

互联网不是广告监管的法外之地

胡印斌



今日论语

新法实施后,广告规矩了吗?据人民日报报道,以往问题突出的食品、医疗等领域广告日渐规范,明星、未成年人代言广告也更加谨慎。但同时,互联网领域的虚假广告并没有绝迹,仍存在很多规避广告法的不规范现象。专家指出,这是下一步执法的重点,也是监管的重心。

近年来,互联网,特别是移动互联网已经深度嵌入了人们的生活。与此同时,网络广告也呈现迅猛发展势头,不仅人人都成了网络广告诉求的对象,一款朋友圈热传的app还宣称,“人人都有免费广告位”。权威数据显示,仅2014年,

我国整体网络广告市场规模即超过1500亿元,同比增长40%,其中移动互联网广告增势强劲。

而在这一波浪潮之下,不免泥沙俱下。一些网站违法违规发布广告,虚假宣传问题突出,侵害消费者合法权益,损害了公平竞争的市场秩序,一些网站甚至成了发布含有虚假违法内容广告的集中区域。

新广告法有专门法条规定,利用互联网发布、发送广告,不得影响用户正常使用网络,不能“一键关闭”将受罚;任何单位和个人未经同意不得以电子信息方式发送广告,等等。新规确实有利于解决现实中的一些网络广告乱象,但鉴于监管能力的限制,以及发布者出于利益考量做出的规避行为,互联

网广告远未到“天下太平”的时候。

以某电话手表的广告为例,尽管电视广告画面里,曾由童星出演的“小主人公”已经换成了两个卡通人物,但是,仍能从百度视频中搜索到多个“真人版”的视频链接。此外,网络广告中夸大、甚至虚假宣传的现象并不鲜见。仅在去年国家工商总局等多部门组织的整治互联网重点领域广告专项行动中,就查处违法互联网广告案件5232件,罚没款5157万元。

针对此种乱象,一方面监管部门应该创新思维,监管不能止步于“等”,不能“不报不查”,要将监管的触角前移,强化源头管理;也不能以取证困难为借口,要与时俱进,主动采用先进、便捷的技术手段,让违法网络广告无所遁

形。特别在医疗、食品等关系民众健康安全领域,有必要依法以最严厉的举措强化问责,以提高法律的威慑力。

另一方面,也要改变时下消费者往往求告无门、维权成本过高的现状,畅通渠道,鼓励举报。既然互联网广告的载体更加多元,传播更容易,速度更快,不妨因势利导,通过受众的眼睛盯紧违法广告,从而织密社会监督的网络。

互联网不是广告监管的法外之地。严格规范互联网广告,避免其“野蛮生长”,不仅符合社会公众的意愿,也是促使互联网经济持续发展的必由之路。某种意义上讲,这也是一种“互联网+”,只不过,加的是清明规范的法则与权利本位的秩序。

新民随笔

互联网家

吴强

“11·11”在即,电商大战风云再起,有关部门三令五申不得这个、不得那个,以维护消费者权益。想起不久前一个朋友在一家微店的遭遇:

他在一家网店买某品牌水,价格十分便宜,自以为是充分享受到了好处:价格超低、订购方便、物流也可以。这种快感持续到某天:孩子拿着手机刷二维码玩,对着标签上的二维码标识一顿猛刷,却刷不出任何信息来。他心下起疑,将标识和之前在大超市买的一比照,才发现网店上买来的标识图案不清晰、字迹粗大,大超市买来的,二维码一刷就有相关信息,而网上买来的不管屏幕上绿线上下走几次,线还是线,“二维码”还是“二维码”。

他意识到自己买到的可能是假水,发消息给店家,店家毫无反应。无奈之下,想到店家曾经突然拉了一个群,群里都是曾经消费过的顾客。当时还觉得突兀,突然就被拉入群,突然就和好多不认识、不相干的人同群。于是,他就到群里去吼一声,提醒说这家店卖的水可能是假水。这下,店家坐不住了,发消息来赌咒发誓辩解自己卖的是真水。他指出了自己的根据,店家就王顾左右,表示你不能在群里毁我的声誉。朋友表示自己要去投诉。这时,店家就凶相毕露,一句话让朋友投诉维权的想法瞬间被浇灭了。

店家说:我知道你家地址的,你要是毁我的声誉,我会上门去的!

朋友一想,没错啊,买水送水可不要给对方地址么,当初还觉得这样极其方便,不用费劲去超市拎回来,现在,反而成了对方要挟的手段。尽管对方很可能只是言语上的威胁,但是,不怕一万、只怕万一啊。惹不起、躲得起,朋友只能决定息事宁人,就此作罢。

朋友后来反省:没错,互联网店家的的发展确实带来了许多方便,却也让他,应该还有许多其他的消费者,放松了警惕心,轻易就相信了网上的店铺,轻易就付款了,轻易就将家庭地址都毫不保留给对方了。

问题是,除了消费者应抱有警惕心之外,谁来更有效地保护他们呢?

也是『过度包装』

有些旅游景点,真正有观赏价值的地方不大,却圈地甚广,设了许多关卡、商店,新景观,游客要到指定地点换乘景区的电瓶车,再走过一片卖纪念品的商场,才看到一小片的古镇留下的古迹。

天星画



新民新语

厄尔尼诺

马丹

极厄尔尼诺事件终于来了。是的,我用了“终于”这个词。这是因为,在厄尔尼诺发生的这过去一年多时间里,跑气象条线的我不断被人问起:厄尔尼诺到底来了没来?厄尔尼诺到底是不是“史上最强大”的?然而,这些问题我答不出来,我采访的那些气候学家在提问的当时也未必答得出来——厄尔尼诺被叫“厄尔尼诺”(西班牙语里的小男孩,又称“圣婴”),当真是再恰当不过,它不仅脾气像小孩一样反反复复、捉摸不透,作为一个长期的气候事件,它还像一个一直在发育的初生婴儿,可能会夭折,也可能茁壮成长为。

厄尔尼诺这个脾气有点“火

爆”的“小男孩”,似乎从来都不干好事,就拿今年来说,已经引发过洪水、干旱、森林大火、饥荒等大大小小的灾害。最近,气候学家预测说,这次的厄尔尼诺,至少要“待”到明年春天!这听上去似乎并不是什么好消息,尤其是对那些对天气敏感的人来说。而这确实也是有科学数据的,世界卫生组织的一份资料表明,上世纪的厄尔尼诺现象使

全球大约10万人患上了抑郁症,精神病的发病率上升了8%,交通事故也增加了5000次以上。

哎,我其实是很想用气候灾害,来给这个社会上的某些“怪状”找借口的。比如,这几天沈阳校园出现了暴力事件,有老师至少29次谩骂学生,并疑似打了耳光,而家长却怕影响孩子以后上学,不敢维权;又如,湖南宁乡4名青年就

诊者殴打了值班医生。然而,很可惜,这似乎不该是厄尔尼诺的错,而是人的情绪也出现了“极厄尔尼诺”。而这种“厄尔尼诺”似乎暂时还会消亡,这一点不由让人担忧:成人社会情绪化的表达、疯狂的暴力沟通方式,都已令个人和社会持续不断地付出高昂代价。在这样的社会焦虑“气候”下,我们除了要完善法律的奖惩机制,是不是也要时刻关注下情绪“厄尔尼诺”,反省和警惕下是不是陷入了负面心理状态?

世间万事,自然没有百分百完美解决的方案,但我想,努力探求解决之道而非沉浸于暴躁忧郁,或许才能迎来一片晴朗的天。

上海置地广场商厦

B1F-8F流行品牌
当日单张结算凭证满100元均可累积

满198送200

购物券仅限指定专柜使用;限当日一次性使用;不拆零,不找零;过期作废。

购物券

B1F-8F 时尚品牌
满199立减100

8F 小家电
满99立减25

1F 化妆品
凭VIP会员卡享8.5折

B2F 凭VIP会员卡享8.5-9折(大型商场除外)

轨道交通2号线、10号线南京东路站 地址:南京东路409-459号 总机:021-62513028 官方网站:www.landmark-sh.com 新浪微博: 微信公众号: 上海置地广场商厦 欢迎使用工商银行积分抵现

活动细则, 详见店内海报。