

首席评论

行长泄露客户信息自毁职业长城

□杨朝清

近日,某银行余姚城建支行原行长沈某,被浙江宁波银保监局处以从业禁止五年行政处罚,此前沈某被法院判处有期徒刑三年、缓刑三年,并处罚金6000元。沈某利用工作之便,将包括姓名、电话、购买房屋地址等127条银行贷款客户信息提供给周某用于装修公司招揽业务。沈某还联系一位房产公司会计,将1100余条信息提供周某。(11月4日《宁波晚报》)

财产信息作为一种有价值的资源,事关消费者切身利益。在一个人的不确定因素不断增多的风险社会,信息泄露现象层出不穷。这里面,固然有消费者个人风险防范意识缺失、保护个人信息责任意识不强的因素,也和一些人剑走偏锋密不可分。当银行工作人员和商家形成了利益合谋,消费者个人信息被非法收集、被泄露在所难免。

在人情社会和关系型社会,面对熟人的请托,沈某明知背离制度规则,却拉不下脸拒绝朋友的不正当利益诉求。更何况,沈某自身也有求于从事装修业务的商家,双方一拍即合、沆瀣一气。沈某和周某虽然没有进行明码标价的市场交易,但双方心照不宣、投桃报李的社会交换,在本质上依然是对他人的财产信息进行了利益变现。

人无信不立,业无信不兴。行有行规,哪怕就是银行行长也不能自说自话、自弹自唱。将客户信息

泄露给他人,显然违反了从业规范和职业伦理。当消费者发现个人财产信息被银行工作人员泄露,自然会降低他们对银行的信任;对银行失去尊重和认同的消费者,自然也会“用脚投票”。行长泄露信息功利、短视,用一种自毁长城的方式降低行业声誉;这样的涸泽而渔、饮鸩止渴,不仅会接受法律的规训和惩罚,也会遭受客户的批评质疑。

在互联网时代,信息建构的数据库越来越纷繁复杂。个人信息泄露在让少数人牟利的同时,让许多人承受了物质损失、精神伤害乃至安全风险。对个人信息泄露“亮剑”,不仅是对老百姓合法权益的呵护,也有助于建设信用社会。当个人信息得不到有效保护,每个人都会缺乏安全感、人人自危。

“信,国之宝也,民之所庇也。”在一个注重利益变现的时代里,侵犯公民个人信息形成了一条畸形的利益链;任何试图从中分一杯羹的投机者,都应该为自己的“轻率而糊涂”付出代价。不论是银行行长,还是房产中介,保护公民个人信息无关职业和身份,而是关系到对规则的尊重与敬畏。

个人信息保护是一个环环相扣的系统工程,每一个环节都不能失守。在公众权利意识不断觉醒的今天,事关权利与尊严的个人信息保护引发了老百姓的安全焦虑和信任危机。那些侵犯公民个人信息人的付出沉重的代价,欲望才不会沦为脱缰的野马。

百姓看法

假“种草”真广告 呼唤监管“拔草”

□斯涵涵

日前,中国青年报社会调查中心联合问卷网,对2013名受访者进行的一项调查显示,购物前,82.6%的受访者会搜索相关“种草”推荐。78.2%的受访者有被网络“种草”坑过的经历,61.7%的受访者觉得护肤品、化妆品是网络“种草”容易踩雷的一类商品。(11月4日《中国青年报》)

“种草”是指把一样事物推荐给另一个人,让他人喜欢该事物的过程,其对应的便是“拔草”,是指看了别人的推荐之后,实施了购买心仪商品的计划。这些流行的网络用语描绘出当下年轻人的一种消费状态。

几年前,人们对于“种草”“拔草”还是一脸懵圈,现在,买护肤品就会去搜一下相关推荐,再去知乎看看专业用户的意见。外出吃饭,会去大众点评搜索附近推荐,看看评价,已经成为不少消费者尤其是年轻人基本要做的“功课”。网购时代,商品品类繁多,通过“种草”推荐可以快速高效地找到满足需求的产品,这是“种草”笔记受到青睐的缘故。

平心而论,最初的“种草”笔记确实有不少诚信博主亲身体验、真实评价的好文,也造就了“种草”平台、用语的流行。但随着“撰写”笔记者增多,“种草”成为一种营销手段,甚至成为完整的产业链,写文、点赞、评论等一应俱全,配合紧密,“种草”笔记的良好初衷早已变味。

数据显示,82.6%的受访者会搜索相关“种草”推荐,可见消费者在网络购物决策过程中已养成对“种草”笔记的某种依赖和习惯,这让一些人看到了其间存在的“商机”。一些商家、博主为了牟利,故意发布虚假的“种草”笔记,推荐或推销与实际不相符的伪劣商品,蒙骗消费者。调查中,78.2%的受访者有被网络“种草”坑过的经历,说明“种草”已然肆意蔓延,变成了陷阱重重的“杂草”。

不难看出,变异的网络“种草”就是披着真诚分享的马甲而做的软性广告、隐形广告,归根究底,也就是虚假广告。而《广告法》《不正当竞争法》均明确规定:经营者、广告发布者不得利用广告或者其他方法,对商品的质量、制作成分、性能、用途、生产者、有效期限、产地等作引人误解的虚假宣传,“假种草、真广告”不仅违反法规与诚实信用原则,也对消费者造成恶意误导,侵害了消费者权益,破坏了正常的市场秩序。

法治社会,容不得虚假营销、欺骗消费者的恶劣行径。既然“种草”笔记已经成为商家推广产品的广告手段,就必须接受《广告法》等法规的约束。职能部门要与时俱进,进一步出台针对性的监管意见,规范广告宣传,比如要求软性广告标注“广告”字样,帮助消费者识别真假广告,还要鼓励平台竞争,畅通投诉渠道,拔除“杂草”,维护公平公正的市场秩序。同时网购平台要担负起主体责任,加强管理,对假冒伪劣的商品及广告,该下架的下架,该封禁的封禁,绝不允许“种草”变成“挖坑”。

对于个体来说,“种草”的博主或主播要恪守职业道德,要根据真实消费体验向消费者“种草”或者帮助大家避坑,否则便会遭到消费者的反感或投诉。最近流行的“种草反向避坑法”说明“假种草、真广告”已经行不通了。广大消费者也要擦亮眼睛,掌握一定的辨别技能,不轻信盲从。理性消费,避免被刷出来的虚假好评及营销手段所蒙骗。

语出令人

放牛娃肖清和成为北大博士、大学教授,实现人生命运的逆袭,我们不能一味感动,指望每一位“放牛娃”都靠自己与命运挣扎,还需要全社会的共同努力。在高考实施农村专项计划的基础上,更要增强农村教育实力,增加农村优质教育资源的供给,缩小城乡教育差距、大城市与小县城的教育差距,让寒门子弟可以从小接受到优质教育资源。同时,净化校园风气,重建纯洁、纯粹的师生关系、同学情谊。

——何勇

人类文明高度发达、科技进步日新月异。而一个优秀的民族,势必是一个尊重知识、热爱科学的民族。科学精神一旦融入民族精神,一个民族便会产生无比强大的前进动力。由此,用科学精神照亮民族伟大复兴之路,我们就一定能在实现中华民族伟大复兴的征程中,越走越坚定,一个更强大的中国可期,中国梦可期。

——刘天放

画里话外



图/王成喜

维修诈骗 连环设陷

手机遭遇故障无法正常使用,往往让人心神不宁。而不法分子正是利用人们急于维修手机的心态,线上精心制作以假乱真的网页“引流”;线下设计话术,虚构或夸大手机故障,甚至以次充好偷换零件,目的只有一个——骗取高额的维修费用。从开始表示两三百元维修费即可,到最终两三千元的实际付出,消费者就是在不法分子的“连环套”中,陷入被骗深渊。(11月4日《新华每日电讯》)

骗子利用人们的急切心理,通过各种各样“高大上”假象的视觉冲击,以及低价诱惑,让一些手机损坏的刚需用户不知不觉成了被围猎对象。对这种诈骗的“新形态”,我们一定要擦亮双眼,不能贪图一时便宜而吃了大亏。有关部门也要加强监管,形成从线上到线下的联合共治,让那些黑心的“钓鱼者”法网难逃。

有道是:骗子设下连环套,以次充好来偷盗。诈取高额维修费,陷阱黑幕要铲掉。另有诗为证:手机维修也钓鱼,一旦钩住就做局。花样诈骗时时有,严惩快处莫玩虚。

题/井陘敬业心 文/马啸宇 诗/樊耀文 鹿台一卒

微言大义

“救人成被告”给公众上了堂“急救课”

□张西流

11月3日,“做心肺复苏压断老人12根肋骨遭索赔”的当事人孙向波告诉记者,自己和齐老太的二审结果出来了:维持原判。2019年12月,该案一审宣判。法院审理认为,孙向波的施救不存在过错,不承担民事责任,老人一家人不服判决提起上诉。(11月4日《海峡都市报》)

这起案件之所以会受到广泛关注,是因为很多人对“见义勇为后是否需要承担责任”的顾虑。其实,早在2017年10月开始正式实施的《民法总则》中,已经给了结果。《民法总则》第184条规定:“因自愿实施紧急救助行为造成受助人损害的,救助人不承担民事责任。”这条被称作“好人法”的法律出台后,让做“好人”彻底没有了后顾之忧,该出手时就出手,不让任何一个生命因为大家胆怯而与我们擦肩而过。

值得注意的是,法院判定孙向波不担责,除依据“好人法”外,还有重要一点,即“被告孙向波在给原告齐老太实施心肺复苏的过程中不违反诊疗规范,不应

承担抢救过错”。本案一方面,提醒医务人员,即便是救人,也需符合诊疗规范;另一方面,提醒普通公众,面对有人突发疾病或受伤,既要乐于见义勇为救人,更要拥有院前急救的专业技能。此前有专家表示,救人心切的想法确实好,但院前急救也必须讲究方法,不能随便乱救,否则会给学生带来二次伤害。可见,有时遇到有人突发疾病或受伤,不是路人冷漠无情,见死不救,实在是因为不懂急救知识不敢贸然施救。

换言之,面对有人突发疾病或受伤,救不救,既是道德选择题,更是技术选择题。正因为公众普遍缺乏街头急救的技能,才不会贸然做出“救不救”的选择,才会有路人一次又一次背负道德缺失的骂名。

因此,孙向波救人成被告,也给公众上了堂“急救课”:院前急救,亟待科普“救急”。道德还需要技术支撑,两者不可偏废。因而,不应对一些路人“不敢救”事件,乱施道德棍棒。同时,有关部门应加大力度宣传正确的预防与救护措施,使人们在遇到险情时,既能勇于伸出援手,又能科学救助,最大限度地减少因不当施救造成的伤害。