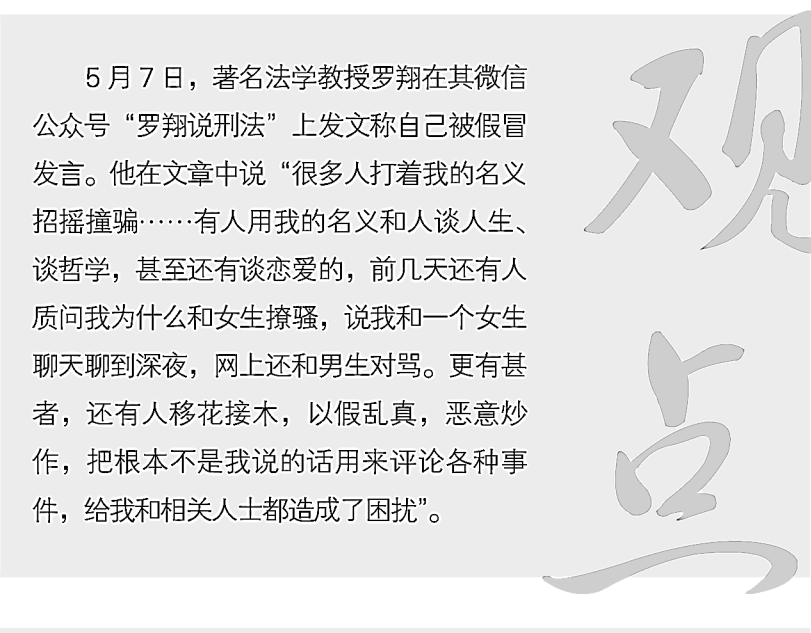


罗翔“撩骚”？打假不能只交给当事人



莫为流量制造“砖家”

罗翔是中国政法大学刑事司法学院教授、博士生导师，也是法律科普和教学的网红博主。罗翔老师在讲解法律案件之余，经常分享自己的哲学思考和认识，常常带给广大受众启示，在相关社交媒体平台上具有极大的影响力，罗翔老师的假冒发言自然相较一般谣言危害更甚。假冒发言制造的伦理失范危机之下，莫为流量制造“砖家”。

罗翔被假冒发言的事件中，不少文章甚至还假冒罗翔教导大众如何育儿、养狗、炒股、炒楼，让人感觉罗翔老师无所不知。事实上，公共意见已经传达出讨厌“砖家”发言的态度，真正的专家以客观公正的态度，在自己擅长的领域中发表看法，而“砖家”则习惯于站在自身立场，跨越领域引导大众，损害各领域学者的名誉。罗翔自然不是“砖家”，但被别有用心者制造的假冒“罗翔”，因其携带的公共信任，最终会产生更甚“砖家”的危害。

为流量制造“砖家”，注意力经

济的浪潮不能脱离媒介伦理和专业素养的约束。新媒体时代，大众获得了更广阔的话语权和传播力，没有受到过专业训练的自媒体内容生产者，以吸引注意力、创造经济价值为目的，常常忽略了媒介伦理，无中生有、制造“谎言”，这已经成为当今社交媒体的一个“顽疾”。因此，对于自媒体账号，仍然应当加强监管力度，建立奖惩制度，设立“黑白名单”。同时，加强相关自媒体博主和广大受众的媒介素养教育，以应对虚虚实实的互联网环境。

罗翔老师是法律教学的知名博主，其作品带给大众极高的教育意义，也为全民法律意识的建立作出了极大的贡献。但罗翔老师不是“神”，我们不能制造“神”，又毁掉“神”。

在哲学思辨和司法领域，自媒体博主可以对罗翔的话语进行更深层次的理解和传递，但在其余领域，请保护这份空白，守住这份真实和专一。让罗翔还是罗翔，让专家成为专家。

网络平台难辞其咎

罗翔提到的一个问题值得我们重视：有人打着他的名义招摇撞骗，危害也更加直接。本质上这是一种诈骗，也是在社交媒体泛化后的新问题——不会有人相信鲁迅会和自己聊天，但在社交媒体无所不在的情况下，有人可能相信“罗翔”会私信自己。

在此之前“假靳东”就曾引发过广泛的讨论。一些人冒名靳东，也有上了年纪的人相信，这么个一眼假的骗局，却真的衍生成了一个问题。而罗翔遇到的状况也有些相似，这些有可能演变成真实的治安乃至刑事案件。

靳东本人曾经谈起过“假靳东”现象。2024 年 3 月，全国政协委员靳东在接受记者采访时谈到“假靳东”事件。他表示，思考背后原因，平台难辞其咎，“难道平台没有意识

到有很多人用靳东这个名字对外交流和发布信息吗？我想应该不会。”

他的这番话是有道理的。这些动辄冒充名人、甚至招摇撞骗的行为，平台不能袖手旁观。对于平台来说，理当加强信息巡查，及时对行为可疑的账号做出处理，这些都应该是分内之事。打假显然不能只交给当事人，个体的力量显然是有限的，平台更应当对站内生态进行更加积极的干预。

考虑到罗翔是法律人士，他遭遇的这些状况倒更显得有些讽刺——如果连他都对这样的侵权行为无奈。这当然不是一个好的现象，罗翔的苦恼也应当被更广泛地看见。最起码，这些虚假的信息如何辨别，又该如何更有效地进行互联网生态治理，这些应当引发更多思考。

综合自红星新闻、红网等
马九月 整理

椰树低俗广告“坚挺”折射处罚疲软

□ 戴先任

据信用中国网信息显示,5月6日,椰树集团有限公司因擦边球广告,被海口市市场监督管理局罚款40万元。

此次椰树集团被处罚,是因为椰树集团有限公司在自设网站发布的宣传图文,出现使用国家机关工作人员进行商业营销的情形,并使用“用椰子擦乳”“南太平洋美女很少‘飞机场’”等违背公序良俗的广告语。处罚决定书显示,当事人的行为违反了《中华人民共和国广告法》第九条第二项、第七项和第十七条的规定,罚款40万元。

不记得这是椰树集团多少次受到处罚了。早在2009年前后,椰树集团旗下多款产品的广告,如“老婆喜欢老公喝椰树牌石榴汁”、“怕不行,喝椰树牌石榴汁”、“木瓜饱满我丰满”等广告词,就引发社会广泛争议。椰树集团还曾接连受到一些地方工商部门的处罚,如2008年,吉林市工商局龙潭分局对“椰汁公司”罚款2万元。2009年6月,海口当地工商部门对椰树方处以1000元的罚款等等。

椰树椰汁是国内知名品牌,却多年来持续发布低俗广告、违规广告,椰树椰汁的低俗广告屡屡引发舆论诟病,但椰树集团仍然我行我素。椰树集团之所以对打低俗擦边球有“路径依赖”,就算多次因低俗广告被罚,也“本性难改”,还是因为违法成本太低。比如此前椰树集团每次因低俗广告被罚,每次的罚款少则

一千元,多的也才只有二万元。此次椰树集团被罚款40万元,相比以往算是重罚,但对于椰树集团因为擦边球广告获得的热度、收益等,仍算是不痛不痒,仍不足以真正打疼对打低俗擦边球有“路径依赖”的椰树集团,难以让椰树集团真正从中吸取教训。而通过低俗广告,反而让椰树椰汁更让人耳熟能详,促进了椰树椰汁的销售,让本颇显荒诞的“丰胸广告”反倒成了椰树椰汁的招牌。

椰树集团屡罚屡犯,就需要监管部门吸取教训,要能摆脱屡犯屡罚、屡罚屡犯的“怪圈”。比如对进行虚假宣传、发布违法违规广告的商家,要提高其违法成本,依法加大处罚力度。如2015年3月,上海市工商局对构成虚假广告的王洁士双效炫白牙膏就处以603万元的巨额罚款。另外,是否还可以采取纳入征信等方式,进行联合惩戒,要防范走入“以罚代管”的误区。

而椰树集团要能实现长远健康发展,应摒弃现在这种借助低俗、虚假宣传炒作的套路。椰树集团近年来存在业绩下滑、品牌老化等问题,低俗广告、虚假广告被他们当成了“救命稻草”,从长远来说,这无异于饮鸩止渴。随着监管的加强,消费者消费品位的提升,低俗广告将会更难有市场。企业要想自救,需要的是脚踏实地的奋斗,需要的是创新,是真正的创意,而低俗广告不过是一根坑害社会又压垮自己的“害命稻草”。

别让“帮办入学”骗局屡屡得逞

□ 叶金福

据媒体报道,日前,河北省故城县公安局成功破获一起以“帮办入学”为由实施诈骗的案件,帮助群众挽回经济损失20余万元。

据报道,受害群众经人介绍结识了犯罪嫌疑人朱某,并对其谎称的“有硬关系”“可保入学”信以为真,先后多次共向朱某支付20余万元的“辛苦费”“活动费”。随后,受害群众苦等孩子“入学通知”,但却再也联系不上朱某,于是报警求助。民警经大量侦查工作,很快锁定朱某的住址,随后经连续3天的蹲守和走访,成功将朱某抓获。据犯罪嫌疑人交代,其并没有所谓的“门路”和“硬关系”,只是利用了家长渴望孩子上学的急切心理实施诈骗。

近年来,各地类似“帮办入学”的骗局屡有发生,每一起骗局的结局无非就是两个:其一,家长失财,学生失学;其二,诈骗者被抓,锒铛入狱。可见,“帮办入学”骗局,于双方而言,都没有任何好处。

按说,稍懂一些招生录取常识的人,都能轻而易举地戳穿“帮办入学”的骗局,但缘何这一“老骗局”还总是

屡屡得逞呢?笔者以为,这与相关部门的“防骗教育”不到位有关联。

因此,要戳穿“帮办入学”骗局,需要多打“组合拳”。首先,招生部门应积极承担起招生的宣传工作,让每一位考生和家长都知晓学校录取工作始终秉持“公开公正公平性”原则,绝没有“走后门”“靠关系”的可能,从而让考生和家长打消“找关系”的念头。其次,公安部门应加大打击力度,对那些打着“帮办入学”幌子的不法分子,应采取零容忍的态度,发现一起查处一起。不妨通过高额罚单、追究刑责等处罚手段,让其付出应有的代价。其三,教育行政部门和学校也应对考生和家长加强招生的防骗知识教育,既要告知每一位考生和家长学校招生没有“关系”可走,又要通过身边的典型案例,以案释法,以案警示,引以为戒。

此外,家长也应多一份理性和清醒,要按照正规渠道为孩子选择适合的学校,切莫妄想通过所谓的“关系”让孩子接受良好教育,否则可能面临“家长失财、孩子失学”的后果。