

给个人信息配上法律的“安全锁”

本报评论员 林琳



一部系统、完整、专门的个人信息保护方面的法律,无疑会带给公众更多在权益享受、保障和维护方面的底气与信心。

8月20日,十三届全国人大常委会第三十次会议表决通过了《中华人民共和国个人信息保护法》。

有媒体用“千呼万唤始出来”“十八年磨一剑”来形容这部法律立法进程之曲折。

今天,当我们尽享互联网、信息化、智能化带来的便利的同时,个人的信息似乎变得越来越“透明”,姓名、住址、工作单位、身份证号等都可以轻而易举被他人掌握。

近年来,网络安全法、电子商务法、消费者权益保护法、刑法修正案(九)、民法典等都制定或者补充了有关个人信息保护的条款。

正因为,个人信息保护法的出台无论对个人权利、对社会秩序、网络秩序,还是对数字时代的数字治理而言,都意义重大。

相比此前分散在若干法律中有关个人信息保护的条款和规定,一部系统、完整、专门的个人信息保护方面的法律,无疑会带给公众更多在权益享受、保障和维护方面的底气与信心。

首先,个人信息保护法是一次集中的确权。它确立了个人信息处理应遵循的原则,确立了以“告知——同意”(处理个人信息应当在充分告知的前提下取得个人同意,并且个人有权撤回同意)为核心的个人信息处理的一系列规则。

其次,个人信息保护法明确了与个人信息权益有关的各方参与数字生活、数字社会的规则与秩序。综观以往侵害个人信息权益的事件、案件,它们往往与个人信息处理者有很大关系。

同时,作为社会管理者、服务者,有些国家机关和职能部门也是处理个人信息的重要主体,近年来一些个人信息泄露事件暴露出相关部门和单位存在个人信息保护意识不强、安全保护措施不到位等问题。

明确这些义务和职责,提出这些要求和举措,是在给商业行为、管理行为戴上“紧箍”,最终指向的是给个人信息配上法律的“安全锁”,让个人信息权益得以实现,让数字社会秩序得以维护。

再有,个人信息保护法给公众捍卫自身权益添加了法律的砝码。对一些互联网大户向用户过度索权、一些消费者被算法“算计”、公众的个人隐私不“隐私”、“人脸识别”应用愈发广泛等焦点关切,个人信息保护法都一一作出了回应,明确了态度和规则。

个人信息保护法背后,是大写的“人”和权利,是对人的关切和敬畏。我们期待在这部法律的指引、规范下,个人信息保护工作能够有实质性改善,为推进数字治理和网络强国建设助一臂之力。

打击电视剧片源泄露 也需要一场“扫黑风暴”

何勇

据《扬子晚报》报道,近日,扫黑题材热播剧《扫黑风暴》被提前“泄露全集”,相关片源画面有“送审版”字样。

不少网友调侃“扫黑、扫黑,自己却被黑了”,但热播剧片源泄露并不让人意外,这甚至已经成了热门电视剧难逃的宿命和特有的“待遇”。

近年来,我国持续加大对盗版打击力度,电视剧的出品方和播出平台均坚持依法维权,但相关泄露屡禁不止。有报道显示,电视剧片源泄露已经形成了成熟的黑产业链。

保护正版、打击盗版,铲除电视剧片源全集泄露现象,也需要来一场“扫黑风暴”。一方面,要加大对相关泄露案件的侦破,尤其是要将泄露片源的网鬼绳之以法。

“没有买卖,就没有伤害”,一些国家或地区在立法中对于下载、购买盗版影视剧资源的用户同样会给予一定惩处,以倒逼人们提高知识产权保护意识。

只有全社会对知识产权给予足够的重视和保护,才能激励更多创作者的热情,进而带来更多更好的作品。



图说

只能“买长乘短”?

据媒体报道,不少乘客都有类似的购票经历:同一趟火车,买票时显示到终点有票,但途中的一些经停站显示无票。

随着铁路信息化程度的提高,有关方面掌握的公众出行数据更加精准,相关数据也被应用于车票投放、车次安排等方面,这也是提升服务水平、改善乘客出行体验的基础。

但现实是,人们被“大数据套路”的情况似乎并未减少。有关方面为了保证足量的全程票,对中途短途票做出一定发售限制,而乘客为了出行不得不接受购买全程票。

李法明/图 嘉湖/文

“人类高质量男性”走红,谁在推波助澜?

吴迪

据8月22日《每日经济新闻》报道,近期,“人类高质量男性”的话题火了。带火这一话题的是新晋网红徐某,他凭借怪异的妆容、标志性拍照姿势,以及自诩国内少数高净值男性的人设,在社交平台发布视频后走红。

短短一个月,“人类高质量男性”徐某已经完成了从塑造奇葩人设、积累人气到收割韭菜、被处理的过程。徐某及其所为,相比其他一些网红来说,“还是原来的配方,还是原来的味道”——塑造一个似是而非、容易引起争议的人设,抛出一些具有引爆舆论场能量的话题,迅速积累人气,为下一步发展

“注意力经济”铺路。

这种老套路能够成功,一个重要原因是“臭名也是名、黑红也是红”。据报道,徐某走红后,立刻有广告商与之接触,同时他自己设立的付费粉丝群门槛颇高。

必须引起重视的是,某些网红占据网络空间、消耗公共资源,甚至刻意混淆美丑价值等行为带来的潜在影响,是实打实的。

的奇葩言行、平台的恶趣味导向占用有限的公共资源,应是一种共识。

当然,网友同样需要反思,不能一边声讨“有毒”的网红和话题,一边蜂拥而至,在凑热闹当中成全了审丑作怪。

再如,对学科培训市场上一些机构执行“双减”措施时态度不坚决、试图搞变通等行为,相关部门也须及时监督和干预。

期待“双减”之后,教育回到常识上来

乐群

在中央“双减”文件落地不到一个月的时间内,北京市的“双减”方案正式出炉——小学一年级坚持“零起点”教学;课后服务结束时间原则上不得早于17时30分;不得组织任何形式的招生、分班考试,严禁划重点、划实验班;线下培训结束时间不得晚于20时30分,线上培训结束时间不得晚于21时,线上培训每课时不超过30分钟,课程间隔不少于10分钟……

从减轻作业负担、保障课后服务,到加强校外培训机构治理、提升校内教育教学质量,上述方案可谓事无巨细地为义务教育阶段的减负工作划出了红线、标出了底线。

当然,对“双减”工作的系统性、涉及群体的广泛性,各方都应有理性、清醒的认识,有些事情要想彻底“翻篇儿”,还需要一个过程,还有不少工作要做。

比如,学科培训班大幅缩减,一些家长或许会不习惯。如何安排孩子空出的大把时间?面对自己搞不定的学科辅导,家长们的焦虑情绪一时半会儿恐怕难以纾解。

比如,校内服务水平和质量的提升,对学校教育提出了更高要求,师资扩容、改进教师队伍考核激励机制等,需要尽快有具体的应对举措。

再如,对学科培训市场上一些机构执行“双减”措施时态度不坚决、试图搞变通等行为,相关部门也须及时监督和干预。

一场基础教育领域自上而下的纠偏,也是一个全民反思的契机。走进二十世纪第三个十年,教育理当更多地回到常识上来——学校教育是“正餐”,校外培训只是“零食”;教育要更多培养人而非筛选人;“人生是一场长跑”“教育需要静待花开”……

“确保学生过重作业负担和校外培训负担、家庭教育支出和家长相应精力负担于2021年底前有效减轻、两年内成效显著,人民群众教育满意度明显提升”——北京版“双减”措施的目标清晰而切近。

近日,一段安徽某地未成年女生在厕所内遭多人围堵掌掴的视频在网络热传,目前警方已对10名涉事者寻衅滋事行为依法处理。

新华社评论道,依法处罚、责令监护人严加管教,已是末端环节。人们更希望的、家长更为关注的,是如何保护好自己的孩子,是何时不再有这些“隐秘的角落”……构筑事前“防火墙”,让未成年人在家庭知分寸,在学校懂敬畏,在社会明法规不可或缺。

“魔饭生pro”等用户量较多的应用。部分未下架应用也开始采取禁止未成年人消费等措施。

澎湃新闻网评论说,不少追星应用不仅提供集资、应援、控评等功能模块,甚至把“追踪明星行程”作为卖点之一,相当程度助长了饭圈无端谩骂、刷屏屠榜、高额消费,甚至侵犯隐私的行为。

8月以来,多款追星应用被集中下架,包括“超级星饭团App”“魔饭生pro”等用户量较多的应用。部分未下架应用也开始采取禁止未成年人消费等措施。

网评 顶流明星被批捕,该警醒的都有谁? 网友跟贴 @马立克:法网恢恢,疏而不漏。 @冷暖:给娱乐圈狠狠上了一课。

歧视顾客是病,得治

马涤明

据《羊城晚报》8月22日报道,近日,云南昆明一农民工和妻子带着3个孩子,去一家知名运动品牌专卖店买衣服时,因着装原因遭到店员的轻视。

该事件一出,随即引发诸多关注。9岁孩子期盼已久的愿望,就这样被女店员的粗暴行为打断,这当中的人性之恶,已经超出了商业行为和消费权益的范畴。

面对“不如自己”的人,有人会觉得良好地认为被对方衬托在了“鄙视链”的较高一层。比如,有的豪车车主说别人开的是“叫花子车”,有的大城市人张口闭口“臭外地人”……专门看别人衣着、身份情况下菜碟的人,患的是“势利病”“歧视病”。

据报道,这名女店员已经被辞退,但公众对该运动品牌的不满并未彻底消除。作为一家知名品牌,相关销售人员的素质如此低下,让人遗憾。

任何一座城市、一个品牌、一个销售人员,都应对于劳动者、对公众有起码的尊重。瞧不起农民工这种负面“广告”,只会让企业的形象和声誉大打折扣,而消费者也会选择用脚投票。

◇ 临期食品价格可以打折,但监管不能“打折”

在一些超市,具有价格优势的临期食品销售增长较快,愿意购买临期食品的消费者越来越多,表现出较大市场潜力。《人民日报》评论说,临期食品市场升温,也是反对浪费、厉行节约的一种表现。

◇ 家校合筑防火墙,让欺凌者“不敢为”

近日,一段安徽某地未成年女生在厕所内遭多人围堵掌掴的视频在网络热传,目前警方已对10名涉事者寻衅滋事行为依法处理。

新华社评论道,依法处罚、责令监护人严加管教,已是末端环节。人们更希望的、家长更为关注的,是如何保护好自己的孩子,是何时不再有这些“隐秘的角落”……构筑事前“防火墙”,让未成年人在家庭知分寸,在学校懂敬畏,在社会明法规不可或缺。

◇ 下架追星App,直击饭圈“七寸”

8月以来,多款追星应用被集中下架,包括“超级星饭团App”“魔饭生pro”等用户量较多的应用。部分未下架应用也开始采取禁止未成年人消费等措施。