

法治头条

近年来,各地各部门协同推进网络普法,让法律知识传播得更广、更远、更深入

普法“搬”上网 法治润人心

本报记者 金 歆

“大家好!我’是《中华人民共和国电子商务法》!”

“刷好评、刷销量、删差评可不是小事,电子商务经营者不得以虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假或者引人误解的商业宣传,欺骗、误导消费者。”

“下面让我考考你们,作为电子商务经营者需要什么条件?”

从事电商运营的邱秋(化名)正通过网络观看电子商务法的普法动画。“动画里的‘电子商务法’拟人形象十分有趣,普及的法律知识也非常实用。”邱秋说。

这样的网络普法案例不胜枚举。“2022年全国互联网法律法规知识云大赛”吸引超220万人报名参赛,竞赛访问量逾1.64亿;全国建立以普法为主要任务的微博、微信公众号、客户端、视频号等超过3万个;教育部全国青少年普法网注册学校超过21万所,用户数1.78亿……一个个数字,折射出网络普法工作的成效。近年来,网信、司法行政、教育等部门协同合作,深入推进网络普法,让法律知识、法治理念进网络并通过网络更加深入人心。

精选普法内容

聚焦人民群众关心的问题

提升人民群众的法治观念,培育健康向上、文明法治的网络生态环境,普法内容的选取尤为重要。

“习近平法治思想的实践意义,集中体现在深刻论述了全面依法治国的根本遵循、战略布局、重点任务、重要保障,为深化全面依法治国实践指明了方向、路径和动力。”

这天,华东师范大学马克思主义学院的学生正通过“民主与法制网”,集体观看一场主题为“习近平法治思想是全面依法治国的根本指导思想”的视频报告会。

近年来,各地各部门、各网络平台始终把习近平法治思想作为网络普法的首要政治任务。《学法时习之》《法治护我心》等网络专栏、“小故事彰显思想伟力”等微视频大赛,以生动形式宣传习近平法治思想。

网络普法还关注法治建设中的重要成果、热点问题,比如民法典的颁布实施。

大学生徐玉在某网络平台的“热搜榜”看到“水墨动画《民法典版成语新说》”,点开之后,发现这一集的主题是“未成年人打赏”“网络主播”,能否追回?”

“一日,少年来到集市,一名卖艺人正在变戏法。少年和朋友们被吸引,看着表演一边叫好,一边掏出银钱打赏,出手阔绰。突然人群中冲出一名妇人,说道:‘这钱是家里留着买牛的,快拿回来。’”

“民法典第一百四十五条第一款:限制民事行为能力人实施的纯获利益的民事法律行为或者与其年龄、智力、精神健康状况相适应的民事法律行为有效;实施的其他民事法律行为经法定代理人同意或者追认后有效。”

精美的画面制作,充满趣味的故事情节,加上专业的普法讲解,让徐玉看得津津有味。近年来,网络法律制度建设加速推进,网络立法“四梁八柱”基本构建,有关部门针对网络建设实际,广泛宣传网络法律法规;开展

“网络安全法实施五年来”专题活动;启动全国网络普法行,相关微博话题阅读量超4.2亿次;围绕利用网络传播违法和不良信息、侵害个人信息权益、电信网络诈骗等人民群众关心的问题,发布网络法治典型案例,以案释法做好普法工作。

“法言法语”转化为“网言网语”

群众参与感、体验感、获得感不断提升

近年来,“互联网+普法”将单向式法治宣传转变为交互式、服务式、场景式传播,专业化的“法言法语”转化为通俗易懂的“网言网语”,群众的参与感、体验感、获得感不断提升。

“小区里大广告牌好多,高空抛物也有听说。广告是物业帮你赚钱的正常操作,共有部分广告利润业主也有收获。”

“不幸遇到‘空投’,没有抓住凶手,可疑住户和物业通通别想走。”

不久前,一首民法典普法主题歌曲走红网络。“这首歌旋律轻盈明快,歌词朗朗上口,让人听过之后就会忍不住跟着哼唱。加上MV中有趣的动画形象,让人在轻松的氛围里学习到民法典知识。”北京市民周游说。

近年来,各地各部门、各网络平台大量运用图解、短视频、网络直播、H5互动问答等形式,创作出优秀网络普法产品,不断增强网络普法吸引力感染力,如“中国普法”微信公众号在每年的宪法宣传周、民法典宣传月等重要时间节点,都组织开展趣味答题活动,2022年全年参与答题总数达17亿多次。

“不瞒您说,猜灯谜我最擅长了。您随便出,难不住我。”

“哟?那我出一个。” “您说!” “‘慢慢走路’,打一法律名词。” “法律名词?猜不着。” “缓刑(行)!”

天津市民窦绮正拿着手机,观看一场名为“法治灯谜”的相声表演,幽默的语言让窦绮在轻松的氛围中了解到法律知识。这是天津市委网信办等部门结合地方特色,利用“津云”新媒体平台的品牌栏目“津云社”,推出的普法相声秀。

不只是天津,各地纷纷推出特色网络普法项目。浙江义乌线上开通“商城云法”大讲堂,结合义乌商城实际案例,围绕买卖合同等方面进行普法;江苏淮安推出“西游法治”普法品牌,创作《沙僧误入刷单骗局》等动漫短视频80余期;重庆《网信说法》栏目紧扣网络热点,推出多部爆款普法微视频……



图①:河北省秦皇岛市海港区司法局邀请律师通过网络平台在线为公众普法。

图②:福建省泉州市泉港区福籍万家平安建设体验馆内,学生正在通过触摸屏进行交通安全知识答题。

版式设计:蔡华伟

提升网络普法针对性

着力做好重点群体的普法工作

提升全社会的法治氛围,必须提升网络普法对象的针对性,着力做好领导干部、青少年、互联网企业人员等重点群体的普法工作。

“一次,小A参加学校组织的长跑比赛,在加速追赶过程中,不小心被学校塑胶跑道上的凸起绊倒,导致右手臂骨折。”

“事发后,小A家长发现,学校操场塑胶跑道开裂、凸起导致小A被绊倒,要求学校承担全部责任。”

“法院认为学校未能尽到教育、管理职责,应对小A的伤害后果承担主要赔偿责任。”

这个故事出自北京海淀区人民法院推出的《未保典型案例漫画手册》,在各网络平台科普未成年人保护相关法律知识。这也是北京市护航未成年人健康成长的特色品牌活动“互联护苗”的一部分。据介绍,目前,该活动已累计推出70余项活动,总点击量突破22亿次。

近年来,各地各部门遵循青少年身心发展规律,贴近青少年学习生活实际,通过普法微综艺、儿童普法话剧、网络普法故事广播、网络普法课堂等丰富多彩的形式开展法治宣传教育,逐步形成了政府、社会、学校、家庭

相结合的青少年网络法治宣传教育格局。比如,中国网络社会组织联合会举办“E路护航·E路平安”青少年网络保护活动,新疆成立46支大学生网信普法志愿服务队,开展网络普法进校园活动。

“根据网络安全法规定,国家推进网络安全社会化服务体系建设,由谁负责开展网络安全认证、检测和风险评估等安全服务?”

“根据个人信息保护法,由谁负责统筹协调个人信息保护工作和相关监督管理工作?”

青海西宁某局干部张清(化名)正使用“法宣在线”手机APP,通过模拟习题进行网络学法。

近年来,广西、重庆、青海等地均开展针对领导干部的“互联网+”普法,不少地方还要求全体领导干部参与法律知识网络考试。

此外,针对重点行业,各地各部门也有针对性举措。中央网信办举办网信领域重点法律法规培训班、互联网从业人员培训班等;广东广州相关部门走访互联网企业350余家次,深入了解互联网企业普法需求,组织专家进行针对性普法;四川指导省内429家网站平台常态化开展“依法办网”活动……

做好网络普法工作的统筹,抓好重大主题宣传、打造网络普法特色活动、加强长效机制建设……各地各部门齐发力,共同提升全社会网络法治意识和素养,让守法依法、遇事找法、解决问题用法、化解矛盾靠法在网络空间蔚然成风,让网络法治建设进一步助力增强全民法治观念、培育全社会法治信仰。

金台锐评

“不支持售后维权”的霸王条款无效,商家因“差评”公布消费者信息构成侵权……近日,最高法发布10起网络消费典型案例,为依法规范网络消费健康发展提供参考。

消费是驱动经济发展的关键引擎,也是人民群众对美好生活需要的直接体现。近年来,作为社会大众的重要消费方式之一,网络消费的规模不断扩大,网上零售占社会消费品零售总额的比重稳步提升。国家统计局数据显示,2022年全国实物商品网上零售额11.96万亿元,同比增长6.2%,占社会消费品零售总额的比重为27.2%。越是发展越要重视安全。深入推进网络法治建设,营造安全放心的网络消费环境,正是进一步提振消费信心、释放消费潜力的题中应有之义。

相较于线下消费,网络消费具有交易环境虚拟化、交易空间跨地域等特点,存在假冒伪劣、网络诈骗、个人信息泄露等隐患。以直播带货为例,有的直播间充斥着虚假宣传、虚标价格、虚报订单等若干“消费陷阱”,有时就连跟帖评论、“抢单”“购物”的,也是网络经营者雇来烘托气氛、诱导消费的“水军”。维权难是网络消费的另一个突出问题。有些消费者经常遇到网络平台、网络经营者、产品供货方、第三方支付平台、物流等相互推诿扯皮的情况。现实生活中就发生过这样的案例:直播带货结束后,网络经营者直接关店,致使消费者在网上无迹可寻,无证可取。

消费环境,关乎消费者的信心,关乎消费的增长。近年来,民法典、电子商务法、消费者权益保护法等进一步完善了网络消费方面的法律规定,有关部门依法加强规范和监管,为消费者合法权益“撑腰”。

营造安全放心的网络消费环境,应当坚持“线上线下一致”原则。网络并非法外之地。新技术新业态发展到哪里,人民群众的需求在哪里,法治保障就应当跟进到哪里。无论线下还是线上购物,都受到法律保护。有关部门应按照与市场监管同样的标准和要求,依法规范网络消费健康发展。

落实到具体实践中,需坚持问题导向,抓住重点环节,堵塞漏洞风险,不断筑牢消费者权益保护网。比如,关于经营资质,有关部门、网络平台应严把网络市场准入关;关于消费者个人信息,应进一步督促网络平台、网络经营者、物流等履行保护义务;关于交易资金,网络经营者、第三方支付平台都有责任确保支付安全;关于产品,既要防范售卖时虚假宣传,也要畅通购买后的退换渠道。此外,有关责任主体及消费者还应树立证据意识,做好消费过程的留痕管理,一旦出现纠纷,做到可追溯、可查询、可举证、可追责。

环境好了,消费更安心,市场更广阔、更活跃。新征程上,要更好统筹发展与安全,提升网络消费环境法治化水平,引导网络经营者不断增强优质产品和服务供给,让消费者买得安心、用得放心,让网络消费活力不断迸发。

以案说法

对“差评”予以澄清 莫侵犯消费者隐私

【案情】原告张某等人因不满被告某商家的桌游服务,上网发布“差评”。该商家遂在微信公众号发布与张某等人的微信群聊记录、游戏包厢监控视频录像片段、微信个人账号信息,还称“可向公众提供全程监控录像”。张某等人认为商家上述行为侵害其隐私权和个人信息权益,起诉要求商家停止侵权、赔礼道歉及赔偿精神损失等。

审理法院认为,消费者在经营者提供的包间内的活动具有私密性,商家为了澄清“差评”通过微信公众号公开消费者包间内监控录像并称可提供全程录像,构成对消费者隐私权的侵害;商家未经张某等人同意公布其微信个人账号信息,侵害了张某等人的个人信息权益。依据民法典和《个人信息保护法》相关规定,法院判令商家立即停止公开监控录像,删除公众号文章中“可向公众提供全程监控录像”表述,以及张某等人的微信个人账号信息,在微信公众号发布致歉声明,并向张某等人赔偿精神损害抚慰金。

【说法】互联网时代,个人信息泄露存在较大风险。在消费领域,消费者隐私和个人信息被侵犯的情形并不鲜见。对此,民法典人格权编设专章规定“隐私权和个人信息保护”,个人信息保护法也进一步加强保护个人信息权益。

法官表示,消费者有权对商品或服务予以评价,商家也有权针对消费者的“差评”作出澄清。但是,商家的澄清方式应当合法,不得违法公开因提供商品或服务而获取的消费者隐私及个人信息,侵犯消费者权益。本案聚焦消费领域的隐私及个人信息保护问题,明确经营者澄清消费者“差评”的行为边界,有利于进一步发挥司法裁判引领作用,为互联网时代的消费者隐私权和个人信息权益保驾护航。

(本报记者 倪 弋整理)

营造安全放心的网络消费环境

张 洋

云南保山边境管理支队——

织密守边固防安全网

本报记者 元玉昆

西南边陲,云南保山,G56杭瑞高速公路犹如一条长龙盘卧于崇山峻岭中。在这条连接祖国东西部的交通要道上,保山边境管理支队芒颜边境检查站的移民管理警察们,24小时不间断开展例行边境检查任务,牢牢守护滇西边陲地区进入内地的最后一道关卡。

“检查站日均检查车辆7000多辆次,人员2万余人次,执勤的民警们逢人必检、逢车必

查,确保车辆人员安全顺畅通关。一天下来,每位民警需要搬运2吨以上货物,敬礼上千次。”芒颜边境检查站教导员罗森介绍。

除了精细的例行检查,民警们对违法犯罪的蛛丝马迹更是毫不放过。前不久,一辆满载30余吨西瓜的卡车来到芒颜边境检查站。民警施建涛在查验时发现疑点:有两箱西瓜个头有着明显差异,但重量却相差不多。一番分析研判后,施建涛和同事对整车货物进行重点检查。经过6个多小时检查,民警们在2600多箱西瓜中的33个纸箱底部夹层内,查获毒品68.48公斤。无独有偶,近日民警在对一辆大货车进行检查时,发现货主电话及相关信息存疑,遂对车上32吨1000余

袋洋葱分别进行检查,发现其中3袋洋葱内藏有毒品。支队执法调查队经延伸侦查,成功打掉一个跨境贩毒团伙。

“我们不放过任何可疑线索,精确打击妨害国(边)境管理违法犯罪。”芒颜边境检查站站长李智杰说,今年以来,芒颜边境检查站已查获妨害国(边)境管理类案件26起26人,抓获网上在逃人员15人,查获毒品115.04公斤。

天刚亮,腾冲边境管理大队猴桥边境派出所的民警们就着装整齐地出现在海拔3600米的白马山边境一线,开展边境巡逻踏查、设施管理守护和预警信息接收处置等各项管控边工作。

腾冲边境管理大队大队长杜宝仁说,平

日里戍边巡逻,民警驾驶警车到半山腰就要停下,接下来辖区里长长的巡逻路,需要用双脚去丈量。除了踏查边境、安全检查、治安巡逻,还要做好服务群众、调解纠纷等工作。

自恢复签发边境地区通行证以来,咨询、办理边民出入境通行证的群众数量逐渐增多。为了最大限度方便群众办理证件,腾冲边境管理大队严格执行国家移民管理局有关优化管理服务政策,恢复延时服务,延长工作时间,为不便出行的群众提供上门服务。