

网上中国

云中漫笔

“网上案件网上审”

## 互联网法院开启诉讼新体验

本报记者 孙亚慧



北京互联网法院工作人员在介绍法院内的文书智能生成终端。

新华社记者 鞠焕宗摄

“互联网上的纠纷，就交给互联网来办”，在正式挂牌近2个月后，北京互联网法院迎来了“首案”开庭，与此同时，广州互联网法院也在成立1个月后敲响了“第一槌”，互联网法院所带来的低成本和便捷性引来多方点赞。

## 打破时空限制

去年8月，全国第一家集中审理涉网案件的试点法院在杭州成立。依托互联网技术和“网上案件网上审”的思维，将涉及网络的案件从现有审判体系中剥离出来，一时间，杭州互联网法院风头无两。

1年之后，北京和广州的互联网法院也相继成立，而在近日，北京互联网法院的首案正式开庭，以全程在线的方式，让原告和被告借助电脑和网络在电子诉讼平台上完成庭审。

数据显示，截至10月31日，成立仅不到60天的北京互联网法院，电子诉讼平台总访问量已达381.35万人次，累计注册2880人。与此同时，法院共收到立案申请

5497件，其中诉前多元调解案件1938件，正式立案777件，已结案373件。

当事人并不需要赶到法院，起诉、调解、立案、送达、庭审、宣判、执行等全流程诉讼环节都可网络化办理。同时，若是经法院审查不适合在网上审理的案件，还会采取传统的线下开庭方式，但其他环节仍会在线上完成。此外，北京互联网法院提供诉讼风险智能评估、诉状自动生成、在线浏览卷宗材料等多种智能化服务，真正可以为当事人带来便捷又高效的诉讼体验。

中国人民大学民商事法律科学研究中心副主任姚欢庆在接受本报记者采访时表示，涉网的案件金额通常比较小，并且很多时候当事人双方往往不在同一个地方，如果必须到现场来处理案件，仅是交通成本就很可能超过整个案件的标的额。在这种情况下，通过网络来处理相关诉讼，可以有效节约双方成本。

## 节约诉讼成本

互联网的有效助力，对于进一步提高司法公正、推进司法改革进程来说具有非常重要的意义。北京互联网

法院院长张雯曾在接受采访时谈到，互联网并非法外之地，对于这样的新业态理应密切关注。

“网络所带来的便利性，会使得所有人都能感受到高科技带来的社会进步，互联网法院也是一样”，姚欢庆说道，“不仅是案件审理，线上法院也能有效地调解问题，大量的案子不需要当事人到法院里，‘低成本’打官司对原告双方来说都十分方便。”

时间成本和金钱成本的节约都实实在在地体现在了互联网法院的司法实践中，单是双方提交的证据材料不必打印，就能为当事人免去打印几百张甚至更多纸质材料的负担，更于细节处体现便民利民。

与此同时，通过技术，互联网法院中所有跟双方当事人有关的数据都会被留存。在数据“留痕”的情况下，能够更好地保证案件的公正性以及事后的可追溯性，“参与诉讼的主体也会更加公平地对待每一个当事人，这就可能很好地避免大量上诉的出现，诸多案件可能在一审时就能成功解决了。”姚欢庆说。

## 加大宣传力度

一项新事物的出现，很可能也会伴随出现一些之前不曾有过的新问题，业内人士认为，在接下来的司法实践中，也应该注重规律总结，综合运用法律、科技、宣传等多种手段，来保护新事物的健康发展。有报道称，互联网法院也有向当事人正常发送相关诉讼信息后被当成诈骗短信的案列，无奈之下法院只能寄送纸质材料。姚欢庆认为，出现这种情形也在情理之中，未来伴随着宣传力度的加大、互联网法院案件处理数量的不断增多，公众对于通过互联网法院合法维权理解也会不断深入。

“未来很可能也会有类似的情形出现。”姚欢庆说，“互联网法院要做好宣传工作，面向整个社会加大宣传力度。同时，我们也应加强对个人网络数据和网络交易数据的保护，这些方面都非常重要。”他同时提醒，也要对一些可能产生的问题提早防范，“比如，真实的法庭会有法官来对秩序予以约束，而互联网法院的原被告双方是在自己的舒适区进行诉讼程序，会不会出现表演欲比较强的当事人？因为他不像在真实的法庭中，会收敛自己的行为。”

对于可能出现的问题，姚欢庆认为，可以考虑跟诚信档案挂钩，原被告双方若有不当行为，可以记录在诚信档案中，甚至进行相关的行政处罚或者刑事制裁。同时，要对社会有更多的情形告知，增强公众对互联网法院的了解程度。已有的3家互联网法院也可以根据具体情况，面向全社会提供一种统一的信息告知，向全社会公示。

知识付费是否“风光不再”？此前，有调查显示，随着用户在使用知识付费产品过程中对内容的辨别和筛选能力逐渐提高，在线知识付费产品的打开率和复购率都有所下降。相较于一两年前以前的知识付费热潮，消费者的兴趣似乎正在降温。

从2016年开始，诸多互联网平台纷纷布局，进军知识付费领域。巨大的商机吸引了许多创业者的参与。由于颠覆了靠吸引流量、构建庞大生态系统变现的互联网商业模式，投入成本低、产业链条短、变现直接，因而备受创业者的青睐。不过，经历一段时间的高速发展，知识付费的热潮也在逐渐降温。使用率的降低，正是最直接的反映。

丰富、优质的内容，是知识付费之所以立足和成长的原因。通过付费阅读，满足用户在短时间内获取优质内容的个性化需求，让知识付费成为过去一段时间互联网的投资风口。不过，随着内容生产者蜂拥而至，各大平台内容的同质化趋势愈发明显。无论是主题、周期还是价格都差不多，让用户有了“乱花渐欲迷人眼”之感。很多内容生产者也因为分身乏术，难以持续性地提供优质服务。有的付费产品夸大营销、忽视质量，也给行业造成了不良影响。有的产品以夸张的标题吸引用户购买，内容却千篇一律、了无生趣，可一旦用户发现课程“注水”、不符合预期，却找不到退课、退款的渠道。

知识付费遇冷，一方面是热潮褪去、大浪淘沙后的正常现象；另一方面，随着竞争深入和消费理性的回归，消费者对内容的“挑剔”程度越来越高。这就要求知识付费从业者有足够的耐心和信心培育市场，以创新和积淀创造出高质量的稀缺产品。

知识付费的关键在于“知识”，只有做好了“知识”，才有可能得到用户可持续的“付费”。对知识付费行业而言，深耕内容，做好细分、满足各类群体的用户需求，是避免“来也匆匆、去也匆匆”的必经之路。

此外，知识付费市场的健康发展，也离不开良性的生长环境。相关管理部门应重视网络知识产权保护，杜绝抄袭、盗取原创内容的现象。对于知识付费平台的售前宣传、售后服务等机制，也应进一步完善。

## 知识付费缘何「遇冷」

刘峻

互联网大咖秀

保罗·马里茨：

## 出走的微软精英

海外网 刁世峰



作为揭开云计算时代大幕的重要人物，毕威拓公司的首席执行官保罗·马里茨，直言其希望看到一个比现有信息技术产业更加开放的产业环境。而在新的领域和挑战面前，这位互联网巨头更为人所熟知的是其在微软公司曾经举足轻重的贡献和地位。

马里茨出生于非洲的罗得西亚，后搬到了南非，在那里学习成长，接受计算机科学领域的教育。完成学业后，马里茨开始在相关领域担任编程工作，后进入英特尔工作了5年，包括开发早期工具，帮助开发人员为新的x86平台编写软件，然后在1986年加入微软。

作为上个世纪末微软鼎盛时期比尔·盖茨和史蒂夫·鲍尔默背后的第三高级执行官，保罗·马里茨负责几乎所有的微软桌面和服务软件，在视窗95系统（Windows 95）和IE浏览器的开发中担任关键角色，担任该平台战略和开发团队的执行副总裁以及五人执行管理团队的一员，盖茨于2000年从微软退休时说，他的眼界和在技术方面的洞察力不仅“对微软产生了重大影响”，而且“对整个计算机行业产生了重大影响”。

保罗·马里茨于2000年离开微软，这被很多微软内部人士看作是微软人才流失的开始。马里茨曾在微软具有很大影响力，并曾一度控制微软几乎所有产品。但随着史蒂夫·鲍尔默担任微软总裁和首席执行官，马里茨的职责被逐步削弱。2008年，马里茨担任了威睿（VMware）的首席执行官，这是微软最重要的企业软件竞争对手之一，因为威睿的虚拟软件可以减少客户对微软软件的依赖。

马里茨现在领导的毕威拓公司是一家由易安信（EMC）、威睿和通用电气公司资助的企业，其宗旨是进一步开发技术领域，并探索在云计算等领域的全新可能。

## “家长群”也要有“规矩”

叶子 杨婧妍 李渊伟

随着微信、QQ等社交工具被广泛应用，“家长群”这种社交平台上的群组成为全国不少学校与家长联系沟通的重要方式之一。近年来，这一类社交平台既为家长和老师之间的沟通提供了便捷，也为他们带来了不少烦恼。让这一平台保有良性互动，建立规则是关键。

## 社交媒体并非万能

以往，学校使用的沟通方式，只有家长会或家访。现在，随着QQ群、微信群等社交工具融入人们生活的方方面面，老师和家长在群组上的互动交流也越来越频繁。

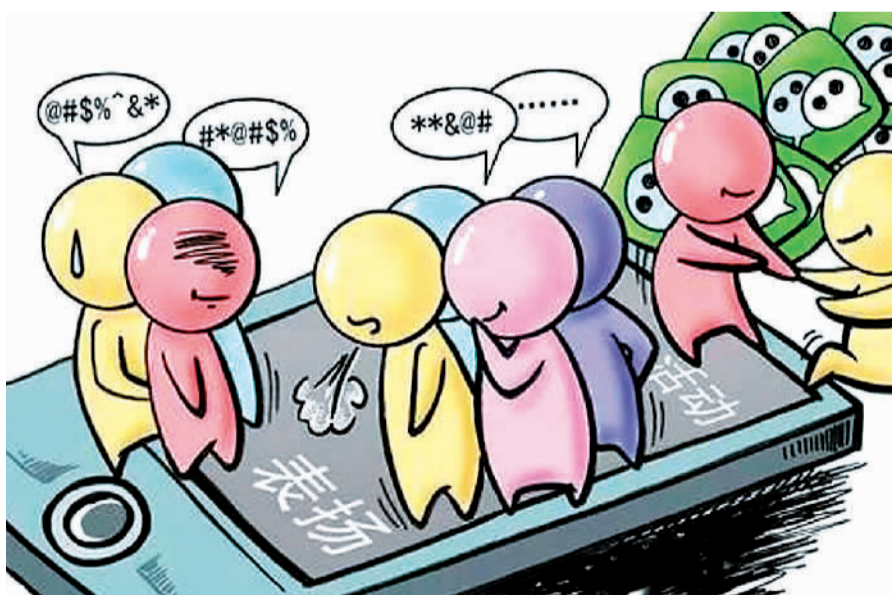
然而，类似“家长群”这种社交平台上却日渐暴露出一些问题。近日，一则家长被移出“家长群”的事件引发大量讨论。在河南省荥阳市第三小学，老师把一名家长移出“家长群”的事件引发大量讨论。随着社交网络的发展，本应为沟通而服务的“家长群”问题频发，炫富、晒娃、投票、打广告等现象越来越常见。

对此，老师和家长都各有苦恼。福建省泉州市某小学的黄老师抱怨“家长群”消耗了自己大量的精力。她说：“有的家长会先在群里赞美老师，随后提出各种个人诉求；有的家长在群里起了争执，我们得出来调解；有个别家长还会质疑老师的专业性。”

成都市教育局相关负责人认为，网络沟通工具并不是万能的，它只承担了家校沟通的部分功能，使用好这一全新沟通平台的关键，是要提升教师尤其是班主任队伍的专业化水平和媒介素养能力，使这一新技术能成为促进家庭教育和学校教育有效衔接的纽带。

## 平台成员需达成共识

“家长群”出现之初之所以受到家长和老师的欢迎，是因为它搭建了家长



与学校的交流平台。暨南大学新闻与传播学院教授刘涛说，作为交流平台，老师往往会应学校或教育部门要求向家长传达一些教育政策，此时家长们利用这些平台围绕政策的交流是有意义的，讨论的声音也是宝贵的。

但由于年龄、精力、个性、职业状况和生存状态不同，彼此之间的思维方式会有差异。“一旦大家在群里的交流变得频繁、深入，矛盾也容易因此而产生。”华东师范大学教育学部教授吴遵民在接受采访时解释。

吴遵民认为，造成社交平台上出现矛盾和纷争的另一个重要原因是，家长和教师对“家长群”这种平台的性质没

有达成共识，对彼此在平台中应该扮演的角色更没有清晰地认知。比如有些老师认为“家长群”是一个发布信息的告知群，而家长们可能会利用这一平台要求老师更多地汇报自己孩子的情况，当双方对权责的认知不一致时，矛盾也就随之产生。

“设立这些社交平台的初衷是方便家庭和教师之间就孩子的学习和成长情况互通信息。因此，理想的平台不是一对一的众声喧哗之所，也不应该成为一些人攀比、逞能、谋求私利或推卸责任的‘角斗场’，而应该变成一位或几位教师向众多家长发布信息的通知的‘扩音器’。”吴遵民说。

## 建立良性机制是关键

互联网时代，社交平台成为人们沟通的重要工具，建立良性机制更势在必行。以“家长群”为例，众多地方教育局、中小学幼儿园纷纷颁布新规，为“野蛮生长”的“家长群”套上了“紧箍咒”。上海市静安区教育局发布了《静安区中小学班级微信群建设公约》；青海省西宁市城西区教育局出台了《家校网络交流平台“五要五不要”管理规定》；杭州市文晖中学最近也发布了“不交流学生个人情况、勿排队点赞”等“家长群”新规……这些规定收获众多“好评”。

专家指出，应当明确和完善社交网络平台在教学中的功能和机制，探讨如何建立社交网络对教育教学的良性互动机制。吴遵民认为，“只有发挥好‘家长群’连接家庭和学校的纽带作用才能使家庭教育和学校教育共同对孩子产生积极作用。”

社交媒体上的“家长群”是把双刃剑，它拉近了学校和家庭的距离，降低了老师和家长沟通的成本。但要营造良好的聊天环境，无论老师还是家长，都要遵守网络世界的“规矩”。有专家建议，教师可以建立群规，把群管理好，后期工作就可以轻松很多。比如，规定没有提及一定要回复的通知，家长不必回复；群内不得发任何与班级和孩子无关的信息，不能发广告、链接、红包等。幼儿园教师则可以规定，在上课期间专注于带孩子活动，无法随时与家长进行交流，希望家长尽量在教师有空的时间交流等。