

→ 察者看台

给未成年人网络保护点个赞

■杨悦



10月17日,未成年人保护法修订版经十三届全国人大常委会第二十二次会议表决通过,该法自2021年儿童节施行。新修订的未成年人保护法专门增设网络保护章节,增加了对网络游戏、直播、音视频以

及智能硬件等互联网软硬件产品的具体法律要求。

根据中国互联网络信息中心相关报告,截至2020年6月,我国网民规模达9.40亿,其中19岁以下网民占比超过18.3%。他们很多都面临游戏成瘾、过度充值、网络色情等问题,某种程度上,未成年人已成为互联网“原住民”,网络保护具有现实紧迫性。

对比2006年与2012年两次大幅度修订,本次修订将原来的“四大保护”发展为“六大保护”,其中单独规定了“网络保护”一章,及时回应了社会热点和民众期待,弥补了未成年人保护法在这一方面的不足,必将使未成年人网络保护更加有法可依。

除了弥补立法空白外,修订版“以疏为主,疏堵结合”的治理思路也值得点赞。未成年人网络保护立法,实则指涉了法律制

度如何对待新技术的问题,若“一刀切”地以禁代管,必然阻碍技术进步与社会发展,这样既不合理也不实际。因此,未成年人网络保护应包含“疏”“堵”两方面,既维护未成年人接触互联网的权利,又保护未成年人不受互联网不良内容侵害。

未成年人保护法修订版首先承认未成年人具有网络接触、使用权利。网络保护章开篇即规定,国家鼓励和支持有利网络内容的创作与传播,网络技术、产品、服务的研发、生产和使用,体现了对未成年人权益的保护。

同时,修订版也旨在扎紧制度篱笆:针对未成年人沉迷网络等问题,明确了网络产品和服务提供者的责任要求;针对网络欺凌,规定网络服务提供者应该采取删除、屏蔽、断开链接等措施;违法服务提供者将承担警告、罚款、停业整顿等相关责任……相信这也可以起到一定提醒作用,督促企业守规矩。

→ 有话就说

释放“二次号”应做好配套服务

■杨燕明

老用户停用、弃用手机号后,号码由运营商收回,空置一段时间再次投放市场,供新用户选择,这被称为“二次放号”。今年“十一”期间,北京某高校的在读研究生朱辉(化名)购火车票时遇到了麻烦。原因是12306购票平台显示,他的手机号已经被注册过。朱辉的遭遇并非个例。运营商二次放号,虽然有利于盘活通信资源,但却给新用户带来了各种问题。

为何要释放“二次号”?运营商的回应基本上大同小异,无非是盘活通信资源,实现资源的循环利用。数据统计显示,截至2019年7月,工信部已分配

50.13亿个码号资源用于公众移动通信业务。而按照通信号码的适用规则,通常达到理论容量的50%即意味着号码资源利用率接近饱和,需要扩容,而这也是“二次号”越来越多的原因。资源是有限的,重复利用资源,释放“二次号”从道理上来说,合情合理。

但是,释放“二次号”资源也不能“一放了之”,而必须充分考虑用户的合理、合法权益。在网络上,有个类比屡屡被人提及——消费者入住酒店,酒店当然有义务保障客房的清洁、卫生。“二次号”的三个月空置期好比开窗通风,虽然有效但效果有

限。这样的类比,其实也说明了一个简单的道理,那就是,运营商“二次放号”,不能只是等待三个月的空置期这么简单,而应有更进一步的作为。比如,更好地清除前机主的相关信息,包括其注册的银行卡、网络平台,等等。

当然,对运营商来说,指望其一家就可以完成相关操作,那是不可能的。这就意味着一点,运营商可以释放“二次号”,但还是应该稳妥谨慎一点。同时,对运营商来说,或许也可以与银行、热门平台建立必要的合作机制,确保“二次号”的用户能正常使用新的手机号操作。

→ 世相观点

老人网购上瘾,子女除了吐槽能做什么

■项向荣

近日,杭州一姑娘发朋友圈,对父母爱上网购后种种不理智的消费行为而吐槽:“老年人爱上网购的后果就是,源源不断的品质一般的水果海鲜,自己吃不完逼全家一起吃,你不吃她还还不高兴,但你吃了她又买了。”

这是两代人之间消费观念差异导致的。老父母们往往都是刚玩手机不久,正在一门心思学习“先进网络技术”,看看这个觉得省钱,看看那个也是,就买下许多价格便宜品质一般的东西,平添许多成就感。老人家往往觉得价格便宜就是好,东西越买越多,结果老父母买来的“生活

必需品”最终就没人吃,浪费了。

如今的网购平台,有些东西确实实惠,难免让人动心。商家洞察人性弱点,用各种营销方法来满足顾客追求价格实惠的心理。年轻人浸淫网络已久,见得多了,难以被便宜两字撼动,那些刚刚玩智能手机的老人则更容易受到低价的诱惑。

不可否认,中国制造的发展,让中国货越来越便宜,再加上网购没有中间环节,让大家能以更实惠的价格买到各种产品。网购平台也取得了极大成功,促进了经济活跃,让产需双方实现无缝对接。但

也要看到,一些商家对商品质量的自我要求似乎仍在原地踏步,亟待提升。老人们买到的低价货中很大一部分品质不高,造成了浪费。

作为子女,与其吐槽,不如和老父母进行有效沟通,做好老人上网的领路人。不仅要教会老人使用有关网络工具,更要让老人了解网络也是个复杂的社会,要避免各种陷阱,吹得再好的商品未必真的好。子女特别要提醒老人的是,网购不能光顾便宜而忽略了商品品质——老人辛苦了半辈子,身体正在走下坡路,更应该追求生活品质。

→ 说道说道

1.近一亿人次走进电影院、票房突破39亿元……“双节”电影档,全国电影市场交出了不错的答卷。作为疫情防控常态化下的第一个真正意义上的电影档期,在电影院上座率上限为75%的情况下,“双节”黄金档取得如此成绩实为不易。一串串数字背后,再次表明,观影已成为人民对美好生活向往的一部分。

随着国人对文化尤其是优质文化产品的需求日益增长,对电影行业从业者提出了更高更严的要求。要建设“电影强国”,我们还有很长的路要走,必须不断创作出更优质的作品。观照中国现实,讲好中国故事;深化国际探索,打造中国文化符号;秉持耐心、匠心的精神,打造出“丰富生活、温

暖人心、感动人性”的作品,才能满足人们日益增强的文化和情感需求。推动中国电影不断发展,关键在于搭建更广阔的内容产业生态。中国电影人必须充分凝聚行业力量,与更多专业人才和生态伙伴开放协作。

——评论员 夏白桦

2.在很多人的印象中,方便面是物美价廉的代名词。如今,方便面刮起“高端风”,是在既有市场基础上尝试做增量。数据显示,在2013年迎来行业巅峰期之后,近年来,方便面销量出现下跌。外卖食品异军突起是主要原因。如今,年轻人对价格没那么敏感,同时外卖食用起来同样很方便,

而且种类多样。

方便面企业的自救,正是着眼于满足消费者新需求展开的。动辄10元、20元的方便面,与传统意义上的方便面有很大区别,高端方便面用料强调真材实料,“包装所见即所得”,保质期只有60天,给人的感觉的确更营养、更新鲜。生产成本提高,产品价格自然水涨船高。同时,还应看到,方便面市场刮起“高端风”,并不意味着行业集体涨价,消费者仍有大量平价方便面可以选择。当然,在尝鲜之后,消费者会不会对这些新款产品充分认可,“高端风”能否坚持下去,还需要实践和时间来检验。

——评论员 宋鹏伟

→ 热点发声

高铁霸座 应付出代价



近日,一则拍摄于高铁上的视频引发热议。画面中,一位女乘客的座位在靠窗一侧,但邻座男子的行李挡住了她的去路,女乘客要求其让行,该男子不仅当即拒绝,还口出恶语,“你走你的,我没有给你留路吗?你怎么过是过你的事情,不要问我。”嚣张跋扈之态,令人难以直视。

1.高铁过道不是自家走廊,属于公共区域,所有乘客都有坐在自己位置上的权利。按规矩给别人让路,不仅是文明表现,更是乘客义务,而不是什么“服务”。更何况,这种“霸道”本质上是另一种形式的“霸座”,自己不愿起身就扰乱公共秩序,不仅失德,更是违法。

近些年来,这“痞”那“霸”频频引发众怒。很明显,种种撒泼行为并非都是无意之举,而是出于无所顾忌。有人高铁“霸座”,且对耐心劝导的乘务员叫嚣“关你屁事”;有人把脚放在飞机座位的小桌上,反指责机舱管理不够人性;更不乏有人在公共场合公然插队还辱骂他人……不守规矩、破坏规则已是有错在先,何以还能如此嚣张?很大程度就在于很多不文明行为虽然观感极差,但在适用法律上却处于“底线”,不痛不痒的处罚很难对当事人形成约束。社会文明水位日益上升,相应规章制度也应不断完善。对于失德违规行为为不能含糊放过,必须让无赖者寸步难行。

——评论员 关末

2.“我有为你服务的义务吗?”这貌似有理的争论,实际是谬论。该男子正确入座的行为是在行使自己的权利,但其拒绝让行的行为却未履行相应的义务,不正是违背了“权利与义务相统一”的原则吗?

近年来屡屡被曝光的“霸座”事件,最终都以治安罚款、行政拘留、信用惩戒的方式收场,彰显了法律对于霸座行为的零容忍。高铁上拒绝让行,何尝不是另一种形式的“霸座”?事情的最终处理结果是女乘客被安排到其他座位。但其实这还不够,《治安管理处罚法》明确规定:扰乱公共汽车、电车、火车、船舶、航空器或者其他公共交通工具上的秩序的,处警告或者二百元以下罚款。

“与人方便,与己方便”,良好的公共秩序不仅呼唤相互关怀的意识,更需要规则的保障。让违规者付出应有代价,让守规者不再无力,才是一个社会正常的生态。

——评论员 孙文静