责任编辑 金勇 E-mail:fzbjiny@126.com

www.shfzb.com.cn

好意同乘不代表无责

一史洪举

近日,福建厦门海沧区法院 审理了一起纠纷案,男子戴某下 班时顺路搭载同事王某回家,并 未收费,行驶至某路段时碰撞到 路边墙体,造成王某当场死亡。 交警认定戴某负事故全部责任, 王某不负事故责任,王某家人要 求戴某赔偿 130 万余元。事故车 辆系非营运机动车,且事故认定 书中并未发现戴某存在故意或明 显重大过失的情形。法院酌定戴 某承担 70%的赔偿责任,判决戴 某赔偿王某家人因本起交通事故 造成的各项经济损失 90 万余元。 (1 月 12 日岁湃新闻)

善意同乘也称搭顺风车、搭

便车,是指搭乘人经非营运性机 动车驾驶人的邀请或允许后无偿 搭乘的行为。善意同乘本质上属 于情谊行为,应该受到肯定和褒 扬。但这并不代表驾驶人无需为 相应的损害后果承担侵权责任。

驾驶机动车辆本就属于具有一定风险的活动,这也是人们取得驾照需要接受培训并考试,并严惩无证驾驶行为,且机动车辆必须购置交强险的主要原因。因而,无论是否属于营运车辆,驾驶人都应尽到相应注意义务和安全保障义务,不能粗心大意。

对此,《民法典》第 1217 条明确规定,非营运机动车发生 交通事故造成无偿搭乘人损害, 属于该机动车一方责任的,应当 减轻其赔偿责任,但是机动车使用人有故意或者重大过失的除外。由此,只有当驾驶人没有故意或者重大过失的情况下,才应减轻其赔偿责任。如果有故意或者重大过失情节的话,既不会减轻其赔偿责任,甚至可能追究其交通肇事罪或者过失致人死亡的刑事责任。

具体到此事件中,虽然事故认定书中未发现驾驶人有故意或者重大过失情节,但其撞到路边墙体致使搭乘人当场死亡,且交警部门认定其负事故全部责任。从这一关键点来看,该车辆并非与其他机动车所发生碰撞,也非被其他机动车所撞,而是撞到路边墙体。因而,法院判决驾驶人承担相应赔偿责任既符合法律规定,也合乎情理。虽然

一些人会认为由其承担巨额赔偿责任太过严苛,但换位思考一下,死 者只是无偿搭乘车辆,没有任何过错,却因为驾驶人的过失而丧命, 所造成的后果理应由驾驶人承担相 应的赔偿责任。

现代社会是法治社会,也是规则社会,道德评判应建立在规则前提下,且侵权人承担赔偿责任本就合乎情理与道德。好意同乘是做好事无疑。但无偿不代表无责,好心的同时必须细心,在安全问题上不能出现闪失和差错,对自身及乘客安全负责。且驾驶人还应具备一定的风险防范意识,购置足额保险。如果只有好心而没有细心,就会"好心办坏事",给他人及自己带来风险和法律责任。

一针见血

人人能中的"大奖"靠谱吗?

□丁家发

标价 2680 元的扫地机器人, "中奖"后优惠只要 380 元。近两年,不少网友见过这样的"抽奖活动",也中过类似的"奖"。 果真中奖了吗?近日,记者用5部不同手机同时点击同一"抽奖"链接进行抽奖,结果竟出奇一致:5部手机同时中"奖"—380元就能买到标价 2680元的扫地机器人。(1月14月《成都商报》)

这种人人都能中的"大奖" 靠谱吗?答案显然是否定的,如此"抽奖式营销"已涉嫌消费欺诈,相关监管部门应当采取措施 予以严厉整治,以杜绝此类消费 欺诈行为。大量网友也质疑此类 "抽奖"活动,称相关产品动" "坑货",或称相关"抽奖活动" 是"骗局""套路"。也就是说, 商家以抽中"大奖"为诱饵,让 消费者觉得很幸运,380元就能 买到价值 2680元的扫地机器人, 于是爽快掏钱购买。殊不知,买 回来的却是货不对板的劣质产 品,从而上当受骗。可见,人人 都能中的"大奖",非常不靠谱。



资料照片

如此"抽奖式营销",可以说是"坑你没商量"。

商家以"抽奖"方式促销,销售质次价高甚至假冒伪劣的产品,是一种非常老套的骗术。为什么还有许多消费者不吸取教训,"心甘情愿"地上当受骗呢?究其原因,主要是利用了消费者爱占小便宜的心理,一时冲

动便购买了中奖的商品。其实,标价 2680 元的扫地机器人,属于虚高标价,如果其价值大于或等于 380 元,消费者也不算吃亏。俗话说,买的不如卖的精。商家"抽奖式营销"的目的,肯定是为了赚钱。因此,消费者面对类似的"抽奖式营销",一定要冷静思考,不要被忽悠而利益受损。

商家以"抽奖"为名进行促销活动,销售的是质次价高产品,侵犯了消费者知情权,已构成消费欺诈。我国《消费者权益保护法》第五十五条规定,经营者提供商品或者服务有欺诈行为的,应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失,增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍;增加赔偿的金额不足五百元的,为五百元。"抽奖式营销"忽悠消费者,显然违反了法律规定。

不能任由"抽奖式营销"欺诈消费者。一方面,工商、网络平台等监管部门,必须规范线上线下的"抽奖式营销"行为,对有消费欺诈的行为予以严厉的罚款、吊销营业执照等行政处罚,同时,网络平台也要加强对人驻商家的严格审查和监管,既不能让黑心电商人驻,对实施消费欺诈的电商,一经发现也要立即关停账号将其"驱逐"出去;另一方面,消费者也应当增强法治维权意识,一旦遭受欺诈购买了劣质商品,要敢于依法维权讨回一个公道。这样,类似骗人的"抽奖式营销"便失去了消费欺诈的违法空间,广大消费者的合法权益才能得到充分保护。

金玉良言

色情聊天室不能成了"法外之地"

□戴先任

记者调查发现,对年轻女性进行"围猎",已经成为一条产业链。在一些色情聊天室中,每天发布的淫秽内容有两万多条。聊天室中的每位成员还可以再次创建单独的房间,部分需要付费后才能获得邀请进入。当女孩们决定站出来时才发现:原来身边有那么多的受害者。(1月16日《新京报》)

色情聊天室,已经成为了色情影像信息发布与买卖的场所,这背后还存在贩卖"资源"的"黑色产业链"。比如有职业影像发布者,多以大学生和没有工作的年轻人为主要目标,在大学校园或交友软件中搜寻"猎物"。职业影赏

^{平。} 受害者的隐私,成了被贩卖 的"资源",不少受害者由此受到很大的打击,受到很大的精神

根据我国《个人信息保护 法》和《民法典》有关规定,未 经肖像权人同意,不得制作、使 用、公开肖像权人的肖像;任何 组织、个人不得非法收集、使 用、加工、传输他人个人信息, 不得非法买卖、提供或者公开他 人个人信息。

色情聊天室违法进行影像买卖,公然"围猎"年轻女性,侵犯他人的隐私权,还形成了"灰色产业",但受害者面对这一严重的侵权行为,却往往无可奈何、无能为力。这是因为,存在取证难等困境。比如色情聊天室的服务器一般都在境外,警方在调查取证时,也会面临实际困难,比如用户匿名、信息端加密、聊天信息定时摧毁等功能,

也增加了侦破难度……由于违法成本太低,从而让加害者更加肆无忌

个人信息不能"想买卖就能买卖",虽然一些色情聊天室影像买卖行为在受害者报警后难以以刑事案件立案,但色情聊天室影像买卖侵害了受害者的合法权益,执法机关对于色情聊天室影像买卖要引起重视,主动出击,并加大打击力度,提升侦查手段,还要加大职业影像发布者的违法成本,帮助受害者维权等。另外,受害者也要积极

维权,要增强维权意识、法律意识,收集有效证据,拿起法律武器,让侵权者付出应有代价。同时,每个人都要增强防范意识,注意保护好个人隐私,不给不法分子以可乘之机。

色情聊天室不能成了"法外之地",成为法治社会的"钉子户", 色情聊天室影像买卖也不能继续游走于法律边缘。相关部门亟待对这一违法现象加大治理力度,形成治理合力,筑好法治防线,让色情聊天室不能再继续横行下去。

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、寫理于事;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 e-mail 至: kokomi621@sohu.com。

百家讲谈

重由.

近日,上海市市场监管局发布了其治市市场监管局发制。 《上海市盲盒经营活动合规指引》,止销自己括:法律法规明确规定盒形式连生、流通的自盒内商品实际价值盒的压力其价。 传销售;自查和出,单个百是展示的情况。 一般不超过200元;不得开展盒经营一般不超过200元;不得开展盒经营销、饥饿营销;成年人销售户股不投度管销、别以上未成年人销同的8周岁以上未成年人销同的8周岁以上未成年不同的8周岁以上未成年不得自高高品,应通过线上线下等不同的。 金商品,应通过线上线下等不可。

百家讲:

近年来, "盲盒风" 近乎"盲盒 疯", 盲盒经济近乎"盲目经济"。一 个表现是"万物皆可'盲'", "活体 "卡牌盲盒""文具盲盒" "图书盲盒""食品盲盒"等等,不 一而足。有的盲盒甚至是在给消费者 埋"坑"。由于盲盒外观基本难以辨 认, 商品状况高度不透明, 买卖信息 极不对称。因此,有的商家存在设置 空盒, 损害消费者利益的现象; 也因 盲盒外观难以辨认, 有的机构在没有 获得相应授权的情况下钻空子, 侵犯 他人知识产权。在盲盒营销风靡之 下,有的机构介入二级市场,开展天 价炒作,涉嫌不正当竞争。

盲盒营销具有很强的不确定性和神秘感,会强化消费者对购买结果的预期心理,以及可能会获得的惊喜感,由此勾起一种赌博心态,很容易让人欲罢不能。一些未成年人更易受到神秘感的诱惑,受到未知带来的刺激,在购买炒作盲盒中上瘾。

对于盲盒引发的乱象,监管不能缺位。上海制定盲盒经营活动合规指引,划出盲盒经营红线,规范盲盒价格体系,明确盲盒抽取规则,鼓励设定保底机制,加强商品集后保保人保护机制,非常有必要。当盲盘经行业规较乏具有针对性的法律法规和行业规范,清理涉嫌违法的产品,打击欺诈消费者的失信行为,也就有"法"可海依了。

事由

前不久,有网友在网上发了一个短视频,称一女孩因摆摊问题被同行大叔殴打后崩溃大哭。引起不少网友关注。许多人同情女孩,纷纷指责打人者。近日,当事大叔告诉记者事实真相:他根本就没打人。(1月15日澎湃新闻)

百家讲

摆摊同行为占摊位闹矛盾是常有的事,可拍摄者非要将这一矛盾演化成同行大叔殴打摆摊挣学费的女大学生的不实短视频放在网上。拍摄者为了吸粉不顾事实,已超出了所谓的"夸张"范畴。

不是所有网上的视频都可以夸张处理的。如果超出了限度搞成假的,若以后真的有同行为占摊位打女孩的事发生,还怎么让人相信是真的?

作为网民,每个人都有发言和评论的自由,但必须是在事实的前提下。在没有搞清事实前,切莫偏听偏信一面之词。网民留言、评论应当以事实为依据,不要动不动就下结论,正义感要用对地方,不要给个别不良之辈的恶意操作有可乘之机。

——周家