宣传提醒力度,增强交换式旅游人员的法律常识,帮助他们认识风险并采取必要保护措施。

新事物的出现,为人们带来新体验的同时,也迫切呼唤配套的管理和规范紧跟其上。唯有更加同步的规范管理,才能获得更好发展。