

向好友发不雅照违法？别误读也别忽视

近日，有媒体报道称，“明年1月1日起，向好友发送不雅照片、视频构成违法，最高拘15天，罚5000元”，将之作为即将实施的新修订的《治安管理处罚法》的立法亮点予以传播。相当多的媒体转发了这一报道。

但是，“向好友发不雅照片算违法”既不是《治安管理处罚法》的新增内容，更不是未来的执法重点领域。20年前的《治安管理处罚法》就明确规定，利用网络发淫秽照片、视频构成治安违法，新法只是把原来的“计算机信息网络”表述成了“信息网络”，并且调整了罚款金额。



并非修法新增，别误读

首先，淫秽不等于不雅，法律的红线不能如此“戏说”。

新旧法明确规定的都是禁止传播“淫秽”内容，而不是范围界定不清的“不雅”内容。“淫秽”内容，有明确的法律定性，内涵和外延也是相对清晰的，而不是一般意义上的“不雅照片”“私密照片”。否则的话，情侣之间有亲密互动，衣着相对暴露的照片、视频，都可以纳入“不雅”的范围，岂不渲染“人人违法”的恐慌气氛。就像很多网友追问的：“老婆发我私密照，明年也算违法？”这当然是对法律的误读。

其次，《治安管理处罚法》是为维护社会治安秩序，而非侵入私域。

《治安管理处罚法》主要处罚那些破坏社会治安秩序，但尚不构成犯罪的行为，有着类似刑法的功能，所以有“小刑法”之称。刑法明确规定了“传播淫秽物品牟利罪”和“传播淫秽物品罪”，《治安管理处罚法》规定禁止传播淫秽内容，是对于刑法相关罪名的衔接，形成处罚梯度。

让网络空间更清朗需要所有人的共识

事实上，20年前的《治安管理处罚法》就明确利用网络发淫秽照片、视频构成治安违法。新法只是按照现在的表达习惯，把原来的“计算机信息网络”表述成了“信息网络”，并且调整了罚款金额，以及增加一款要求：从严处罚涉及未成年人的相关违法。

立法修订不是凭空而为，而是对社会现实的精准回应。有人也许会质疑，将私人聊天中的传播行为纳入处罚，是否侵犯个人隐私？这种担忧其实混淆了隐私保护与违法豁免的边界。新规制的是传播淫秽信息这一违法行为本身，而非正常的私人通讯。在数字时代，每一次信息传播都可能突破私人范畴，产生公共影响。这就要求法律与时俱进，将治

该法的立法目的是保障社会安全感；如果是不影响社会治安的私人间的行为，该法律就没必要过度介入。特别是，治安拘留行为作为剥夺公民自由的严重行政处罚，必须有谦抑性、设置“高门槛”，不能让公民动辄得咎、动辄“拘留”，战战兢兢、如临深渊。比如，亲友之间带有一些“彩头”的麻将，就没必要纳入《治安管理处罚法》的打击赌博的范围。

同理，将20年前就有的禁止传播淫秽信息的规定，解读成“亲友之间发不雅照片，明年就构成违法，最高拘15天”，为了吸睛，用子虚乌有的“修法亮点”挑动对立情绪，乃至营造“人人违法”的氛围。这是设置了错误的公共议程，也是在解构立法的严肃性，破坏社会法治共识。

在情绪化传播、碎片化阅读、“仇恨诱饵”盛行的舆论环境之下，媒体要握牢手中的笔、扛起负责任传播的旗。对相关立法、修法的专业报道，要做到尽职、讲理、共情，对真相负责，也要对传播结果负责。

理触角延伸到网络空间的每一个角落。

私密传播绝非无害，其仍然可能侵蚀社会公序良俗、损害公民身心健康。网络空间不是法外之地，私密聊天也非法律盲区。新法的施行，既是对传播淫秽信息行为的严厉震慑，也是对清朗网络环境的有力守护。对于普通网民而言，需要自觉规范网络行为；对于网络平台与群组管理者而言，更需履行管理责任，主动清理不良信息。

无论牟利与否，企图传播淫秽信息的行为，都有可能受到惩处。法治红线不逾越，社会共识需要坚守，网络空间才能更清朗。

综合澎湃新闻、红星新闻等
(业勤 整理)

网红面馆被查：流量经济不能沦为“卫生黑洞”

□ 王志顺

近日，上海市徐汇区市场监管局对网红餐饮店“明星黄鱼面馆”展开执法检查，后厨画面曝光后引发轩然大波。这家以“不接受差评”“爱来不来”为营销噱头的面馆，一碗黄鱼面售价高达55至100元，却因卫生问题被立案调查。执法人员发现，后厨地面油污堆积如“包浆”，消毒柜插头不知所踪，调料罐黑漆漆似古董，冰柜里更藏着变质番茄和过期香干、豆腐。徐汇区市监局已将其列入餐饮黑榜，并启动立案程序。

这出“网红塌房”的闹剧，像一面照妖镜，映出流量经济下的畸形生态。面馆墙上那句“诋毁本店者一生霉运”的标语，如今看来更像自嘲——霉运没诅咒别人，反噬了自家后厨。明星博主打卡、商业吹捧堆砌的“面子工程”，在变质番茄和过期豆腐前碎了一地。更讽刺的是，这家店曾以“使用非冷冻黄鱼”为卖点标榜“高端”，却连最基本的食品安全都成了“非标品”。消费者花百元买一碗“网红光环”，换来的却是头皮发麻的卫生图景，这哪是餐饮，分明是“开盲盒”，赌的是健康与信任的双重风险。

问题的根子，在于“重营销、轻品控”的行业通病。流量餐饮深谙炒作密码：排队两小时营造“稀缺感”，差评屏蔽维持“完美人设”，却把后厨变成法外之地。就像这间面馆，消毒柜成了

摆设，过期食材混入餐盘。这种失衡不仅损害行业信誉，更直接威胁消费者健康。

值得注意的是，监管部门亮剑时，店长还试图用“员工餐”搪塞，殊不知食品安全没有“豁免区”——流量再大，也大不过《食品安全法》。徐汇区市监局的“阳光执法”之所以获赞，正因它撕开了网红店的“皇帝新衣”：后厨脏乱不是“特色”，而是对法律底线和消费者健康的公然挑衅，这种以牺牲安全为代价的“个性”，实则是警醒行业的一记耳光。

这场闹剧警示所有人：流量经济不能沦为“卫生黑洞”。餐饮业的本质是“舌尖上的信任”，而某些网红店却把信任当变现工具。

更荒诞的是，店家一边用标语恐吓顾客，一边放任后厨“包浆”。消费者用真金白银投票，换来的却是“滤镜下精致”与“现实中脏乱”的割裂。

守住食品安全，需监管与消费者“双向奔赴”。徐汇区市监局的“红黑榜”是个好开始：让问题商家曝光，让整改过程透明。消费者也该擦亮眼睛——排队两小时未必是“美味”，差评屏蔽更可能是“心虚”。下次看到“不接受差评”的标语，不妨多问一句：不接受监督，敢晒后厨吗？毕竟，餐饮业的金字招牌，从来不是流量堆砌，而是“里子”干净。

APP“摇一摇”跳转呼喚强制标准规范

□ 贺成

“只是向上一滑，马上跳转到购物网站”“随手晃了下手机，再一看进入了游戏页面”“立即查看”和“×”的标志几乎挨着，太容易误触了”……媒体近日选取多款APP实测发现，广告乱跳转的问题依然时有发生。

刷屏时代，刷的是自己的意愿。如果说，一不小心便被一些不愿意看的广告和购物网站霸占屏幕，甚至还有部分APP依托手机设备自带的传感器功能，设置“摇一摇”跳转广告，且不说非常影响心情，还明显干预了持机人的选择权。

有消费者为了避免被强制跳转，在多个社交平台上搜索解决广告恶意跳转的操作流程和攻略，但效果不明显，而且即便是关闭或卸载了某个软件，强制跳转广告的新方式仍然层出不穷，在其他软件上稍不注意又会“被跳转”。

一些APP如此强制跳转，显然是亟待治理的。特别是，在“摇一摇”等动作本身难以被明确界定为法律意义上的“意思表示”时，更有必要出台强制标准，明确跳转触发条件、灵敏度上限。

当前，依据相关法律法规，“意思表示”主要包括“明示”和“默示”两类。而“摇一摇”“滑一下”等动作的

性质介于二者之间，在非受控环境下极易因手机晃动或无意触碰而触发，无法确认用户的真实意图，难以区分是误触还是自愿。也就是说，APP设定以“摇一摇”等方式作为认定用户“意思表示”的方式，本就缺乏法律依据。

事实上，对此监管部门也早有注意并着手介入。据报道，监管部门于今年11月通报手机行业不正当竞争典型案例，并指出部分企业利用技术、数据、平台规则等优势实施流量劫持、强制跳转、恶意不兼容等不正当竞争行为，强调手机行业相关经营者要坚决停止并防范各类不正当竞争行为。

只是，缺乏进一步的治理，如今还是有一些APP开发与运营主体置若罔闻。接下来强化对APP开发与运营主体的监管，显得迫在眉睫。具体说，就是需要相关监管部门牵头研究制定并出台具有强制约束力的国家或行业标准，明确“摇一摇”等传感交互广告的触发条件、灵敏度上限、视觉提示、取消机制及用户同意前提等技术细节与合规要求，维护用户合法权益。

只有在刚性的强制标准下，APP开发与运营主体丧失了任性的空间，才不会肆无忌惮地侵害消费者权益。