

热点时评 >>

老穆

法剑高悬，斩断猎取个人信息的“黑手”

不得过度收集个人信息、大数据杀熟，对人脸信息等敏感个人信息的处理作出规制，完善个人信息保护投诉、举报工作机制……8月20日，十三届全国人大常委会第三十次会议表决通过《中华人民共和国个人信息保护法》，自2021年11月1日起施行。

这部专门法律充分回应了社会关切，为破解个人信息保护中的热点难点问题提供了强有力的法律保障，全方位构筑起个人信息保护的“金钟罩”。

在实名制、网络化日益普及的今天，个人信息泄露成为一个让人头疼的问题，我

们的行踪轨迹信息、征信信息、财产信息、住宿信息、通信记录，甚至面部活体信息，都可能被不法分子获取。

新华社《经济参考报》的一项专门调查披露，从上游非法获取到中游数据交易再到下游诈骗勒索，个人信息泄露背后已形成一条完整的黑灰产业链，就像一只看不见的“黑手”，“掏”开巨大的非法获利“黑洞”。

个人信息泄露令人心惊胆战。某数据泄露监测平台2018年正式运营以来，已发现数据泄露事件7万余起，影响到的人数超2亿。据业内人士估计，每年在

“暗网”平台出售的各类泄露数据多达上万起，每年泄露的数据总量高达数十亿条，交易金额超10亿元！信息泄露危害极大，不仅是骚扰和推销，还有精准诈骗、骗取资金、绑架、敲诈勒索、安全攻击等等。

前不久，北京三中院副院长辛尚民在介绍涉公民个人信息案件审理情况时说：“被侵犯的公民个人信息数量从‘倍数级’进阶至‘指数级’爆炸式增长。”随着信息技术的迅猛发展，可利用的信息数量日益庞大，从过去的姓名、身份证号、手机号、住址等传统静态信息，增加了征信信息、定位信

息、行踪轨迹信息、住宿信息、房屋产权信息等多维度信息。

个人信息泄露严重威胁公民安全、影响社会稳定，必须从根本上堵塞漏洞、斩断黑链！

个人信息保护法回应了公众在个人信息保护领域的急难愁盼，找准“病根”、精准施策，“严”字当头、突出责任，明确规则、维护权利。

我们相信，这部专门法律必将撑起强有力的“保护伞”，信息监管网络密织、利剑出鞘，让不法分子无机可乘、不敢觊觎，让公民个人信息安然无忧。

有话直说 >>

夏微雨

别让食品安全成为网红店“硬伤”

知名连锁餐厅“胖哥俩肉蟹煲”近几年被很多人追捧为“美食打卡地”，如今却因为食品安全问题登顶热搜。有记者卧底调查发现，这家网红餐厅用隔夜死蟹充当活蟹卖，土豆腐烂变质后继续送上餐桌，隔夜的变味鸡爪仍然入菜……一系列操作实在让人大跌眼镜。

网红餐厅因为食品安全问题被曝光，并非头一回。就在不久前，网红奶茶店“奈雪的茶”多家分店被曝光存在蟑螂乱爬、水果腐烂、抹布不洗、标签不实等问题，而某艺人参股的火凤祥火锅也存在售卖变质食材、生菜回收重复使用、卤汤发酸等问题。

对网红餐厅来说，在借助营销与推广走红后，客源似乎不再是问题。然而，披上了网红外衣，这些餐厅难道就可以以次充好、坑蒙拐骗，置食品安全问题于不顾了吗？实际上，网红餐厅更应该珍惜自己的招牌，早日摆脱对营销噱头的依赖，努力通过货真价实的服务在顾客群体中赢得好口碑，才能一直“红”下去。否则，这些餐厅将永远摆脱不了“一年红火两年降，三年四年换行当”的魔咒。

网红餐厅的问题屡屡被曝光，也是给我们的食品安全监管提了个醒。食品安全无小事，理应常抓不懈、持续监管。在食品安全监管工作中，网红餐厅更应该成为重中之重。对有关部门而言，不能坐等记者卧底、媒体曝光后，才表态要一起查处一起，而应该主动出击，在日常工作中全面加强对餐厅尤其是对网红餐厅的管理和检查，督促餐饮业自律，坚决刹住网红餐饮业的歪风邪气。

据央广网

新华微评 >>

辛云

“卖惨带货”的戏码该凉凉了

在部分短视频平台，一些所谓“情感主播”打着“调解”幌子，编造匪夷所思的“悲惨”故事吸引眼球，实际上是为了带货售假，坑了不少受众尤其是中老年人。

假调解，真骗局，如此套路害人不浅。直播当有底线，带货更应守法。

《网络直播营销管理办法(试行)》明确规定，禁止直播者发布虚假或者引人误解的信息，欺骗、误导用户。对那些“卖惨带货”的“戏精”们，不能听之任之。

据新华社



幽默一刀

朱慧卿/画 穆亮/诗

正风肃“艺”

8月19日，中国广播电视台职业道德建设委员会在京召开会议表示，所有广播电视台播出机构和制作机构要对违法失德失范艺人“零容忍”，绝不容许任何艺人触碰道德底线、法律底线，绝不为一些人混名气、博眼球、拿高薪提供平台。

近年来，个别明星艺人德行不端、私德不修，视公序良俗为儿戏，更有甚者无视国家法律法规，不仅给行业带来重大损失，也给社会带来严重的负面影响，有的甚至演变成法律案件和公共事件，严重败坏行业风气，引发恶劣的社会影响。遭遇“塌房”的劣迹艺人屡见不鲜，而不少粉丝对偶像失格的“容忍度”越来越高，将社会道德底线不断拉低。

广电行业组织要求会员单位和个人会员自省自查，抵制违法失德失范艺人，做到德艺双修、以德为先、以德养艺。

在业界对违法失德失范艺人予以“封杀”的同时，饭圈也须退烧祛火，让文艺娱乐回归健康向上的轨道，抵制一切假丑恶，传播社会正能量。

一针见血 >>

乔佳新

拯救被“流量”裹挟的价值观

近日，吴亦凡、张哲瀚等艺人网络平台相关账号相继被封，从整治的速度和力度可以看出监管日趋严格。不过不能忽视的是，一些粉丝群体在流量明星翻车之时经常学不会割席，仿佛“错的不是哥哥”，而是因为“别人陷害”。

流量不是洪水猛兽，但因为流量折腾出来的事儿确实不少。

近年来，我国娱乐产业随着互联网的普及蓬勃发展，其中也夹杂着追星炒星、泛娱乐化、流量至上、拜金主义等畸形价值观。层出不穷的综艺节目、选秀节目，以及直播、微博热搜等让一些明星掌握了“财富密码”。拿备受争议的一些流量明星来说，其打造方式归根结底是“创造者与创造物合二为一”，追星从以往的喜爱某位明星的作品，变成了追捧明星本人从而更关注更认可其作品，这种转变让流量明星更加注重人设打造。“一分努力，九分营销”，全方位将其展现在观众面前，直接影响粉丝群体对明星作品到明星本人的移情。

这种现象一方面是其背后的经纪公司推波助澜，成功培养出一批以某位流量

明星为中心的极端群体，群体中的粉丝如同训练有素的战士。一些粉圈似乎没有所谓的道德标准和行为准则，一切思维模式由“流量”本人、其团队、大粉进行重塑。论坛、超话、群聊等追星根据地俨然一个小型社会，而粉丝要做的就是遵守指导思想、维护偶像权益。另一方面是粉丝深度参与明星打造的进程中，一些选秀节目“众筹式造星”，或是“没钱别提爱”“做数据再不努力，‘哥哥’的前途就毁在你们手里了”等粉圈话术，让粉丝花费大量金钱和时间占领各种榜单以成为“爱豆的底气”。巨大的投入让其与偶像变为精神共同体，以致与偶像割席时的沉没成本过高，无形中催化了忠诚度。

饭圈一直在管也一直难管，为何难管？其一，大部分粉丝在庞大的流量经济利益链中处于底层，属于被收割的对象。其二，粉丝提升价值判断力自然是必修课，但很多粉丝三观还未完全确立，外界的声音容易感染其情绪。作为网络原住民，在泛娱乐化的网络平台上、饭圈“信息茧房”中，保持清醒头脑不容易。其三，作为粉丝精神领袖的某些明星为了流量

有意放任甚至推动粉丝为自己战斗。某艺人曾在节目中公开表示“通过微博一下子有很多人知道了我，片酬就会涨”。说的直白点儿：炒话题上热搜比认真钻研作品来钱快。

天下苦流量久矣，可流量不是也不应该成为贬义词。将流量流于批判层面未免将问题简单化，要辩证地看待流量，就不能等出问题了各打三十大板。今年优质电视剧《觉醒年代》在青少年群体中流量口碑均爆棚，近期奥运健儿的关注度也空前高涨，青少年在“给更优质的文艺作品更多生存空间、给更正能量的公众人物更多认可”上有了更多的思考和自觉，尤为可贵。

如果初衷奉流量为第一要义，那么结果会和质量背道而驰。不破不立，国家出手“破”的是这些乱象的生存土壤，而整个网络空间清朗、阳光、健康的生态则需我们共同建立。近半年来，“平台整改”“商家道歉”等新闻屡见不鲜，也算是给乱象动了动筋骨，希望接下来会有更多向上向善的力量为流量纠偏，毕竟我们要在“立”字上走更远的路。

据新华网