

头部自媒体前台实名,让影响力与责任感同在

本报评论员 吴迪

域的头部自媒体账号。

前台实名,可以说是互联网平台及用户的一件大事,简单理解,就是自媒体账号的“网名”或个人资料页将展示该用户的真实姓名,企业或机构用户则展示其真实注册信息。此番多平台开展的前台实名,主要针对拥有50万或100万粉丝以上的自媒体“大V”,普通个人用户不在此列。此举主要目的是增强头部自媒体账号的可信度及权威性,营造清朗的网络生态环境。

从营造清朗的网络生态角度看,执行前台实名制可谓恰逢其时,也深得人心。近年来,网上不少乱象与某些自媒体“大V”任性而为有关。不少自媒体账号擅长蹭流量,炒作热点事件,挑动公众情绪,消费社会爱心,制造群体矛盾,进而实现流量变现。甚至有的以敲诈为目的,以文字或视频等形式编造事实来抹黑某些企业,进而通过有偿删帖牟利。有的扮演“网络打手”角色,以制造网络谣言等方式,替雇主抹黑商业竞争对手。还有的自媒体账号明修栈道、暗度陈仓,以所谓法律、金融、医疗等领域专业人士身份,兜售所谓的科普内容,进而夹带广告、导流、荐股或骗取打赏等。

拥有海量粉丝的自媒体账号,往往有着

较大的舆论引导力和影响力,对网络生态的建设有着不小的作用。而上述种种行为,不仅扰乱了互联网舆论场的正常秩序,也容易蛊惑众多不明真相的网民,裹挟公众情绪,撕裂群体情感,一定程度上干扰社会和谐稳定。

对此,网友纷纷呼吁“管一管某些人的舌头”“和谐网络空间不容这些害群之马”。前台实名的实施是对公众关切的回应,也是在推动自媒体账号承担起与话语量相匹配的责任,从而推进网络舆论生态的规范有序发展。

耐人寻味的是,在前台实名制度执行前夕,一些自媒体“大V”几乎是连夜删粉,以求粉丝数量低于必须实名展示的标准。其不愿以真实面目示人的用意十分明显。

很长时间以来,我国互联网执行的是用户“后台实名、前台自愿”制度,网民可以定义自己的网名,讨论公共议题的空间相对充足。这让很多人误以为在互联网发言是匿名的、不受约束的,一些人养成了口无遮拦的习惯,甚至催生部分自媒体账号“以口舌撬动利益”等乱象。一旦前台实名,必须以真实面目示人,自然让不少人觉得“不自在”。

必须明确,前台实名并不意味着压缩了某些人物所欲言的空间,这是鼓励创作者真

实表达,为用户提供优质、真实内容的倒逼手段,是文责自负、言责自负的约束机制。从长远看,这有利于唤醒头部自媒体账号在长期“后台实名、前台自愿”惯性中沉睡的责任感,扭转“开局一张图,后文全靠编”等不良网络风气,让“说真话、说负责任的话”回归日常网络生活。

网络不是法外之地。我国在网络治理上一直有着明确方向。从网络安全法、数据安全法、个人信息保护法等法规制度,到开展“清朗”系列专项行动、推进“净网”“剑网”“护苗”等整治行动,网络生态治理工作越来越完善。此番多平台企业实施前台实名制度,履行主体责任,也是网络治理的关键一环。

维护清朗、健康的网络秩序,没有旁观者。如何让头部自媒体账号的影响力与责任感同在,实现各方共赢,考验着平台企业的社会责任感与执行力。同时,对于普通网民而言,监督、举报、建言献策等支持配合网络空间治理工作的行动也应多多益善。

前台实名展示,只是净化网络生态的举措之一。期待更多互联网平台企业行动起来,让有影响力的自媒体扛起自身的责任——这,必要而紧迫。

融媒作品选粹

感谢身着橘色工装的他们



长期以来,广大环卫工人始终牢记“宁愿一人脏,换来万家净”的初心使命,为改善城市人居环境、保障城市平稳运行作出了重要贡献。

春除旧尘、秋扫落叶、夏排雨水、冬清积雪,在10月26日这个具有特殊意义的日子,向城市“美容师”们致以崇高的敬意和诚挚的问候!(本报记者 史宏宇 刘金梦)

扫描二维码,观看工人日报融合报道《喜欢城市的整洁 更喜欢你的笑颜》



当电商直播变成“新农活”



“杨梅汁清甜可口无添加”“喜欢的家人们放心拍”……10月27日清晨,记者随高质量发展调研行贵州采访团走进榕江县新媒体产业园时,主播们已经在激情飞扬地直播带货。“让手机变成新农具,让数据变成新农资,让直播变成新农活”——眼下,“三新农”理念在榕江县已经深入人心。(本报记者 张菁 李丰)

扫描二维码,观看工人日报融合报道《【高质量发展调研行】电商甜了生活,贵州榕江县“三新农”理念助力乡村振兴》



北京儿童医院,爆满!



近日,全国多地医院出现较多肺炎支原体感染患者,以儿童为主。专家预测,北京11月份将达到支原体肺炎高峰期。

10月29日,记者在北京儿童医院看到,在门诊二楼大厅,患儿的咳嗽声此起彼伏,有些家长挂的号排到了五六百号之后。进入深夜,仍有不少家长带着孩子赶来。一起去现场看看。(本报记者 贺少成)

扫描二维码,观看工人日报融合报道《北京儿童医院,爆满!》



她会给甜“蜜”打个分



在中国农业科学院蜜蜂研究所,实验室里摆放着一排蜂蜜,颜色、质感、稀稠状态等完全不一样。在对蜂蜜进行口感、风味等感官检测中,检测员需要反复品尝、感受。张金振就是这样一位从事蜂蜜检测工作的研究人员。荆条蜜、枣花蜜、洋槐蜜、椴树蜜……来看看她是如何做好这份“甜蜜”事业的。(本报记者 刘金梦)

扫描二维码,观看工人日报融合报道《给甜“蜜”打个分! 三工视频·新360行之蜂产品感官评价员》



文字整理:赵琛

社评

中国新闻专栏

从长远看,这有利于唤醒头部自媒体账号在长期“后台实名、前台自愿”惯性中沉睡的责任感,扭转“开局一张图,后文全靠编”等不良网络风气,让“说真话、说负责任的话”回归日常网络生活。

据10月31日多家媒体报道,多家社交平台企业相继发布公告,将于近期引导头部自媒体账号进行前台实名展示,首批主要针对社会时事、财经、军事、法律、医疗等专业领域拥有50万或100万粉丝以上的自媒体账号。不按要求进行实名展示的,其账号流量、广告分成、打赏收益等都将受到影响。据悉,这一工作后续还将分阶段、分批次扩展至更多领域

防范“积分兑换”骗局 应强化源头拦截

江德斌

据10月31日新华网报道,近来,很多人都收到了类似“您有xx积分未使用,到期将失效,请立即登录积分商城兑换商品……”的短信。记者调查发现,此类短信套路是商家通过向海量人群发送带有链接的短信,利用消费者不忍心积分过期的心理,以“积分+现金”的购买形式,诱导其购买劣质低价商品来牟取暴利。

积分兑换本是商家促销、回馈用户的一种营销手段,借此增加消费黏性,提高用户对品牌的忠诚度。也因此,近来出现的上述“积分兑换”陷阱,迷惑性极强,值得警惕。

从消费者曝光的情况看,此类“积分兑换”大都是虚假信息,消费者并非该商家的注册用户,也没有相关消费记录。而此类短信往往以1068/1069开头,容易被消费者误认为是正规商家或运营商的短信,进而点击相关链接。进入链接后,人们会发现,此类商家的网店多以小程序、微店等形式开设,看不出是否正规,于是容易信以为真,将虚假促销当成真的优惠福利。

仅靠消费者自身去辨识和防范这种“积分兑换”陷阱,难度较大。无论监管部门,还是运营商和有关平台,都不能放任不法商家肆无忌惮发送相关短信,令更多无辜消费者权益受损,而应切实行动起来,及时斩断这一骗局的获利链条。

比如,鉴于“积分兑换”骗局主要通过短信、邮件等方式散发,电信运营商、邮件服务商应加强技术甄别,将此类信息和邮件纳入垃圾信息、可疑信息之列,进行有效识别和拦截,并提醒用户小心防范。平台也要强化小程序、微店的资质与内容审核,鼓励用户积极举报、投诉“积分兑换”骗局,并及时采取封店、扣保证金、拦截款项等措施。

本质上,此类“积分兑换”骗局是使用欺骗性或诱导性的手段诱导他人交易的行为,涉嫌违反消费者权益保护法及《明码标价和禁止价格欺诈规定》等相关规定。对此,监管部门也应依法查处,以儆效尤。

面对层出不穷、防不胜防的消费类骗局、陷阱,相关方面只有尽早出手,“以快制快”,才能最大程度减少消费者的损失。



图说

难

据10月29日《法治日报》报道,近年来,宠物经济不断升温。相关数据显示,2020年我国宠物猫数量已超过了1亿只。与此同时,由于目前宠物诊疗行业尚不规范、诊疗技术良莠不齐,宠物意外死亡、过度医疗等现象屡见不鲜。宠物诊疗纠纷的增多,带来了宠物看病难、饲养者维权难等一系列问题。

目前,我国并没有针对宠物医疗的相关规定,因此容易出现一旦造成纠纷,主人维权困难的局面。宠物作为一种特殊财产,还会给主人带来一些精神价值与情绪价值,这也给相关纠纷处理增加了一些难度甚至挑战。正所谓“彼之蜜糖汝之砒霜”,围绕如何对待宠物,人们似乎总有观点交锋和对立。在价值多元的社会中,养宠人士的需求也应被听见、被认真对待。出台有关宠物诊疗行为的规范,完善涉宠纠纷救济渠道等,相关的脚步可以再快一些。

赵春青/图 弓长/文

有奖征文成“排排队分果果”?

关育兵

据10月31日《华商报》报道,近日,河南方城县文联主办的文学艺术有奖征文活动,获奖名单引发网友热议。据悉,此次有奖征文活动由方城县纪委监委、方城县文联联合主办,各相关协会和方城县《裕州心声》编辑部承办。该活动共收到49篇文艺作品,最终共计23篇作品获奖,获奖作品中有12篇作品的作者均是《裕州心声》主编乔某笠。

无须讳言,如今文学已失去了曾经的风头,读文学作品的人有限,文学作品创作者和爱好者减少,也是事实。此次征文活动只收到49篇文艺作品,就是一种佐证。在县城里,愿意且坚持舞文弄墨的人更是少之又少。如此现实下,一些长期坚持文

学写作的人能有多篇作品获奖,似乎也在情理之中。

作为社会精神活动的重要载体,文艺作品仍然受到一些人的喜爱,依然有人为之坚守。今年,年过半百的“外卖诗人”王计兵和他的外女作诗集《赶时间的人——一个外卖员的诗》进入公众视野并迅速出圈。他干过建筑工、卖过水果、捡过废品,最后才做了外卖骑手。但无论干什么,30年来,王计兵从未放弃对文学的梦想,坚持写作。

可见,文艺在当下或许不够喧哗,但也不落寞、孤寂。方城县是县城,亦应有这样的“麦田守望者”?如果是,那应是方城县的幸事、文艺界的幸事。只是,乔某笠编辑部主编的身份,难免引发“既当运

动员又当裁判员”的争议。目前,上述事件的初步调查表明:评选环节存在问题,评选结果无效。不难看出,此次征文评选活动另有隐情。

事实上,媒体发现,在本次征文评选活动的23篇获奖作品中,有18篇的作者均为《裕州心声》的编辑部成员。这个概率实在是太意外了,以至于有网友直言:“这哪是有奖征文,就是找个理由分钱而已!”好好的征文评选活动,被搞成了自娱自乐、“排排队分果果”,实在让人遗憾。

文艺繁荣,呼唤更优秀的文学作品,也需要相关单位的呵护与努力。文艺刊物如此“儿戏”征文评选,实在与助推文艺事业发展的初心不符。

有奖征文成了闹剧,有关方面需要好好反思,也需要给公众一个清楚明白的交代。

规范夜市经营秩序,“管理费竞价”并非唯一选择

丁慎毅

据10月31日《南方都市报》报道,近来,广东中山繁华热闹的兴华中路二街因管理费引发争议。今年8月~9月,该夜市结束“免费摆摊”历史,开始实施管理费竞价方式,数名摊主管理费竟到七八千元,其中1号摊位月管理费以1.26万元竟出。摊主直呼“价格太高了”。该夜市所在的东风镇相关负责人表示,实行收费管理,是为让夜市经营更加规范、解决环境卫生问题,且除了老摊主,还有不少人有进场摆摊需求,因此最终采取了公开竞价的方式。

夜市经济不仅延长了消费时间、拓展了消费空间,更创造出丰富的消费场景。近年来,各地出台方案促进夜经济发展,通过“引摊入市”、规范流动摊档的管理等举措,解决了一部分人的就业,优化了社会治理,也让人们的生活更丰富美好。根据中国旅游研究院最新发布的《2023中国夜间经济发展报告》,2023年全国夜市市场规模将达1.57万亿元。

夜经济规模变大,相应配套服务也要跟上。伴随夜经济而来的交通、噪音、环境污染、用气用电安全等一系列问题,都对管理提出了更高要求,相应管理成本也有所增长,也可以理解。但是,这笔增加的费用应该由谁出、从哪儿出,不同的思路会导致不同的结果。

相关部门在治理夜经济发展过程中的问题时,要疏堵结合,通过更好的管理服务,将

客群“引进来”的同时让其愿意“再过来”,甚至带人过来,实现反复消费和增长消费,从而为附近商圈引来更大客流量,进一步拉动区域消费增长,这么做也会进一步提升城市吸引力,增加税收。

夜市人流量大、摊位供不应求,于是通过竞价的方式来确定管理费,这可以说是市场行为,但如果完全依赖自由竞价,未必科学,也未必是好事——摊主在成本增高又要追逐利润的双重压力下,会不会降低产品质量?会不会诱发假冒伪劣、食品安全等问题?那么有摊主因为入不敷出而无奈退出市场,那么反而可能不利于夜市的发展。运营有深度,政策有难度,服务有温度,方能让夜经济释放持久热度。

值得注意的是,今年8月广州出台的培育夜市先行区的措施中,明确支持商圈、商业综合体、品牌企业、平台企业、金融机构、媒体等市场主体组建夜间消费联盟,通过资源整合为企业夜间经济赋能,同时提出“打造社区微夜市示范点”,以15分钟社区生活圈为单位,限时限地举办“小而精”的微夜市活动,让市民在“家门口”就能逛夜市。深圳近日发布2023深圳夜间消费地图,增加了“夜猫属性”人格测试环节,将人格测评游戏结果与消费地图路线相联结,帮助参与者更好地了解自己,读懂深圳的夜。这份“地图”还全面整合深圳市夜间城市消费信息,形成了“测评-游玩-获取优惠信息-消费体验”的完整出游链条。这些创新举措的效果,应该比摊位竞价好得多。

总之,繁荣夜间经济,要结合当地的文化和资源,要在活力与秩序之间、管理与服务之间、民间自然生长与行政有规划之间,寻求产品和服务的创新,增强营销和推广,提高游客体验和满意度。如此,夜经济才能得到更好呵护,走向可持续、高质量发展。