

# “网红特权”是种因流量而生的幻觉

“我是网红，我师弟是‘垫底辣孩’，他 1000 多万粉丝，我 280 万粉丝。航班延误了 5 个小时，我要求航空公司给我特殊照顾。”据《法治日报》报道，近日，一男子因不满航班延误，亮出自己网红的身份，指责空姐、质问机长名字，之后又在社交媒体上发布维权视频，引发广泛关注。

对此，航空公司方面表示，航班延误是天气原因所致，对于乘客的诉求会尽力协调解决，但航司对网红没有特殊优待，都是一视同仁。

以网红身份要求给予特殊照顾，类似的事件屡见不鲜，让不少网友“惊掉了下巴”，不禁发出这样的疑问：是谁在助长“网红特权”这种风气？

## “流量病”还需“流量药”来治

近年来，随着社交媒体的兴起，造就了众多网红。其实，网红维权本无可厚非，但前提是得合理合法，而非仗着粉丝多要特权。

此前，有网红打着探店或者维权的名号要求吃霸王餐，也有网红骑着摩托车硬闯禁摩的高速路段，遇拦阻后便发起视频维权，甚至还有网红醉驾后拒绝配合民警检查并高呼“我是网红”……这些网红真是“人红脾气长”，种种做派尽显无知和任性。

网红因流量而红，“特权网红”要的也是“流量脾气”，大抵是觉得自己粉丝多了，能在网上一呼万应，产生了高高在上的特权幻觉。利用流量的影响力要挟式维权，本质是携流量之余威，牟个人之私利。

法律面前人人平等，这是法治社会的基本常识，早已深入人心。

## 筑牢职业化制度保障，为网络主播划出“红线”

近年来，不论从职业技能还是规范治理层面，网红的职业化在不断加强，很多几百万乃至上千万粉丝的网红都是由 MCN(多频道网络)公司或者签约个人工作室进行孵化的，这些团队有非常专业的运营来帮网红进行个人形象管理和公关，但道德、法律培训还需要提升。

在“全民皆可当主播”的今天，网络主播的职业化愈发得到广泛认可，筑牢职业化制度保障，建立行业规范和从业者道德规范，为网络主播划出“红线”，变得尤为重要。从《网络直播营销行为规范》到《关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》，再到《网络主播行为规范》等，近年来监管与规范、自律与他律的制度不断完善。

作为网红发声的网络平台，是网红影响力得以形成、传播和扩散的重要渠道。网络平台可以通过将

一宗一宗的网红“维权”事件曝出也带来警示：有必要好好地给耍特权的网红上一节权利平等课。

对于一些单位而言，不可“惧怕网红”，不可因为担心引发舆情而息事宁人，恰恰是一些单位的“怕出事”而骄纵了他们；对于网友而言，需要多些理智，面对网红发出的“负面视频”“维权视频”，切不可偏听偏信，只是“听一家之言”就容易被带偏节奏。

当然，网红和明星一样，也有一定的公众人物的属性。因此，网红非但不应该要特权，反而需要规范自身一言一行，在行使相关权利时更加谦抑。

“特权网红”患的是“流量病”，还需“流量药”来治。作为网红的“衣食父母”，粉丝可以力挺一个网红，也能让一个网红凉凉。而利用流量维权，却也可能被流量反噬，一旦维权手段逾越法律底线，就不只是掉粉的后果了。

粉丝评价、监管部门调查、处罚信息等记录在网红的诚信评价体系中，将严重违法法律法规、公众人物道德要求和污染环境的网红列入黑名单，来加强对网红行为的监管和引导。

同时，相关平台也可以通过完善主播培训，建立激励机制。如果网红完成了某项培训，或者很好地遵守了某项政策，可以通过流量扶持等措施进行激励。

此外，在现实生活中，部分网络自媒体、营销号和网络大 V 等，为了吸引关注度和流量，制造猎奇信息、挑起网民情绪或跟风炒作热点事件，其背后可能就有 MCN 公司的推波助澜，甚至是 MCN 公司一手主导和策划的。因此，依法规范 MCN 公司，强调 MCN 公司对网红行为的监管与引导非常有必要。

综合法治日报、新京报等  
谄路 整理

## 繁荣汉服文化，也无需禁售非汉服

□ 黄齐超

近日，“平遥古城旅游”微信公众号发布告知书称，禁止古城内所有旅拍经营户上架与汉民族文化不相适应和不符合时代主旋律的服饰，15 日内自行清理下架。1 月 6 日，平遥县文化和旅游局一名工作人员向记者证实该告知书属实，并称目前已删除该告知书，领导正在开会商讨此事。（极目新闻）

明清时期，晋商传统服饰在名城平遥得以完美体现，因此，“赏服饰之美，品晋商文化”一直都是平遥旅游推荐的卖点。晋商传统服饰，即是近年来频频出圈的汉服，引发了游客络绎不绝前来体验汉服旅拍的热潮。

汉服是一种服装，也是承载着文化意味的特殊符号，当然，其他民族服饰也一样。晋商传统服饰带火了当下的平遥旅拍，平遥文旅因势利导，采取措施继承发扬汉服文化，这肯定是好事。然而，平遥文旅局为“保护历史风貌”而要求文旅经营户下架非汉民族服饰，这明显陷入了一种狭隘的“排他”思维。

如此通告，甫出即引发巨大争议。当地文旅部门回应称，该“汉服通告”适用范围是旅拍经营者，而非针对外地游客。但即便如此，公众依然耿耿于怀，毕竟，一枝独秀不是春，百花齐放春满园。我们对待文化，理应秉

承着百花齐放的姿态，对待服饰文化亦应如此。

从促进旅游发展的角度看，平遥保持汉服的传统文化特色，禁止旅拍经营者上架销售非汉族服饰，也未必是好事。要知道，也有一些到平遥旅游的游客，存在穿搭其他类服饰的需求。当他们得知平遥为“保护特色”而禁止售卖非汉族服饰时，反感之情油然而生，旅游体验如何，也就不言而喻了。

传承汉服文化，需要民众、游客由衷的力量，切忌采取一刀切乃至强迫的措施，更不应堂而皇之地“排他”。平遥文旅部门称，他们发布此项通告的依据是《山西平遥古城保护条例》中的第 29 和第 30 条。但查阅该条例可发现，两项条款都没有明确限制“非汉族服饰”。

服饰“排他”会走上歪路；宽容地对待其他民族服饰文化，才是正解。令人欣慰的是，在事件发酵之后，平遥文旅部门迅速撤销了公告，并表示会听从民意，进一步改正、完善相关措施。我们理解平遥文旅部门想繁荣汉服文化，更想以此打造特色旅游城市的良苦用心；不过，任何旅游措施的出台，都应经得起游客及民意的考验。

在笔者看来，平遥的这次“败笔”，应该给其他地方的文旅部门提供前车之鉴，文旅出圈的向往，不能通过“排他”的手段达成。

## 不能纵容“私家侦探”肆意侵权

□ 杨玉龙

近日，记者从上海奉贤区人民检察院获悉一起侵犯公民个人信息犯罪案，董某等 3 名被告人打着“私家侦探”的名义，接受所谓“婚姻调查、商务调查”的委托，严重侵犯公民个人隐私，其行为已触犯刑法。法院审理后依法判处 3 人有期徒刑 2 年至 6 个月不等，各并处罚金。（《法治日报》）

早在 1993 年，公安部就曾发布《关于禁止开设“私人侦探所”性质的民间机构的通知》。原国家工商总局也曾明确指出，严禁私人开办侦探业务，市场监管部门至今未批准过以“私人侦探”作为经营范围的企业注册登记。不过，从合法性来讲，就私家侦探这一称呼本身而言，虽然没有法律明确赋予其主体身份，但也没有禁止这一称呼。

值得注意的是，目前所禁止的是以私家侦探名义进行的登记注册行为，并未明确禁止当事人委托其他个人或者组织从事协助证据调查活动，但也并不意味着，作为私家侦探可以肆意而为。例如，为了所谓的调查、收集、固定证据，游走在法律边缘地带，甚至踏入法律禁区，侵犯他人的合法权益，显然法律是不允许的。

私家侦探行业的乱象也须引起警惕。此前就有据报道，私家侦探的业务，不只有“抓小三”等婚姻问题，还包括助力法院拘传“老赖”、收集民商事纠纷线索等。更有假借侦探名义实施诈骗的不法分子；还有些直接贩卖个人信息等。

因此，规范行业发展至关重要。诚如业内人士表示，目前我国尚无法律确立“私家侦探”的法律地位，但该行业的市场需求较大，希望能够尽快建立和完善相关法律法规，加强行业规制。对此，需要出台规制性措施，例如，明确接受委托或协助开展证据调查搜集行为的合法性边界。从而既满足市场需求，又规范行业发展。

此外，相关监管也须加大力度。例如，在相关从业机构和个人中，有相当大一部分，所实施的行为事实上都涉及非法获取公民信息和企业的商业秘密，甚至不乏有的从业者在获取相关信息后，对被调查者直接进行敲诈勒索。对此，亟待市场监管、公安等部门依法予以整治。同时，也需要加大对处罚案件的宣传警示。