张先生是陕西渭南人,今年32

岁,此前在外地工作,最近回到西

安, 想要租房安顿下来。但他怎么都

没有想到,去租房,竟然在中介的操

作下,背负上了1万多元钱的贷款。

依照"租房贷"运作方式,租客

(8月24日《华商报》)

金玉良言

## www.jfdaily.com

## 莫让未成年人节目成少儿"梦工场"

□范 军

《未成年人节目管理规定》 昨起在中国政府法制信息网上征 求意见。《规定》提出,防止未 成年人节目出现商业化、成人化 和过度娱乐化倾向。(8月25 日《北京日报》)

《未成年人节目管理规定》的 出台,相信所有业内人士都会思 考一个问题:规范未成年人节目. 节目收视率还会好吗? 规范未成 年人节目收视率所带来的"痛 感", 几乎是切肤甚至撕心裂肺 的,因为随着"收视率打假"的深 入开展, 以及观众注意力向移动 通信工具、网络短视频的转移,卫 视综艺节目收视率开始呈现逐年

下滑趋势。如今,这个"规定"的出 台,未成年人节目这个"最低档" 节目都可能"阵地不保"了。

业内对电视收视率的深切焦 虑,说透了就是对广告收益的热 切期望。收视率是广告投放效果 的重要考核标准, 收视率越高, 那么广告价值就越高, 电视台收 益也就越高了。一段时间以来,电 视台综艺节目利用其得天独厚的 视听影响力,不断创造广告效益 的"辉煌战绩"。《第一财经日报》 2015年的一篇报道称,《中国 好声音》《爸爸去哪儿》《奔跑 吧兄弟》等近十档头部综艺节目 的广告收益共计近 100 亿元。

正是因为刻意追求广告效 益,未成年人节目也纷纷遭受商

业化、娱乐化和成人化的过度包装。 童星真人秀、亲子真人秀、明星萌娃 秀、萌娃模特秀等节目使电视台俨 然成了少儿"梦工场", 让不少孩 子出尽了"风头"。未成年人节目 鼓励儿童参与节目,但遭受了损害 儿童身心健康的普遍质疑, 所谓的 "童星"不过是"马戏团里的小动 物",他们收获的虚假名头并没有 给他们带来健康成长必需的思想养

未成年人节目作为儿童文艺媒 体化、网络化的重要表现形式,不 能抛弃儿童文艺的本真, 弱化儿童 文艺的社会价值,这个本真和价值 应该是正面影响儿童道德认知和价 值观养成。2016年广电总局发布 "限童令",并不是全面封杀未成年

人节目, 而是鉴于被玩坏了的未成 年人节目宣示一种"儿童立场"。 而上述这个"规定"的征求意见 稿,则意在正本清源,促使未成年 人节目回归儿童文艺的本真。

"收视率第一",是对未成年 人节目本质价值的漠视和摈弃。未 成年人节目不应该是儿童的虚假 "梦工场",而应该是儿童思想教育 的乐园。作为社会意识形态建设的 重要阵地, 电视台理应把传播思想 正能量、培养儿童社会主义核心价 率的追求, 应该与思想教育深度融 合。要做到这一点,需要电视节目制 作人在"寓教于乐"上发挥创新精 神,将价值引领、情操陶冶、知识 教育融于生动活泼的节目形式中。

伪科普文章能忽悠消费者,与

有关科学知识普及的缺失,对保健

品市场乱象的管理疏漏有关;与有

关医疗保健产品广告夸大其词把关

不严有关; 更与媒体广告违反广告

法,有关监督部门的失职不作为等

是很被动, "阳光总在风雨后",

有关监管部门总是滞后或不作为。

这么多年来,对那些"不保健"的

"保健品"忽悠消费者听之任之,

不管不问,商家任意践踏消费者合

法权益和切身利益, 有关部门装聋

普文章误导读者的平台要担责,这

是理所当然的。面对伪科普文章,

需要有良心的专家站出来用真科普

发声纠偏。但利用科普文章推销医

疗保健产品,已涉嫌违反广告法、

涉嫌消费欺诈,仅仅让平台担责是

不够的,必须依法将追责进行到

真专家、假专家的法律责任,把伪

要依法追究涉嫌伪科普宣传的

防止伪科普文章害人,对伪科

作哑,不依法予以查处。

底,一个都不能放过。

科普文章扫进历史垃圾推。

长期以来,我们的科普宣传总

有着很大关系。

值观作为自己的社会责任。而收视 百家讲:

按照合同内房租总额, 向相关理财公 司贷款,贷款发放给房产中介,租房 者按月偿还贷款,房产中介按月向房 东支付房租。由于贷款一次性全部发 放给房产中介,同时贷款人数一般较 多,房产中介可以因此积淀大量的资 金,很容易诱发房产中介"跑路"行

为,而贷款还得由租客偿还。

百家讲"痰"

此外,房产中介还可能会将其用 于恶性竞争, 高价从房东手中抢房, 然后再高价出租给租客,从中赚取差 价,并由此而推高市场房租价格。而 房产中介原本应当通过在房东与租客 之间牵线搭桥赚取中介费用, 像部分 房产中介这样通过"租房贷"方式获 取巨额资金,将其用于"炒租",背 离其经营本位, 也是扰乱租房市场秩

"租房贷"还可能导致房产中介 充当"二房东""炒租"现象出现, 人为推高市场房租价格。正因为如 此, "租房贷"不能令其野蛮生长。 各地监管部门理当加大监督检查力 度,并发动消费者举报,对存在"租 房贷"的房产中介,依法依规予以严 惩,以切实维护消费者的权益,消弭 房产中介"跑路"风险,稳定房租价

-魏文彪

近日, 部分网络媒体传播了以 "利益驱使,黑木耳生长过程竟然全 程打农药"为内容的视频,引起了食 用菌行业和社会的质疑。中国食用菌 协会组织有关专家对视频内容进行鉴 定,认为该视频拍摄单位、时间及地 点不明, "摆拍"特征明显, 可能会 对不了解食用菌生产实际的消费者产 生很大的误导。并发布《声明》给予 谴责。(8月24日 澎湃新闻)

百家讲:

这样的视频会给公众带来认知混 淆,制作者是罪魁祸首,可能因此触 犯法律。加之人们对一些专业知识的 欠缺,会因为不明就里而深信不疑, 甚至有可能好心转发给其他亲戚朋友 或同事同学,极容易造成负面影响。 所以,不明真相的网民极容易成为推

此外, 自媒体的审核不严也会成 为推手。比如,视频出现后,有的自 媒体发表题为《"木耳打药" 疯传, 很可能是真的!》仅看题目,这样的 "标题党"就很容易获得流量。在自 媒体时代,人人都可以发声,表达自 己的意见, 而越是这样, 越应该谨小 慎微, 须知一言一行均有可能掀起网 络波澜, 进而伤及无辜。所以, 自媒 体内容审核机制的完善很重要。

当然, 互联网时代, 每个人媒介 素养的提升才是根本。要知道, 网络 虽嘈杂,但绝非是法外之地。

| —针见"脓"

## 伪科普文章误导读者 必须依法追责到底

□左崇年

记者发现,目前,微信朋友 圈中出现大量伪科普文章, 其中 很多都是医疗保健品广告。这些 文章所宣传的医疗保健产品很多 都是"三无"产品,不仅如此, 文章中提到的一些医疗常识也很 片面或者纯粹是伪科学。专家认 为, 伪科普文章误导读者, 网络 平台应担责。(8月25日《法

现实很无奈,真相很残酷。 并无医师资质的"江湖郎中", 或者是"美容人士"竟然一眨眼 成了"养生专家",而且能用 "宇宙能量",坐堂治疗抑郁症等 等。长期以来,伪科普文章不仅 在微信朋友圈中出现,而且充斥 各种舆论载体。名曰"科普文 章", 实则就是骗人的伪科学文 章,为推销医疗保健产品鸣锣开 道。有些真专家往往也为"三斗 米折腰", 昧着良心睁眼说瞎话, 为保健品代言,进行所谓的"科 普宣传",实则是伪科普文章, 误导消费者。

互联网时代, 微信公号等平



资料图片

台载体都可能被商业广告搭上便 车,成为推销产品的最佳媒介。 一些商家利用一切机会来吸引眼 球,博得点击率。而伪科普文章 也搭上各种传播媒介的便车,利 用微信朋友圈,搞有偿"鸡汤" 大派送:《生活的坑往往是自己 挖的》《给对将来感到不安的 你》, 抑或是以专家学者口吻告 诫你:《姑娘啊!可长点心眼》

《人生不得不提的30个忠告》《这 五种食物千万不能吃》……

无论是真专家也好, 伪专家也 罢,他们都打着"科普宣传"的旗 号,进行伪科普宣传,都是在误导 消费者, 伪科普文章神话医疗保健 产品功能,吃什么可以治三高,甚 至防癌,结果使不少消费者上当受 骗, 耽误了治病最佳时期, 而危害 健康甚至因此丧命。这无异于"谋

调虎离山之计; 再者, 对于一些电

话骚扰,完全没有必要客气,唯有

人人对骚扰电话严防严打,这些不

114、110、122 也都够联系到车

主。因为车主购买汽车、注册车牌 号后,都会在交警队预留信息,如

果车子被挡,可拨打110或122,

请报警平台的工作人员帮忙提醒车

主挪车。所以,车主与其留下自己

据了解,即便没有挪车电话,

法分子才不会有用武之地。

车,停车时注意周边环境,切莫给 的电话,不如留下上述电话,更能 他人带来不便;另一方面即便是在 够保障自己隐私安全。当然,公共热 车上留下挪车电话,也应多些防范 线作为公共资源,能不麻烦就不麻 意识,比如,谨防上述不法分子的

烦,依法文明停车才是最重要的。 同时,对于"抄号族",无论 出于何种目的进行抄车牌、抄手机 号均是不妥当的,而将这信息进行 贩卖行不法之事, 更会触犯法律。 因此, "抄号族"从业者理当明晓 其中利害关系,不要成为犯罪分子

而对于公众而言,不仅要对挪 车电话多些谨慎与防范, 对发现的 "抄号族"也必须加以制止,不给 不法分子提供机会。

一家之"盐"

## "挪车电话"或埋下隐患 不法分子有机可乘

□杨玉龙

近日有网友爆料, 自己多次 遭遇陌生人的电话骚扰,怀疑是 留在前挡风玻璃上的挪车电话被 人抄号贩卖了。记者了解到,停 车场内专抄车主挪车电话的"抄 号族"存在已久,背后可能形成 售卖车主信息的产业链。(8月 25 日《工人日报》)

在现实生活中,有一部分司 机会在车前挡风玻璃处留下写有 自己手机号的挪车牌, 其目的是 为了便于联系,如果自己停车位 置妨碍了别人,可以及时告知,避 免因停车而引发的纠纷。

不过,这种"挪车电话"看 似给别人带来便利,也可以免去 一些停车挪车纠纷的做法, 却有 可能给自己埋下了安全风险。因 为,真实的车牌号+真实的手机 号码,很可能会给不法分子留下 钻营的空间。

据悉,这些盯上挪车电话的 "抄号族",一般是销售、推销类 的人员,按照车子级别划分信息 等级, 甚至观察车主划分群体, 其最终的目的就是为了精准营 销。同时, 挪车电话被"抄号 族"抄走,一旦被拿来贩卖,就 会导致司机隐私泄露。如果被不 法分子利用, 更会给车主及家属 带来生命财产安全隐患。

先前,曾有媒体就对此进行 过专门警示。比如,一则借助挪 车电话进行调虎离山,通过拨打 挪车电话令车主移动车子,利用 车主移动车子的时间,潜入车主 所在地偷取钱包等财物; 二则伪 造成交警部门号码发送各类违法 处理通知, 骗取车主财物; 三则 借助手机号码,可能套取到个人 微信号、QQ号、本人姓名等个 人信息。

对于私家车主应防范被"抄 号族"盯上,一方面应按规矩停 征稿启事

本版长期向读者征稿、稿件字数在1000字左右。 来稿要求内容真实、寓理于事;也可以是作者对某一社会现象或 问题发表的观点和建议,我们将每周刊登在本版。

来稿请发送 e-mail 至: kokomi621@sohu.com。

——杨玉龙