

未成年人犯罪记录“加密”也是一种社会矫正

近日,浙江省检察院副检察长胡东林表示,针对一些未成年人犯罪信息被不当泄露,就业受限,融入社会困难这一问题,浙江省检察院在开展专项检查、专题调研和广泛征求意见的基础上,联合12家单位会签出台了修订后的《浙江省未成年人犯罪记录封存实施办法》。

未成年人犯罪记录封存制度并不是浙江省的探索和创新,而是《刑事诉讼法》确立的一项法律制度。《刑事诉讼法》第二百八十六条规定:犯罪的时候不满十八周岁,被判处五年有期徒刑以下刑罚的,应当对相关犯罪记录予以封存。犯罪记录被封存的,不得向任何单位和个人提供,但司法机关为办案需要或者有关单位根据国家规定进行查询的除外。依法进行查询的单位,应当对被封存的犯罪记录的情况予以保密。据此,浙江省出台实施办法是对法律的积极贯彻落实。

《刑事诉讼法》的规定比较原则、笼统,浙江省的实施办法在两个方面提出了具有扩大解释意义的具体要求,一是封存记录的涉案范围在“判处五年以下有期徒刑”的基础上增加了“免于刑事处罚”“检察机关依法不起诉”“公安机关治安管理处罚、收容教养”等案件,二是封存记录的内容设定为立案文书、侦查文书、检察文书、审判文书、刑罚执行文书等法律文书、电子信息以及其他案件材料。

实施办法还规定了未成年人在入伍、升学、就业时的不报告刑罚记录权利以及教育、民政、人社等部门对应的不记入档案义务,确立了裁判文书的一般不送达规则和不得扩大知情范围规则,给出了不按规定封存以及违规泄露、查询、使用未成年人犯罪记录的追责情形。实施办法对相关规则进行了细化,进一步明确明确了各方的责任和义务,有助于社会更

准确地理解和把握未成年人犯罪记录封存的范围、边界、流程,有助于规范封存行为,增强了法律制度的可操作性。

有过犯罪记录或不良记录的未成年人也是未成年人,也有重新回归社会的权利和生存发展的权利。未成年人有过刑罚等不良记录之后,如果不良记录信息呈现开放状态,未成年人的身上就等于贴上了明显的污点标签,他们走到哪里,走到人生的哪个阶段,都很容易遭受歧视,很容易受到这样或那样的限制,从而失去不少生存发展的机会。

如此,一些未成年人就可能与社会割裂,自暴自弃,甚至重新走上犯罪的道路。实际上,这方面的教训已有很多。而对受过较轻刑罚或有其他不良记录的未成年人犯罪记录进行“加密”,则有助于未成年人翻过生活一页,屏蔽污点信息,以新的健康的面貌和状态

进入新的生活阶段,获得平等尊重和公平竞争的机会。

显然,未成年人犯罪记录封存制度更有利于未成年人洗心革面、改过自新、回归社会,从某种意义上说,这也是一种社会矫正。

未成年人的身心并不成熟,在社会中的价值定位、发展定位也有很大的变数。很多犯有较轻罪行或有过其他不良记录的未成年人都因监护教育不到位、心智不成熟、一时冲动、受他人或环境影响等原因犯错,主观恶性并不大。如果矫正干预不到位,这些未成年人中的相当一部分人会重回人生正轨,所以,社会应该多帮帮他们,多给一些包容,多承担一些矫正性保护责任。未成年人犯罪记录“加密”既是依法保护未成年人权益的需要,也是加强法治建设、提升社会治理能力的需要。

(李英锋)

马上评论

目前,鞋类市场上有一种网红产品,叫“老人鞋”或“健步鞋”。商家宣称这是专门为老年人设计的鞋子,更适合老年人的脚型特征,穿起来既舒适又防滑。听起来,这样的鞋子应该是特别适合老年人的,但有些老年人却反映,老人鞋并不舒服,有时甚至还不如普通的鞋子。而针对市面上“老人鞋”的质量调查发现,近半数采样不合格。

劣质“老人鞋”不仅让老人掏了冤枉钱,还容易因质量不过关造成脚部损伤,甚至会出现鞋跟突然断裂导致老人摔倒等严重后果。从调查来看,劣质“老人鞋”比例不小,这意味着,大量不知情的老人被劣质“老人鞋”玩了。

部分商家之所以打出“老人鞋”噱头,无非是利可图。这几年来,“银发经济”一词被社会所关注。中国老龄化趋势加速,数量庞大,让根据老人需求提供针对性产品和服务的“银发经济”显示出蓬勃潜力。面对如此大的市场“蛋糕”,商家们闻风而动在情理之中。

莫让“银发经济”变质为“坑老经济”

但为了利润最大化,不惜将不符合质量标准的劣质“老人鞋”卖给老人,是不道德行为,更涉嫌违反《消费者权益保护法》。

当然,判断商家兜售的“老人鞋”达不达标,除了看鞋子基本质量指标外,还应看其所宣称的各种功能是否与实际相符。

劣质“老人鞋”如此之多,不整顿已难以让行业纠偏。整顿应包括两个方面,一方面是有关部门采取行动,对市面上的各类“老人鞋”进行全面清查,凡没有达到标准的依法处理;另一方面,不妨根据老人的需求,制定细化的“老人鞋”设计、质量等标准。据报道,长三角消保委联盟在对比试验进行的同时,委托相关专业机构研究制定了全国第一个“老人鞋”团体标准。如果它确实能解决“老人鞋”标准不一等乱象,不妨上升为全国性的标准管理案例,从而覆盖更多范围。

其实,除了劣质“老人鞋”,其他针对老人心理和身体需求的“伪银发经济”产物不在少数,比如某些保健品、某些打着“科普”名义实



际上毫无价值的网络信息等,都是以服务老人为名骗取老人钱财,对老人身心造成伤害。既然我国老年群体还在不断扩大,国家也非常重视老人晚年保障,有关部门应针对“银发经济”出台更多细化管理规定,严厉查处各类侵害老人权益的行为,方能保证老人购物时放心安心,让“银发经济”走向良性循环。

(毕舸)

一家之言

快递小哥评职称 让制度激励人才

据报道,近日,山西省太原市人力资源和社会保障局向全市首批38名“快递小哥”颁发初级职称证书。今年以来,全国多地陆续开展了对快递工作人员的职称评定工作,最高的可以评为正高级工程师。不过,目前“快递工程”的职称评审是针对整个快递行业,取得职称的多是快递物流企业的行政或管理人员。

不少人以为一线揽收派送的快递小哥也可以评职称,实际上,此次职称评定的是“快递工程”,面向的是快递行业整个链条上的岗位。除了我们平常接触到的一线揽收派送的快递员外,快递行业的产业链条很长,很复杂,包括快递基地的布局、自动化设施的建设、技术研发等,其中诸如依托大数据、人工智能技术的不少岗位的技术含量很高。从此次职称评定的条件和门槛来看,更多地是面向快递工程技术人员,从实践看,目前获评职称的也多为技术人员或行政管理人员。

厘清对“快递小哥”可以评职称”的误读,更有必要对快递行业本身的发展有更深入的了解。对快递工程技术人员而言,2015年新版《国家职业分类大典》明确了快递工程技术人员职业分类,但是相应的职称评价制度尚未建立起来,快递工程技术人员的技术资格缺乏国家和行业认可。为其开拓更广阔的职业空间、规划更合理的职业发展路径,是保障快递行业健康发展的应有之义。在职称序列中增设快递工程专业,正是基于这一现实考量。

有统计显示,我国快递员数量有300万人,这无疑是一个庞大的劳动群体。对一线普通揽收派送人员而言,评职称显得与现实颇有距离,他们更在意的,可能是如何保障能拿到合理的薪酬,路上出了事能否享受到工伤保险待遇,被投诉或差评后有没有申诉通道等等。所以,我们与其在快递小哥也能评职称上欢呼鼓掌,不如共同呼吁保障其货真价实的权益。

与此同时,我们更应该关注的,是一个行业的健康快速发展需要标准化、专业化的评价机制和人才选拔机制。我国快递行业的发展面临着全球化竞争,比拼的不仅仅是谁能风里来雨里去,更是产业链条中端、后端的高技术研发与应用。就此而言,提升快递工程技术人员职业化水准,事关整个行业的未来竞争力。同时,有必要关注的是,我们需要更多举措保障包括快递员在内的新兴行业从业者的劳动权益、激励创新创造的工作热情,为这些行业从业者的发展前景提供更多支点。

(吴迪)

“打假”变造假 岂非引火自焚

前不久,寄生电商平台的“羊毛党”浮出水面,受到舆论热议。最近,新京报记者卧底调查了数十个针对电商的“打假”群发现,一些“职业打假师”兜售“打假秘籍”,以开门收徒的方式裂变出一个又一个打假团队。有些团队还会向商家收取几百元到上万元不等的“保护费”,承诺“免打”保护。显然,“保护费”已经让所谓的职业打假走了形、变了味,甚至已经涉嫌违法犯罪。

其实,不止是收“保护费”,电商领域的“打假”,很多都走向了违法。如提供虚拟地址故意说未收到货、通过P图出具假货鉴定,甚至直接在产品包装上打出虚假生产日期……打假者变成造假者,这已经违背初衷,走向反面。而既然是一种职业,总该有最起码的职业规范和道德。

报道中有一个细节,一位资深“打假”者给记者“传道解惑”：“没有不怕投诉的商家。如果几十个人一起投诉,平台会默认是商家的问题,一打一个准。”这句话看似平常,却充分暴露了问题所在。商家之所以噤若寒蝉,正是源于平台的习惯性“默认”。

因此,平台不能陷入“投诉即有问题”的怪圈。面对“魔高一丈”的“造假打假”,也应打造自己专业处理投诉的团队,提高“裁判”能力,甚至可以尝试和市场监督管理部门建立线上通道,引入官方的鉴别评判力量,从而避免对商家的误伤甚至误杀。

更何况,商家的过错,也分主观故意和客观失误。对于前者,当然要依法严惩;对于后者,要本着“提醒修正”的原则,给商家适当的处置和改进的机会,目的是为了优化营商环境,创造出更大、更多的社会效益。(与归)

业委会发福利 为何引发争议

业委会给全体业主发钱,还有这等好事?这个“别人家的小区”在浙江杭州。据当地媒体报道,近日,该小区的业委会向全体业主发放征询意见表,征询意见的内容就是“经营性收入120万元分红”。

近年来,各地陆续出现这种“慷慨”的业委会:2018年,长沙一小区业委会向业主派“红包”,其中最大的“红包”达2000余元;2019年年初,杭州一小区张贴公告,宣布将发放每户300元超市卡……然而,这些大派福利的行为却引发越来越多的争议,甚至有的还被叫停。

为什么发福利还有人反对,而且其中不少人就是业主?原因有二:其一,有些发福利行为不合程序。根据相关物业管理法规,物业经营性收益归全体业主所有,可用于共有部位设施设备的维修、更新、改造或者补充物业专项维修基金,也可以按照业主大会的决定用于物业管理方面的其他需要。所以,业委会自己擅作主张肯定不行,需通过业主大会表决。其二,发福利被认为是短视行为,对小区的未来不负责任。反对者认为,应更合理地运用这些经营性收入,做好预算,大部分用于物业共用部位、共用设施设备的维修和养护,其他则可作为娱乐文化经费。

其实,业委会拿出一部分物业经营性收益给业主发福利,只要合乎程序,并不违规。问题的关键在于财务状况是否透明。业主有权知道这些经营性收益都被用于何处,业委会或物业有责任公示公开经营情况和收益处置情况。只要财务真的公开、透明,收益用得合规、合理,就算没有福利可拿,业主们也不会纠结于此。(胡俊)

智能客服不能以“省成本”为中心

如今,很多企业都采用了智能客服,但由于技术发展水平有限和管理不善等原因,智能客服常常不能顺利解决用户的问题。很多时候,智能客服还给人留下了“兜圈子”“冷冰冰”的印象。上周,中国青年报社社会调查中心对2001名受访者进行的一项调查显示,57.9%的受访者直言智能客服会理解不了顾客提出的问题,答非所问,49.3%的受访者认为智能客服会用固定的话术应付人,解决不了实际问题。

相比于人工客服,机器人不知疲倦、反应速度快,而且不会受到情绪困扰,可以24小时在线,具有得天独厚的优势。对于企业和商家而言,一次投入可以长期使用,至多是定期进行软件升级,就可以让这套系统同时应对成百上千消费者的问题,价格低廉、效率更高,何乐而不为呢?

当然,机器人也有自身的短板。以当下的现实来看,很多机器人系统并不足够智能,只是通过识别消费者话语中的关键词,给出固定的答复,然后再让消费者做选择题。如果消费者的问题不在数据库中,就只能不断回复“不好意思,亲”或答非所问了。因此,消费者的直观感受是“态度好却不解决问题”,效率比人工更低。

事实上,没有谁比商家自己更清楚它的短板,但之所以执意如此,还是出于成本考虑,而没有把客户体验放在第一位。可见,智能客服体验差,错不在人工智能,而在于这项技术发展尚不成熟就投入市场,更在于商家只想节省成本,却罔顾消费者体验。其实,这都是急功近利的表现,这些不重视售后体验的商家,看似省了钱,但迟早会对销售产生不良影响。(宋鹏伟)