



这位宁波男孩用一句“我爸爸妈妈又不偷不抢,有什么好嫌弃的”,把这种腐朽的偏见轻松击溃。这句话看起来直白朴素,但是能听出他对父母职业的认可,并透出某种自信。这种自信,让他把所谓的“面子”视若浮云,因为他清楚地知道父母靠劳动赚钱养家非常光荣,也非常伟大。父母衣服上那些灰尘并不是让人羞愧的污渍,而是劳动者的勋章。

——浙江日报:《衣服上的灰尘是劳动的勋章》

人脸识别是新技术,但它要运用的领域大部分还是传统领域。人脸识别技术产生之前,大量经济行为和民事活动早已在进行之中,严格说并不存在缺之不可的情形。因此,在判断新技术运用在传统合同关系中的必要性时,还应当考虑这一技术如果不加运用,是否会极大增加一方当事人的合同成本。很多情况下,新技术的运用的确带来了便捷,但并非最佳选择。

——检察日报:《人脸识别,“必要性”标准有待细化》



【本期话题】

绿皮车该不该全列禁烟

近日,山东的王先生在乘坐济南到北京K102列车期间,因6个多小时的旅程一直在呼吸二手烟,中途向列车乘务人员求助后也没能解决问题。行程结束后,王先生就向法院递交了诉状,要求负责承运K102次列车的铁路公司取缔吸烟区并承担赔偿责任。关于绿皮车该不该全列禁烟一事,网友们说法不一,对此,你怎么看?

【议论纷纷】

①江德斌:“绿皮车”全面禁烟有法律和案例支持,社会大众亦有强烈诉求,铁路部门不应再拖延下去,应站在社会公共利益立场考虑,及早出台相关规定,在全系统内实施列车全面禁烟,以保障广大乘客身体健康和公共安全,减少不必要的健康损失和经济损失。

②徐建辉:绿皮车“全列禁烟”,在技术上没有什么难度,铁路运输企业也无需为此增加什么成本支出,简单说只要将原本设在车厢连接处的“吸烟区”指示牌和烟灰缸拆除即可。真正的难点在于习惯的改变和强有力的管控约束。不过,高铁动车能管得好,相信绿皮车铁路部门也有能力执行好“全列禁烟”规定,让绿皮车变成真正环保、健康的“绿色车厢”。

③徐干:在普速列车这种公共场所全面禁烟,需要铁路部门的积极作为,也需要旅客的依法监督。这起旅客状告铁路部门禁烟不力的诉讼,不论最终结果如何,都让公众对普速列车实现全面禁烟有着更多期待。

本期话题下期继续

别让老年机成为个人信息安全防线的“缺口”

□戴先任

去年8月,浙江省新昌县的小朱给外婆买了一台老年人手机,在网上营业厅给手机换套餐时,居然发现接收不到验证码。然而,当他将电话卡装到自己的手机里,验证码却又能正常接收。于是,他怀疑老年机被装上了木马,随即报警。让小朱没想到的是,自己的这次报警竟让公安机关查获了一个涉及330余万台老年机、有70余名犯罪嫌疑人参与的黑灰产业链犯罪团伙。

(12月2日《检察日报》)

如果不是这起案件的侦破,很多人都难以想象不法分子会盯上了老年机。实际上,老年人大多不熟悉手机操作,防范意识较弱,套取他们的个人信息更方

便、更隐秘。据了解,这伙不法分子下一步已经准备“进军”儿童电话手表……老人与儿童,他们的防范意识普遍较弱,不熟悉手机操作,这才让不法分子找到了机会。

比如老年机的号码和验证码,在不法分子手中流入黑市场,被层层买卖。这些团体和个人,利用电商平台给新注册的用户发放优惠券、新人红包等机会,领取后变现换钱,也有一些人通过注册的大量账号在APP中刷点赞数、刷流量赚钱。

这起案件中,有330余万台老年机“中毒”,背后还有着一条庞大的犯罪网络,从最下游的“薅羊毛”团体和个人,到二手倒卖公民个人信息的中介商,再到上游设计制作木马程序的科技公司以及主板生产商、手机生产商,共有

70多人参与其中。

在大数据时代,公民个人信息是不少人围猎的“肥肉”,比如实施诈骗的不法分子、商家等等。330余万台老年机“中毒”的背后,既暴露了个人信息保护存在的问题,又暴露了老年人权益保护存在的问题。

要确保公民个人信息安全,不能让老年机、儿童电话手表等成为安全防线的“缺口”。对此,相关部门要加强监管力度、执法力度,对于侵犯个人信息的不法行为,要能及时出手,打早打小,要加快补上薄弱环节和短板,筑牢个人信息安全屏障。在法治社会,要保护好弱者,不能让老人、儿童等弱势群体成了不法分子“欺凌”“鱼肉”的对象,这补上的也是法治的“缺口”和“短板”。



落实“离婚冷静期”

12月1日,距《民法典》正式实施还有30天,上海市民政部门对外通报上海民政部门贯彻实施《民法典》的相关准备情况。据介绍,为落实相关新规定,今年,上海市民政部门对婚姻管理信息系统进行了升级改造,专门研发了针对离婚冷静期的操作模块。市民在“一网通办”上进行离婚登记的预约,也将调整为离婚登记申请预约。

(12月2日 央视新闻)

依法行政的样本

□斯涵涵

离婚是两个人的事,又不仅仅只牵扯到两个人,离婚关系到夫妻关系、亲子关系等众多社会关系,对于当事人及其家庭和社会都是一次“裂变”。设置离婚冷静期,体现了“法律的善意”,也符合最高人民法院《关于开展家事审判方式和工作机制改革试点工作的意见》中的维护婚姻家庭关系稳定等改革目标的相关要求。

还需要知晓,离婚冷静期并不适用于所有离婚者。《婚姻法》规定,家庭暴力属于法定离婚事由之一,受害者还可以要求家庭暴力实施者承担损害赔偿的民事责任。我国法律还规定重婚、遗弃、恶习等特定情形下没必要设“离婚冷静期”,这是对夫妻平等关系、婚姻法规的维护,是以人为本、细化、完善法规的正确思路。

具体到每一对离婚夫妻,是否设置离婚冷静期,司法部门还要根据实际情况判断,要严格公正司法,强化专业化审判队伍建设,提高司法人员的政策水平和执法水平,妥善处理每一起离婚诉求,切实保障公民的婚姻自主权。

在《民法典》即将正式实施之际,执行30天“离婚冷静期”是“讲清楚实施好民法典”的具体表现,是依法行政的样本、依法治国的有力抓手,期待在今后的实践中得到不断推广与完善。

帮助夫妻共同成长 是对婚姻最好的保护

□张连洲

从立法的本意来看,设立“离婚冷静期”,是避免婚姻当事人轻率离婚、冲动离婚,以维护家庭稳定。

然而,实施“离婚冷静期”,不宜一刀切。众所周知,夫妻感情破裂,是造成离婚的根本原因。一旦双方决意离婚,就是增加再大的难度,也于事无补。相反,在冷静期,还有可能使双方纠纷不断,甚至矛盾升级,“离婚冷静期”可能会沦为夫妻冷战期。鉴于此,2018年12月24日,全国人大常委会会议分组审议民法典草案时,有的与会人员建议调整“离婚冷静期”,明确因家暴、与他人同居等情形离婚不需要30天冷静期。

特别是,落实“离婚冷静期”,更须前置“婚恋服务期”。上海建立“传承家谱家训服务平台”,就是一个良好示范。有关部门不妨关口前移,多给婚姻中的男女做一些风险预警工作。比如,排遣和理顺在他们婚姻里的惶惑和混沌,关心他们的心理、生理、健康和生存状况。同时,要为处在弱势的一方,提供一些专业培训,帮助他们掌握一些生存技能。再者,协调婚姻里的一些问题,帮助夫妻双方学会和家人沟通、相处,减少家庭中不必要的矛盾。最重要的一点,就是帮助夫妻双方建立自尊,变得坚强。帮助夫妻双方共同成长,是对婚姻最好的保护。

完善监管措施对“小网红”说不

□汪昌莲

萌娃类账号如今成为各视频平台上的大类,儿童博主的吸金能力超过成年人已经不是秘密。同样是拍儿童短剧,来自山东的韩大鹏给两个女儿开通短视频账号才一年多,月入就15万元起。如今,他是一名全职视频博主。“小网红”高流量的代价是一定程度的隐私泄露。

近几年来,网络直播、短视频越来越博得未成年人及家长的青睐。相关数据显示,4.25亿网络直播用户中,青少年观看直播的比例达到45.2%。而一些家长乐当“啃小族”,将未成年子女打造成“小网红”,任由孩子们的隐私在网上“裸奔”。

时下,一些家长和平台受利益驱使,让未成年人充当网络主播,甚至让未成年人直播,以此吸粉生财,破坏了儿童的

发育和成长规律,摧残了孩子们的身心健康。同时,将演艺圈及网络直播平台一些浮躁心态,以及功利思维,过早地灌输给了孩子,甚至强加在孩子身上,这种拔苗助长的方式,可能会造成孩子的畸形成长。特别是一些未成年网络主播的不良示范,可能会教坏更多的未成年网民。

去年两会上,全国政协青联界建议尽快出台未成年人网络保护条例,对未成年人担任网络主播作出明确的禁止性规定。基于此,今年7月13日,国家网信办发布通知称,严厉打击直播、短视频网站平台存在的涉未成年人有害信息,严格排查后台“实名”认证制度,严禁未成年人担任主播上线直播。

如此语境下,涉及儿童的自媒体内容,必然会受到更严格的监管。经历了一番乱象之后,如今国内许多大直播平台都不为18岁以下未成年人设置注册通

道,但一些小平台上仍有漏洞。

可见,针对部分家长当“啃小族”的现象,监管应对“小网红”说不。首先,尽快制定出台《未成年人网络保护条例》,将“严禁未成年人担任主播上线直播”等条款纳入其中,从源头上立法明确禁止未成年人注册网络主播。同时,有关部门应该拿出一个果断强硬的管理措施,除了出台网络主播“禁童令”之外,建立网络直播申报、审批制度,对审查通过的直播平台在播内容进行实时播控和跟踪管理,发现问题,及时查处。再者,应对网络直播中的暴力、低俗、危险内容和不文明语言做出严格限制,将未成年人的“视界”限定在保护的范围内。特别是,要完善监管措施,建立网络主播实名制及信息共享“黑名单”体系,加大对制作、传播不良网络信息行为的惩处力度,不能放任主播传播非法视频,侵害他人尤其是未成年人的权益。

禁止虚假打折还须打好“组合拳”

□张西流

11月5日,国家市场监管总局发布《规范促销行为暂行规定》,自2020年12月1日实施。规定明确,经营者开展价格促销活动有附加条件的,应当显著标明条件。经营者开展限时减价、折价等价格促销活动的,应当显著标明期限。经营者折价、减价,应当标明或者通过其他方便消费者认知的方式表明折价、减价的基准。

(12月2日 人民网)

不可否认,“先提价再折价”促销乱象,在线上线下经营者中均普遍存在,而在电商平台表现更加突出。每逢“双11”促销期间,电商惯用的“先涨价再打折”伎俩,必然会卷土重来。据统计,去年“双11”,52.99%商品、75.52%畅销商品“先提价再折价”。如此语境下,有关部门依法规范促销行为,明确规定经营者开展促销活动不得“先提价再折价”,对于线上线下经营者来说,均是一

次“紧箍咒”。事实上,每次在网购促销大战来临前,不少电商平台就开始玩起了“先提价再折价”的花招,如部分商品提价20%后,准备再六折七折销售。针对这种情况,近年来,每到“双11”前夕,监管部门均要召集电商大佬座谈,要求自觉遵守促销信息规范和促销广告规范,不得“先提价再折价”。

换言之,禁止“先提价再折价”,还须监管打好“组合拳”。首先,将价格严重违法行为,列入失信“黑名单”,并予以公示,方便消费者监督。同时,加强对实体店和电商平台的商品价格管理,落实诚实守信经营责任。特别是,线上线下经营者要加强对自身管理,建立健全集中促销期间价格监控机制,利用技术手段预防商家涉嫌违法的调价行为。此外,消费者也要培养良好价格意识,坚持精明理性消费。只有维护了消费者权益,经济发展才能更加体现公平正义,人民群众的获得感才能通过消费安全得到提升。