

打刷脸官司,是对隐私保护的提醒

被称为“中国人脸识别第一案”的这起诉讼,近日在杭州市富阳区人民法院第一次开庭。

据钱江晚报·小时新闻客户端报道,浙江某大学副教授郭兵去年4月在杭州野生动物园办理了一张双人年卡,在一年有效期内,可凭年卡及指纹不限次数入园,当年10月,动物园方面短信提醒年卡系统已升级为人脸识别,未注册人脸识别的用户无法正常入园。郭兵不同意接受人脸识别,要求动物园退款。双方协商未果,郭兵遂向法院提起诉讼。

人脸识别技术如今已不是什么新鲜事物,在许多场景都在应用。比如手机开机刷脸,上班考勤刷脸,购物支付刷脸,这些刷脸应用已经越来越普及,很多人也没有感到哪里不对劲。从这角度看,我们应该感谢郭兵——他的较真,让我们有机会重新思考人脸识别技术及其运用对个人的影响,以及该技术的法律边界。

每个人的脸,具有不可替代性。这张脸既关系到我们的个人隐私,又关系到我们的个人财产安全等诸多事项。在这个年代,我们这张脸就是一张通行证,一个独一无二的支付密码。这就意味着,我们授权使用人脸识别的应用场景越多,个人隐私被泄露的风险系数越高,个人安全也就越得不到保障。

事实上,很多人只是知道,刷一下脸就可以付款,就可以通行无阻,而不知道这背后的技术操作及规范。在很大程度上,很多人也不知道,采集人脸的机构会把哪些个人信息运用在何处。表面上,个人只是完成了一个验证流程,而实际上,机构却可以利用个人的一次次刷脸动作,勾勒出用户行为轨迹,描绘出清晰的用户画像。

这样来看,郭兵对动物园升级使用人脸识别持谨慎和反对态度,值得理解——我不知道你拿我的脸去干什么,我怎么能随随便便答应?这应该是郭兵坚持不同意的一个重

要理由。不过,由于人脸识别的相关规范目前并不健全,难以从现行法律上加以界定,这起“中国人脸识别第一案”,实际上更像是消费维权官司。

郭兵认为,动物园仅凭一条短信通知就要求改变入园方式,是一种“单方变更”,而其单方升级入园方式,实质是“违约且构成欺诈”。换句话说,起诉方的诉求并不是直接落到人脸识别问题,而是从更成熟的消法体系入手。明明反对的是人脸识别,却只能质疑对方的程序,这是一种无奈,也是一种尴尬。

不过,无论这场官司谁输谁赢,都能起到一个作用,就是提醒我们更加注重个人隐私保护,反思诸如人脸识别技术应用的法律边界。同时,针对人脸识别等先进技术应用,需加快健全法律加以规范。个人隐私保护的一个重要原则,是当事人有权说“不”,这一原则应在法律法规中得到充分体现。

防骚扰电话,通信商要补上管理漏洞

据钱江晚报·小时新闻客户端报道,6月18日,浙江省三大通信运营商联合发布《浙江省电信行业运营商整改措施》,并正式实施,就骚扰电话多、套餐收费争议多等全省消费者普遍关注的问题推进治理。该方案是继5月14日浙江省市场监管局和省消保委就群众反映的骚扰电话多等问题联合约谈有关方面后,根据5月底三大运营商按约提交的整改方案联合制定的。

几乎是人人都吃过骚扰电话的亏。95或96开头的营销电话,不是卖房子就是推荐贷款,还有归属地显示为国外的一些奇怪电话。这些电话选择的时间很“精准”,喜欢选择午觉开始时和晚上起油锅烧菜时,令人烦不胜烦。

《整改措施》的出台可谓顺应了民心。根

据内容,相关部门将联合三大运营商“从源头上抓起”,全面清理各类骚扰软件和设备信息,提升骚扰电话识别和拦截能力。比如,免费为消费者办理移动“机伶”、联通“来电管家”、电信“天翼防骚扰”等防骚扰业务。其中特别提到,对于95、96开头的短号以及个人呼叫电话,在消费者投诉或标注达到一定量时,应采取限制呼入呼出、解除协议等措施,并进行约谈警告。

如此举措出台后,相信我们的耳根必将清静许多。但很多人依然担心,过一阵子,会不会沉渣泛起?事有先例:去年5月,工信部曾对95号段骚扰电话进行专门整治,约谈了多家呼叫中心企业并关停部分号码,然而时隔一年,95号段的骚扰电话不仅没有消停,反而在近期愈演愈烈。

人们在防范骚扰电话,而骚扰电话也在不断升级。比如,我们通常会设置“机伶”等智能语音,对疑似骚扰电话的来电进行语音验证,如果是机器人,无法通过数字验证系统,判定为骚扰电话,会直接拦截。但是现在,我们接到的一些骚扰电话是智能语音验证功能无法拦截的人声。另外,95号段的号码往往要企业实名申领,审批是比较严格的,且需要跟通信运营商签订合同。但是,一条灰色产业链却让监管努力付之东流:市面上不少95号段,在公开转卖,出钱就能帮你代办。

希望有关部门对一些电信现行管理模式进行查漏补缺。有网友就建议,规定95开头的号码在申请时承诺不转售,一旦查实转售就收回号码。找到制度中的漏洞,采取针对性措施,效果才能更好。

整容低龄化,家长观念需纠偏

据钱江晚报·小时新闻客户端报道,6月初,某医美APP推出“爸,你准备好了吗?”系列文案,为“双眼皮节”预热。然而,这则刷爆电梯间的广告,因暗含“爸”对低龄医美者的鼓励,引起广泛争议。

美容整形人群低龄化问题一直受到社会关注。报道指出,经过调查,发现这已成为一种普遍问题。记者在杭州一家三甲医院整形科了解到,每逢寒暑假,平均每月都会有六七十多个学生来进行美容手术,占比达到了30%~40%。

另外,一医美服务平台发布的2018年医美行业白皮书分析称,每100位中国医美消费者中,就有19位“00后”。而到2019年,19岁以下中国医美消费者占比达到15.48%。

由此看出,整容人群低龄化,已是一种趋势。

这体现了一种观念转变。美容整形从以前的“不光彩”“遮遮掩掩”到现在的无可厚非,不仅年轻人的想法在变,连一些父母也在

为孩子的医美消费提供精神和物质支持。甚至有媒体报道,有家长把整容当作给孩子的“开学礼物”。

其中反映出某种审美偏差。一些家长之所以会支持孩子“求美”,很大部分是功利心作祟,在他们眼里,出众的外貌是就业、升学、找对象的敲门砖,提早做好容貌“改造”就不会输在起跑线上。

如此,部分家长对容貌的功利性认识,叠加一部分整容机构推波助澜,让不少孩子的审美观在不知不觉中被带偏,过度关注外貌,过度夸大颜值的重要性。就像上述报道中提到的一名15岁校花,明明相貌出众,却总是对自己的外貌不满,频频整形。

当一个人过于关注外貌,把外貌当成个人全部形象,就会忽视内在的东西,忽视品格、情趣、气质。这是一种不健康的审美观,也是一种不健康的人生观、价值观,甚至可能导致心理问题。

诚然,爱美之心人皆有之,但同时应该客

观理解美究竟是什么。整容的确可以让外貌变得更好看,但过度依赖整容,却暴露了内在的不自信,以及内心的空虚。

追求美无可厚非,除了追求外表美,加强内在美是更重要的。高颜值确实容易获得他人好感,而高雅的气质、渊博的知识、优秀的品德能起到更重要的作用。

面对整形整容人群低龄化现象,我们应该谨慎对待。一方面,家长要戒骄戒躁,帮助孩子树立正确的审美观,让孩子正确认识、勇敢面对自己的长处和不足,帮助孩子建立自信;另一方面,社会应给整容整形热降降温,避免铺天盖地的整容整形广告对孩子形成不良诱导。



扫一扫
一起来评论



本报评论员
魏英杰

无论这场官司谁输谁赢,都能起到一个作用,就是提醒我们更加注重个人隐私保护,反思诸如人脸识别技术应用的法律边界。



本报评论员
项向荣

希望有关部门对一些电信现行管理模式进行查漏补缺。找到制度中的漏洞,采取针对性措施,效果才能更好。



本报评论员
张炳剑

部分家长对容貌的功利性认识,叠加一部分整容机构推波助澜,让不少孩子的审美观在不知不觉中被带偏。