



当前,由于刑法针对冒名上学行为缺乏专项罪名,追究冒名上学者及其他关联责任人的刑事责任,只能适用伪造国家公文、证件、印章罪,或者滥用职权罪、玩忽职守罪、招收公务员、学生徇私舞弊罪等罪名。而在以往的案例中,鲜有冒名上学者被追究刑事责任,绝大多数其他环节的责任人,也大多仅被追究政纪责任,担刑责的只是极少数。

——新京报:《推动冒名顶替上学入刑,守护考生“前途安全”》

生命在于运动。一个健全的人,既要有丰富的知识和文化内涵,还要有健康的精神和强健的身体。正如钟南山院士表示,“体育锻炼要像吃饭、睡觉一样,成为人们生活的一部分。”让健身“打卡”成为新时代新风尚,天天都将是“全民健身日”。

——北京青年报:《让健身“打卡”成为时代新风尚》



## 【本期话题】

### 人脸识别

“现在上班刷脸打卡,工作时刷脸打开手机、笔记本电脑,午饭时刷脸支付,出差住酒店也得刷脸登记,甚至上公厕取厕纸都要刷脸,这张老脸是越刷越多,总感觉不对劲。”有网友如此感慨。记者梳理发现,关于公共场合使用人脸识别技术的争议和投诉正在增多。你怎么看?

## 【议论纷纷】

◎流浪诗人:人脸识别技术被滥用,需尽快推进专门的个人信息保护法规的制定和出台,为个人信息提供系统性、体系化的保护。必须加快立法步伐,通过建立个人信息的合理使用制度、侵害补偿和惩罚机制,设置监督机构等方式,为个人信息织一道“防护网”。

◎从前慢:人脸识别技术被应用于公民信息管理,公民信息泄露的安全“碎片化”风险可能上升变成“系统性”、“被动性”则变成“主动性”,如随机获得任何陌生人的个人信息基础数据,便可以从海量视频信息系统中,比对还原生成个人系统的行踪信息,任何人都将是“透明”。对技术的应用需要对其社会伦理的适性进行预估与判断,有节制地加以运用,更好地维护个人隐私安全和社会基本秩序。

## 【下期话题】

### 穿戴民族服饰上班

云南省西双版纳傣族自治州首府景洪市8月9日发布了《景洪市人民政府关于印发景洪市民族服饰着装暂行规定的通知(景政规(2020)4号)》。其中第六条规定:景洪市党政机关、事业单位的工作人员,在每周上班期间穿戴民族服饰原则上不得少于2天。通知的第七条还规定:景洪市四套班子和各乡镇(街道、农场、管委会)、市直各单位领导干部,在参加全市性重要会议、节日庆典、重要接待和外出参加重要活动时,应当穿戴民族服饰,并带头在工作时间穿戴民族服饰。你怎么看?

# 整治哄抢行为必须双管齐下

□斯涵涵

近日,江苏盐城,张先生驾驶的货车在盐城富安镇路段高速上被追尾,装载的部分猪肉被抛洒到高速路下的村庄,近7吨猪肉被村民哄抢,损失近30万元。8月9日晚,张先生透露,当地政府告知其已追回部分猪肉存在冷库。(8月10日中新网)

推车推,人力扛,连事故车掉落下来的车厢后门也被“顺走”,张先生驾驶的货车被追尾,货物倾翻已是不幸,那些一拥而上的哄抢者更让他“语无凝噎”。

在哄抢的村民的眼里,那些抛洒的猪肉不拿白不拿,这么多人拿了还能都抓了不成?正是由于这种根深蒂固的“法不责众”陋习,才出现了高速交警迅

速赶来喊话,却依然无果的哄抢闹剧。

《治安管理处罚法》第四十九条规定:“盗窃、诈骗、哄抢、抢夺、敲诈勒索或者故意损毁公私财物的,处五日以上十日以下拘留,可以并处五百元以下罚款;情节较重的,处十日以上十五日以下拘留,可以并处一千元以下罚款。”张先生损失近30万元,此起案件属于严重情节,须依法严处。

虽然当地政府已经帮司机追回部分猪肉,但法律赫然在上,执法者交警也予以了现场警告,在全面推行依法治国的进程中,如果哄抢者,拒不交还他人财物者得不到任何惩处,法律何以彰显,哄抢闹剧会不会再次上演?

因此当地部门要加紧追查哄抢者,在有视频、有目击者的情况下应该不算难事,关键是要用法律手段告诫民众,法治中国的每一个公民都要知晓法律遵守法律,旧有的“法不责众”在追求法治的当今社会,已然行不通了。只有用现实案例祛除“法不责众”的破窗效应,才能树立法律的威慑力,法律也才能成为人们日常生活的行为规范。

同时,当地政府也不妨借此案例向村民开展道德宣传教育。“莫以恶小而为之”“羞恶之心,义之端也”“好事不出门恶事行千里”,提高村民的道德水平,不让少数哄抢者坏了当地的名声,以激起民众的道德心、荣誉感。既消除法盲点,又让道德文明归位,双管齐下,杜绝类似哄抢事件再次发生。

## “带娃神器”不能成“坑娃利器”

□杨玉龙

巴克球、水弹枪、弹力软轴乒乓球……这个暑期,被网络社交平台带火的“网红”玩具,成为不少孩子在家玩耍的新宠。虽然名气大、买家多,但一些“网红”玩具其实是粗制滥造的“三无产品”,记者在调查中发现诸多安全隐患。

(8月10日 新华网)

“网红”玩具虽能满足孩子们玩耍的需求,但“网红”玩具存在的乱象却也埋伏下“杀机”。据记者调查,这类玩具大多粗制滥造,无论是质量方面还是销售环节,都存在诸多问题。诸如,有的质量不过关,系“三无产品”;有的产品未标注适用年龄,无风险提示;电商销售环节存在漏洞,没有年龄以及潜在风险的提示。

毋庸置疑,玩具无关“网红”,最为重要的还是安全。以风险提示为例,根据我国2014年最新修订的《国家玩具安全技术规范》,玩具必须标明适用年龄并提示相关风险,对36个月以下儿童可能构成危险的玩具应附警告。但诚如上述,有的“网红”玩具并没有相关风险提示,这就容易让玩具埋下伤娃隐患。

规范“网红”玩具市场,确有必要。一则,有必要强化市场监管。应该认识到,无论是线上还是线下,均应该杜绝监管漏洞的存在。但值得注意的是,对于线上电子商务市场,依然存在监管不到位的问题。于此,监管部门应加强对玩具生产及销售全方面监管,对不合规玩具取缔出市场,以推动玩具市场健康发展。

二则,需要生产及销售环节强化守法自律。生产厂家当重视产品质量,严格执行“玩具安全”系列国家标准,而这也是最基本的底线所在。而从销售环节看,商家应注重销售质量合格的产品,电商平台也应对照审核责任,切实对消费者尽到安全保障义务,唯有各环节守好良心责任,玩具安全才有保障。

三则,网络社交平台对“网红”玩具也应理性鼓吹。不必讳言,网络社交平台对玩具吹捧的作用不容小觑,但是也应该做好这些玩具的安全性宣传。据报道,多地发生“网红”玩具伤人事件,如,弹力软轴乒乓球,商家描述其为“儿童自选神器”,但又细又硬的软轴容易伤人。其实,网络平台应该做好相关知识的普及,提醒消费者的注意。

另外,消费者在购买玩具时也有必要睁大眼睛。诚如专家建议,在选购儿童玩具时应注意看标识、看质量,还须注意“年龄合适、材质无毒、避免误吞、边缘圆钝”。当然,孩子在玩玩具时,更重要的是尽到监护责任。毕竟,无论什么样的玩具,任由孩子自己玩耍,家长的疏忽,均有可能给孩子带来伤害,家长尽责才能免于孩子受伤害。

## “代骂林有有”是人戏太深

□苑广阔

最近,都市剧《三十而已》大火,剧中林有有这个角色,因为插足顾佳、许幻山的婚姻而惹得网友众怒,记者在网上看到,不少人戏太深的网友边看边拿起了拖鞋,就差没把林有有从电视剧里拖出来打。而这几天,有网店店主似乎从中嗅到商机,上架了“10元一小时骂林有有服务”,并标明“没骂爽不要钱”。很多网友认为,此举为商家噱头,“大可不必”。

(8月7日《扬子晚报》)

电视剧《三十而已》大火,说明原著写得好,编剧编得好,导演导得好,演员演得好,这是一件很值得高兴的事情,但是部分观众入戏太深,乃至从网络上购买“代骂林有有”“陪骂林有有”服务,反而成为这部剧的“戏外败笔”。虽然说一些精明的网络商家推出这样的网络服务,也不厚道,有打法律与道德擦边球的嫌疑,但更加值得对

此进行反思的,显然还是那些购买这种另类服务的观众。

剧中人物的所作所为,确实令人不齿,乃至犯了众怒,但这毕竟只是电视剧,是在演戏,我们看看也就算了,不能因为简单的“代入感”就对电视剧中的人物生出憎恶之心,这是部分观众情感泛滥、理性不足的体现。尤其是,一些观众跑到剧中人物扮演者的微博下面进行辱骂,更是大错特错,我们应该感谢演员的生动演绎给我们贡献了一个精彩的电视剧角色,但是不该把她和剧中的角色画上等号。

人是有感情的,人在观看影视剧的过程中对其中的角色产生好恶,也是一种很正常的情感,但是当一集电视剧结束的那一刻起,我们就应该从电视剧带给我们的虚拟中走出来,回归现实,回归我们自己的生活。我们当然可以从电视剧中的故事,剧中人物的遭遇观照我们自己的工作和生活,得出对我

们有益的东西,但是明明知道电视剧是虚构的,却花钱找人“陪骂”“代骂”,显然是一种过犹不及。

一个值得关注的问题是,不管是“代骂”还是“陪骂”,从本质上来说都是一种网络暴力,只不过网络暴力的受害人是一名电视剧中的虚拟人物。那么,如果现实中,乃至我们的身边也出现了林有有这样的人物,网友的这种网络暴力,就会转移到他们的身上,造成现实中的危害。这方面的例子,近年来已经多次发生了,教训足够深刻,值得我们好好汲取。

像这种影视中的故事、情节、人物,当然可以吐槽,但更适合作为茶余饭后的一种谈资,朋友之间聊一聊,发表一些观点,发泄一些看法,也就算了,入戏太深,对自己不好,对他人也不好。正如有网友所说,一些人入戏太深的表现,甚至会影响影视剧的创作:编剧或导演要么故意打造这种人物,以赢得关注,要么走向另外一个极端,那就是规避这种人物,避免被骂。



1+1

## 旅游诚信指导价

五星级酒店双人标准间旺季指导价每人每晚220元起,车费为旺季每人每天65元起……日前,丽江市文化和旅游局、丽江市旅游协会发布了旅游诚信指导价。据了解,此次丽江市发布的旅游诚信指导价包括日均最低消费参考价格、主要旅游产品地接诚信指导价。

(8月10日《北京青年报》)

## 远离宰客陷阱

□李英锋

尽管旅游诚信指导价并非具有强制属性的政府指导价或政府定价,仍然属于市场调节价的范畴,但对于维护旅游市场价格秩序,保护消费者合法权益,促进旅游市场健康发展,依然具有非常重要的意义。

旅游诚信指导价就是一种集体自主定价,是一种行业自律、自我规范、自我服务,且该指导价涵盖了住宿、餐费、交通、门票等多个核心旅游服务项目,为旅游业经营者定价提供了清晰的指引。

旅游诚信指导价还是一种消费保护价。相关旅游服务产品的诚信指导价各有其标准,消费者无须货比三家,就能判断出某个商家、某款旅游服务产品的定价是否“诚信”,是否“靠谱”,进而据此做出消费选择。旅游诚信指导价可以保障消费者的知情权、自主选择权和公平交易权,让消费者远离“天价X”宰客陷阱。

旅游诚信指导价更是一种维权参照价。当发生消费争议、纠纷时,旅游监管、市场监管、公安、消协、法院等维权责任主体完全可以参照旅游诚信指导价进行调查、调解、判决,让消费者感受到更多公平正义。

当前,旅游业仍处于恢复阶段,仍面临着不少困难,丽江市推出的旅游诚信指导价给游客吃下了一颗明白丸、定心丸,也给当地的旅游环境加了分,这是一种积极的探索,有助于旅游业“育新机”“开新局”。

## 市场会认可吗

□毛建国

相信丽江在出台“诚信指导价”之前,进行了一番深入的市场调查,听取了各方的意见,并不是拍脑袋作出的决策。可旅游市场毕竟是一个竞争型市场,商家有着自主定价权。“诚信指导价”,诚信在前,指导在后,如果一家市场主体在价格上并没有签订协议、作出承诺,自行定价,似乎也谈不上“不诚信”。顾名思义,“指导”不好强制性要求,万一商家不招呼怎么办?

再者,即使把“指导”变成“指令”,商家执行了“诚信指导价”,可也不排除会有一些“幺蛾子”飞出来。正如有些网友担心的,商家会不会明修栈道暗度陈仓,做一些偷鸡摸狗的事?正如旅游市场诟病已久的“低价游”现象,会不会出现二次收费、附加收费、隐藏收费,甚至直接降低服务品质?尤其到了旺季,出现“一房难求”等现象时,市场主体真能经受住诱惑吗?

旅游市场会认“诚信指导价”吗?答案是,想要重塑游客的信心,需要但不止于这样的努力,更重要的是拿出行动,落实到改变上。这也提醒各个旅游城市和景区,要真正做到以游客之心为心,把工作做在前面,不要等到退潮时成为“沙滩上的裸泳者”。