

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，才表态要发现一起查处一起，而应该主动出击，在日常工作中全面加强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



演艺明星抱火彩
物丝捧起来
某艺人太出格
品行不端道德败
更有甚者敢犯法
影响恶劣风气坏
世风日下而搞封杀
饭圈也要把火烧退

幽默一刀

朱慧卿/画 穆亮/诗

正风肃“艺”

8月19日，中国广播电视社会组织联合会职业道德建设委员会在京召开会议表示，所有广播电视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“创造者与造物合二为一”，追星从以往的喜欢某位明星的作品，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”等粉圈术语，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，粉丝提升价值判断能力自然是必修课，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，保持清醒头脑并不容易。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