

买瓶水也要刷脸,消费者有权说不



本报评论员
高路

不少商家都将服务与个人信息授权进行捆绑,把消费者同意设置成服务的前提条件,但这不能代表消费者对此没有意见。

在自动售货机上买瓶水也要刷脸?近日,有市民反映,当下自动售货机有许多支付选项,还经常需要授权各种个人信息。王先生是一名在校老师,他与学生团队调研发现,28所学校中13个品牌的自动售货机存在索取手机号的现象,有的还需要关注公众号、授权验证微信或支付宝,只有少数自动售货机可直接扫描二维码支付。此外,有媒体记者走访地铁、公园、写字楼、商超等公共场所,查看自动售货机的支付情况时,也发现存在诱导刷脸支付的情况。

法律明确规定,经营者收集、使用消费者个人信息,应当遵循合法、正当、必要的原则,明示收集、使用信息的目的、方式和范围,并经消费者同意。买瓶水,扫一扫二维码就能搞定的事,为什么要收集个人信息?其正当性和必要性在哪里?商家提供

的服务与个人信息并没有必然联系,商家收集个人信息的动机就很值得追问了。商家不妨解释一下,收集个人信息的目的是什么?海量的个人信息用在哪里,最终流向了哪里?

个人信息大量、长时间积累后,商家是否具备保护管理能力,是否能构建起严格的个人信息保护系统,也值得追问。事实上,大多数中小商家并不具备这样的技术实力和管理能力。

今年1月份,上海市网信办曾通报称,某火锅餐饮连锁企业存储的手机号码、邮箱号码等1.5亿条会员个人信息,以及包括身份证号码在内的18万条本公司员工个人信息未加密处理,存在泄漏风险,可能导致用户信息被入侵后“一锅端”。由此可见,过度收集个人信息,会导致个人信息泄露的风险

大大提升,不利于个人隐私权的保护。

有声音认为,既然有风险,消费者应该有权拒绝。就法律层面而言,2021年11月1日起施行的《个人信息保护法》构建了以“告知-同意”为核心的处理规则。可在实际执行过程中,不少商家都将服务与个人信息授权进行了捆绑,把消费者同意设置成继续服务的前提条件,逼迫用户不得不同意,但这并不能代表消费者对此就没有意见。

目前,各地景区开始陆续取消预约机制,免去了烦琐的信息收集、身份识别程序,这是非常重要的改变。其他商家也应该尽快跟上,尽快将提供服务和个人信息收集解绑。合法、正当、必要是商家应该遵循的原则,反之,则没有任何可商量的余地,监管部门不妨从公共场所入手,对这样的违法行为进行整治。

碰瓷式营销扰人 请把学术清净还给韦东奕



本报评论员
王彬

社会应该还韦东奕们一份清净、一片净土,让他们可以安心专注做自己喜欢且擅长的事,实现个人价值的同时为社会多作贡献。

近日,网传“韦东奕为洞庭湖水灾捐款1600万元”,大量自媒体号发布相关信息,底下动辄数万点赞和评论。众多网友点赞,但也有人质疑这些消息是“碰瓷式营销”。7月8日,有媒体致电北京大学数学科学学院,工作人员表示未曾听说此事。韦东奕堂哥对网传消息回应称:“捐款是空穴来风,没有的事。”

从目前情况看,这样的信息大概率又是“无中生有”的假消息。自从韦东奕被大家认识后,网上关于他的传闻基本没有消停过。最广为人知的一条是,韦东奕帮博士团队解决数学问题,该消息在网上闹得沸沸扬扬,最后迫使韦东奕本人不得不出来回应,明确没有这回事,是假新闻。

关于韦东奕的这些假消息,有的“一眼假”,但还是有人信,也有的令一般人难辨真假。由于韦东奕自带关注度,这些假消息很容易在网上“三人成虎”,掀起波澜。这既暴露了网上一些人缺少独立思考能力,容易被谣言迷惑,也说明相关平台以及媒体在澄清谬误和传递事实方面有较大可提升空间,公共舆论距离“清朗”还有一定距离。

人们传播这些消息,原因很复杂。确实有很多人是真的喜爱韦东奕,从而“爱屋及乌”,对关于他的消息没有“抵抗力”,无意中扮演了虚假信息传递者的角色。但也不乏某些人和组织在流量和利益的驱动下,刻意打造剧本“造神”,为自己牟利。这些炒作没有基本的边界感和公共责任意识,只会导致虚假信息、碰瓷营销满天飞。

无论出于何因,造谣都不该有,让造谣者和谣言传播者付出代价,叫停这种无底线的流量狂欢,是法治社会的必然选择。

这背后还藏着一种隐忧,那就是将科研人员“流量化”和“饭圈化”的倾向。打着关爱科研工作者的旗号,行的却都是“高级黑、低级红”之事,纯属“戏精”行径。这不仅会给当事人带来困扰和伤害,也是在占据宝贵的公共舆论资源,玷污我们的舆论环境、科研环境,带来诸多负面效应,值得警惕。

社会应该还韦东奕们一份清净、一片净土,让他们可以安心专注做自己喜欢且擅长的事,实现个人价值的同时为社会多作贡献。对他们的真正喜爱,在于尊重和守护,而不是“盲目拔高”。当他们不想被注视时,默默祝福;当他们获得成就时,送上掌声。韦东奕那句“不希望被外界关注和打搅,可能不理我就是最好的”,需要被更多人听到,并记在心里。

面对自动驾驶潮流 应做好充分准备



本报评论员
项向荣

自动驾驶是社会发展的必然趋势。只有做好充分准备,才能在时代潮流中如鱼得水。

近日,北京市经信局就《北京市自动驾驶汽车条例(征求意见稿)》对外征求意见,拟支持自动驾驶汽车用于城市公共电汽车客运、网约车、汽车租赁等城市出行服务。立法保障自动驾驶汽车的上路,意味着自动驾驶汽车商业化运营已近在咫尺。

早在2020年9月,北京率先规划建设全国首个高级别自动驾驶示范区,开展车路云一体化系统关键技术验证。近来,网约车自动驾驶在重庆等城市已得到较大规模应用,反响不错。比如百度旗下的“萝卜快跑”在武汉投放后,订单量爆发,一个月达到300万单,单日单车峰值超20单。随着政策推进车路云一体化系统在全国20个城市落地,自动驾驶商用化的步伐已经加快。

一些人担心,自动驾驶商业化会影响网约车司机的饭碗,认为一旦自动驾驶网约车赛道完全打开,势必让网约车司机陷入内卷,导致没单可接。这种担心有一定道理,但从更大范围来说,社会生产效率的提高会增加社会总体就业机会,无人驾驶行业的成熟会带动相关行业发展,从而增加社会整体的就业机会,促进社会的整体经济发展。

还要意识到,自动驾驶带来的将不仅仅是新的经济增长机会,更是社会秩序与社会面貌的更新。可以预料,自动驾驶一旦全面铺开,因为都是精准接单,依据算法选择最优路线,对于改善城市道路交通拥堵大有好处。

当然,要特别说明的是,正因为自动驾驶汽车对交规非常尊重、接单非常精准,对过于追求速度或有紧迫时间要求的乘客可能存在违和的一面,这就会对每个人的行为提出更多、更高的要求,比如提前规划时间、精准等候等。公众应加强对自动驾驶技术的了解和接受度,共同推动智慧城市文明城市的建设。

另一方面,在自动驾驶铺开之时,社会还有很多工作要做,比如智能化基础设施全覆盖以及其他应用场景的完善,明确在自动驾驶激活状态下发生道路交通事故的责任归属等。同时,社会管理者还需要对自动驾驶冲击波下受到影响的网约车司机提供适当的帮助,如转岗技术培训等。

自动驾驶是社会发展的必然趋势。只有做好充分准备,才能在时代潮流中如鱼得水。