

一吐为快

人身安全保护令不能只是摆设

□丁慎毅

1月8日,湖北省黄石市阳新县女子小芳遭遇了最后一次家暴:丈夫余虎持铁斧将她砍倒在家门口附近。1月11日,她因伤势过重在医院离世。小芳姐姐称,妹妹遭到家暴起诉离婚后双方关系愈发紧张,妹妹甚至提前写了遗书。案发前一周,小芳在自家发现一把斧头,没想到,自己最终倒在了丈夫的斧头之下。(1月15日上游新闻)

反家庭暴力法规定,当事人面临家庭暴力的现实危险,即可向人民法院提出核发人身安全保护令的申请。也就是说,不需要暴力实实在在发生,只要有暴力风险,受害人就可以提出申请。违反人身安全保护令的可能会受到罚款、拘留处罚,严重的还会承担刑事责任。小芳被家暴5年,在报道中,却未提及她是否

申请过保护令。如果她及早申请过保护令,保护令及时下达,或许就不会有今天的悲剧。

从以往经验看,人身安全保护令制度对遏制家庭暴力发挥了重要作用,但在现实中还存在举证难和执行难等多重困境,导致目前许多家庭暴力受害人仍然不知道、不愿用、不敢用此项制度。不过,就小芳被杀案来说,阳新县公安局相关负责人和法院人士称,两人2014年结婚,结婚不久便争吵不断;2015年起,余虎开始实施家暴。每次家暴之后,余虎认错态度极好:口头承诺、写保证书、甚至下跪。小芳被家暴,早就不是不存在取证难问题。

根据报道,2020年2月,小芳遭受家暴:“余虎把我的衣服剥光,抓着我的头往墙上撞,我被打得实在受不了。”小芳此次被家暴后报了警,次日前往阳新县人民医院验伤。这时候,

保护令何在?不堪忍受家暴,小芳选择起诉离婚。2020年7月28日,湖北省阳新县人民法院开庭审理此案。法官调解后,两人同意不离婚。但庭审之后,法官先后接到小芳和余虎的电话,两人改变了主意,坚决要离婚。该院决定,分割好两人财产之后,再次开庭审理离婚案。这时候,法院为何不同时发出人身安全保护令?

当然,不管小芳是报警,还是向法院提出离婚,既然了解到小芳被多次家暴的事实,即使小芳不懂法,没有申请保护令,根据谁执法谁普法的要求,派出所和法院应该主动向小芳普法,建议她申请保护令。而根据法律规定,人身安全保护令的办结时限非常短,应在72小时内作出裁定,留给法院调查取证的时间非常少。这或许也是保护令不能及时发出的一个原因,但这并非是一个死结。

比如,北京市西城区人民法院

建立人身安全保护令案件的立案绿色通道,并在证据方面适当减轻受害方对家庭暴力的举证责任;广东省广州市黄埔区人民法院开通线上申请通道;重庆市高院联合市公安局和妇联印发《关于在全市建立一站式人身安全保护令申请工作机制的纪要》,创新提出一站式人身安全保护令申请机制,大大缩短人身安全保护令的申请时间和签发时间。家庭暴力不是“家务事”,而是侵犯受害人权利的违法犯罪行为,属于社会问题。多部门协作是被多国实践证明了的预防和制止家庭暴力的有效机制。各部门应当权责明确,细分各部门职责,避免相互推诿情形。

小芳在留下的遗书中写道:“如若我遭遇不测,将我葬于阖家冲水库山顶,越高越深越好。”小芳想在死后求一方净土,是因为7年婚姻中充斥着家暴和绝望,而人身安全保护令完全可以提前预防这种绝望。

百家讲“痰”

“痰”:近两年,一种专门给短视频点赞为主要工作内容的网络兼职,以“轻松赚钱”“月入过万”等噱头,让不少人心动。记者近期调查发现,所谓“点赞”兼职,背后暗藏着平台诱导他人充值会员、拉人头发展下线等行为,一些手法近似于传销。近期,一些从事刷赞工作的机构和平台出现卷钱跑路现象,更凸显行业乱象。(1月17日《工人日报》)

百家讲:只需要一部手机在短视频平台上不停点赞就可收入过万,怎能不让人心动。可是只要有足够的理性,就会对此一笑置之甚至知道这是一个骗局避而远之。

面对诱惑有时难以保持理性,尤其是在各种视频、方案现身说法的现实语境下,这也是总有人前赴后继“被骗”的主要原因之一,更是人性弱点之一。鉴于人性弱点,防止骗局不能完全寄托于个人防范,更何况人不可能成为多方面的专家。为此,基层单位和媒体要加大防骗知识和案例宣传,让公众保持理性提高辨别意识减少冲动;公安机关要加大线上线下巡查的力度,对“刷赞收入过万”等类似骗局要及时抽丝剥茧迅速打击;相关网络平台要升级技术手段,发现“刷赞行为”的立即通报无效,并严惩相关账号并及时报警。当然除了保持理性外,个人受骗后不要忍气吞声要及时报警。只有多措并举、多方合围,类似“刷赞收入过万”的骗局才会失去存在的土壤无处可遁。

——李方向

“痰”:近日,江苏泰州兴化市的多位员工向媒体反映称他们所在的企业——江苏新煜新材料有限公司,在已经停产3个多月后,从今年1月4日开始,要求未辞职的待岗员工去“上班”,但“上班”的任务是在食堂里坐着,而且每天必须坐满8个小时,不能离开食堂,才能照常发放工资。(1月17日央广网)

百家讲:企业要求待岗员工每天在食堂坐满8小时,不是什么“业内良心”,而是变相地逼迫员工主动辞职。按照相关法律法规,员工主动提出辞职和企业解除劳动合同,其结果是不同的:若员工主动辞职,企业可以少付赔偿金或者不用赔偿;若员工被裁掉,企业则需支付一笔不菲的赔偿金。

这种逼人辞职的手段已涉嫌违法。有律师分析称,让待岗员工在食堂静坐实际上可以理解为企业单方面擅自变更工作岗位、变更劳动合同,而且涉嫌变相侮辱、损害员工的人格权益,已违反了《劳动法》《劳动合同法》的相关规定。对此,劳动监察部门要主动作为,切实维护职工权益,而不能漠视和纵容。

2020年2月,人社部印发通知,明确企业因受疫情影响导致生产经营困难的,可以通过与职工协商一致采取调整薪酬、轮岗轮休、缩短工时等方式稳定工作岗位,尽量不裁员或者少裁员。令人遗憾的是,少数企业做出了背离政策精神的选择。据报道,疫情发生以来,一些企业打着“疫情”的幌子花样侵犯职工权益,甚至可以随意降薪、欠薪、扣罚等方式逼迫员工离职,不断试探法律底线。

——陈广江

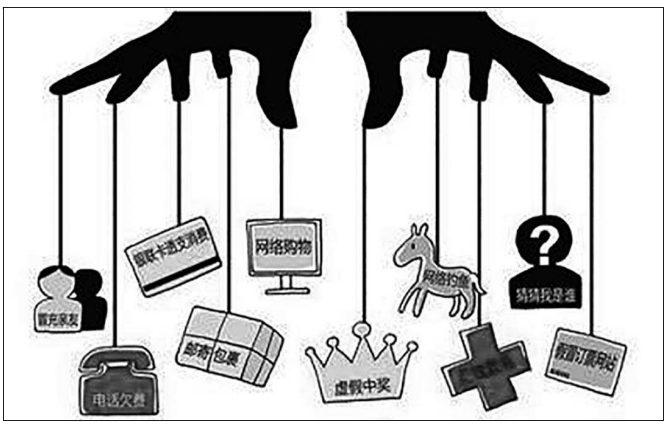
金玉良言

打击网络黑产,还互联网“清净”

□徐建辉

2020年,全国公安机关网络安全部门发起“净网2020”打击网络黑产犯罪集群战役,重拳打击为电信网络诈骗、网络赌博、网络水军等突出违法犯罪提供网号恶意注册、技术支撑、支付结算、推广引流等服务的违法犯罪活动,共侦办刑事案件4453起,抓获违法犯罪嫌疑人14311名(含电信运营商内部工作人员152名),查处关停网络接码平台38个,捣毁“猫池”窝点60个,查获、关停涉案网络账号2.2亿余个。(1月15日中国警察网)

“网络黑产”指的是电信网络诈骗、网络赌博、水军造势这些网络违法犯罪活动和丑恶现象。这些网络违法乱象虽然经历了执法部门持续不断的高压严打,为什么至今仍然屡打不绝、“祸害



资料图片

人间”,甚至可以说是一茬又一茬,“野火烧不尽、春风吹又生”?这除了是源于犯罪治理所共有的长期性、顽固性,以及和网络违法犯罪“回报高、获利快”,不法分子不愿轻易放手等

原因密不可分以外,背后来自更为隐秘的网络黑产的支撑,无疑是一个重要因素。

任何违法犯罪活动基本上都会有一个或明或暗的犯罪链,在上下游都有狼狈为奸、沆瀣一气的同伙

协同分子,往往分工明确,“各司其职”,在非法活动中扮演了不同的角色,承担了必不可少的功能。

毫无疑问,不法分子开展网络非法活动,离不开网络黑产的支持,同样道理,要深入治理这些网络违法犯罪,就不能不对它们身后的网络黑产进行斩草除根。世人只知网络陷阱多、各种骗子可恨,殊不知他们之后隐藏的黑产、黑手更是可恶。

值得注意的是,在警方的行动中,还有152名电信运营商的“内鬼”被揪了出来。这些人,其实也是网络黑产的重要一环,没有他们的“故意放水”及各种“技术服务”,我们收到的诈骗骚扰电话和信息也许不会有那么多。

欲打网骗必除黑产,这种全链条治理的思路是对的。相信经过持续深入的系统化打击整治,网络空间一定能够得到不断净化,网民上网不必再是步步惊心。

一家之“盐”

按紧“法治键”遏制APP广告乱象

□戴先任

前不久,上海市消费者权益保护委员会发布了《APP广告消费者权益保护评价报告(2020)》。《报告》显示,上海消保委测试的600款APP中58%含有广告,其中69.7%的广告没有“关闭键”,仅有14.5%提供个性化广告关闭入口。(1月13日《法治日报》)

现在进入了互联网时代,互联网成了人们生活与工作的重要工具,网络对人类的影响力越来越大。所以,依法依规的互联网广告,也无可厚非。

但互联网广告乱象不少,比如APP广告“关不掉”,一些涉黄的低俗广告、一些销售假冒伪劣食品、保健食品、药品等虚假违法广告等横行。一些不法广告商与唯利是图的电商平台、个体

账户等互联网媒介沆瀣一气,对消费者进行诱导消费,甚至将三无食品、假冒伪劣商品伪装成“高大上”的正规商品,而一些网红、公众号“流量作家”,还会推销自产自销的商品,或是帮助亲友推销来路不明的商品。一些低俗广告,还“三观不正”,以低俗为噱头,进行恶俗营销,甚至对社会伦理道德进行挑战,对社会风气造成不良影响。

不管是APP广告,还是其他互联网广告,都不同程度存在过多、过滥或难以关闭等问题。《广告法》第四十四条规定,利用互联网发布、发送广告,不得影响用户正常使用网络。在互联网页面以弹出等形式发布的广告,应当显著标明关闭标志,确保“一键关闭”。《互联网广告管理暂行办法》第八条也规定,利用互联网发布、发送广告,不得影响用户正常

使用网络。在互联网页面以弹出等形式发布的广告,应当显著标明关闭标志,确保一键关闭……类似法律法规不少,但APP广告乱象却一直难以遏制,甚至有愈演愈烈之势。可见问题在于相关法律法规在面对APP广告乱象时失去了效力,没有发挥出应有作用。

还要看到,不比电视广告、实体店广告等传统广告模式,监管部门对于APP广告更难实行有效监管,而且APP广告是新兴事物,监管相对滞后,监管部门缺位的现象也较为严重,监管迟滞及监管

难问题,让APP广告野蛮生长。

所以,要对APP广告实行有效整治,就要激活相关法律法规,要严格依法治理,弥补监管空白,加强监管力度,严格依法执法,针对APP广告的特点进行有针对性的治理。

对APP广告不能再监管缺位。整治APP广告,是为了净化网络环境,也是为了保护消费者正当权益。对此,要形成针对APP广告的长效治理机制,“关不掉”的APP广告乱象,要按紧“法治键”才能“关闭”。

征稿启事

本版长期向读者征稿,稿件字数在1000字左右。来稿要求内容真实、寓理于事;也可以是作者对某一社会现象或问题发表的观点和建议,我们将每周刊登在本版。来稿请发送至e-mail至:kokomi621@sohu.com。