

“小公主”追逐军旅梦



本报记者 王志浩 通讯员 沈昀珏



训练时的飒爽英姿



军营里的女汉子



三公里全副武装越野



排长纠正新兵的动作



射击场上的女汉子

在这个“网红”盛行的时代,有一群特别的姑娘,她们剪掉长发、穿上迷彩服,舍弃了曾经离不开的化妆品和各式时装,毅然跨入军营大门。入伍前,她们是父母心中的“小公主”,如今,她们在省武警总队训练基地每天接受着艰苦训练,追逐自己的军旅梦。这些平均年龄仅20岁的女兵将在这里接受为期三个月的新训生活,蜕变成“女汉子”。11月28日,记者走进了这支不爱红装爱武装的隊伍。

训练场上,入伍刚满两个月的新训女兵正在进行射击训练。她们训练的内容包括“定时”据枪、负重据枪和模拟击发,尽管射击看起来要领容易,动作简单,但操作起来却很有难度,女兵们往往训练据枪一“定”就是半小时以上,训练瞄准一趴就是几个小时,训练击发一扣就是几百次。尽管手腕发酸、胳膊生疼,但为了尽快成为神枪手,她们依然坚持不放松……

除了射击训练,在接受三公里越野训练时,部分女兵还必须忍受女性特有的生理期考验。每次三公里越野后,女兵们还要坚持做压腿训练,尽管做这些定型动作需要忍受手麻、脚软和腿痛,但对于她们来说,早已成为训练的必修课。以往她们或许是亲人眼中集万千宠爱于一身的掌上明珠,如今踏上军旅,她们必须成为充满斗志的巾帼英雄。

她们深知,只有经过磨砺,才能成为肩担重责、身负重任的卫士,才能成为真正的军人!

支付宝“圈子”现大尺度图片引发争议

专家称平台应承担事后监管义务,网信办称企业应负自查责任

《新京报》记者 王煜 李明 实习生 武琳悦

两本“日记”,让在线支付平台“支付宝”陷入一场争议中。

今年11月24日,支付宝上线了“圈子”功能。这个类似社群的新功能,依据人群及兴趣,划分出多个共享社区。而在这之中,“校园日记”及“白领日记”两个圈子,引发舆论关注。记者发现,在规则制定上,上述两个圈子只限女性用户发布图文信息,男性用户可点赞及打赏,而如果信用积分“芝麻信用”积分超过750分,则可以评论。部分女性用户通过发布大尺度照片,吸引更多打赏。

昨日上午,支付宝通过其官方微博回应称,“圈子”系其与合作伙伴的一次尝试,目前还处于测试中。对于发布含有色情、人身攻击、明显广告信息等违规言论的行为,圈子管理员有权删除其动态,对账号禁言,甚至拉黑处理。

“圈子”内测现大尺度照片

11月24日支付宝发布9.9.7版本,据支付宝方面介绍,此番引起热议的“圈子”产品正式面向少量用户开放、进行测试。

所谓“圈子”也就是支付宝方面根据用户平时的消费习惯、个人喜好、个人特征等信息,通过行业通用的大数据算法,将用户归入不同的“圈子”。用户在使用支付宝时,会收到平台发出的“圈子”推荐信息,用户可以选择“忽略”或“不再接收”。

在支付宝客户端搜索框输入“日记”两字,便可检索到名为“校园日记”和“白领日记”两个“圈子”。点击进入后,两个圈子内均有大量年轻女性发布的个人照片。而在照片下,则有三个功能按钮,分别为点赞、评论和费用打赏。

记者获得的多张截图显示,部分用户在上述圈子中发布的照片尺度较大,并配有“晚上一起玩”等之类的暗示性字眼。而这样的照片,往往能收到为数不菲的打赏。

据支付宝工作人员介绍,“校园日记”和“白领日记”两个圈子,在类型上属于开放型。封闭型圈子是无系统邀请,不能浏览

的。开放型则是用户无论是否收到支付宝平台的邀请,均可浏览圈子内容。只有收到邀请的用户,才能发布动态。

记者注意到,“校园日记”和“白领日记”均只限女性用户发布消息,男性用户只能对内容点赞,或者直接打赏。如果用户支付宝的“芝麻信用”积分未达750分,则不能进行评论。

“芝麻信用”是阿里巴巴公司金融运营平台蚂蚁金服旗下的第三方征信机构,其通过云计算、机器学习等技术呈现个人信用状况,并计算用户的相应积分。积分越高,用户在信用上越“优质”。

“随拍随发”防盗图

11月28日下午,记者以用户身份,对圈子功能进行了一次体验。

在“校园日记”圈子内,记者发布了两张个人生活照,并配以“求赏”文字。发布后,照片很快呈现在“校园日记”圈内。约7分钟后,记者便收到57个“赞”与5笔“打赏”,金额总计人民币1.02元。好友申请和打赏全部来自于男性。约1个小时后,记者发布的此条信息一共收到317个“赞”、120余个好友申请、11个“打赏”总计3.47元人民币。

在此次关注的热点中,大量年轻女性大尺度的照片成为焦点,一些网友质疑这些大尺度的照片是否为发布者的真实照片。记者注意到,下午1时35分,用户还可选择相册中的图片发布信息,而到了2时29分,再次点击发布图片时,页面已经直接转为拍照页面。也就是说,此时用户只能“随拍随发”,而不能选择相册内照片。

对此,“校园日记”圈的管理员“北葵向暖”回应称,此次规则变化系因“盗图的太多,所以加以限制”。记者发现,在点击“打赏”按钮后,界面弹出打赏金额,通常在一元钱以下,再次点击,该笔打赏便通过支付宝直接支付。

28日上午,支付宝回应称,“基于支付宝强大的实名和大数据能力,一旦发现不良信息,我们有能力在第一时间识别,并会采取措施进行分类处理,同时也会协同合作伙伴共创良性的社区环境。”

支付宝官方回应表示,圈子是为共同兴趣用户提供的、基于实名的互动共享社区,仅在测试期间就已经吸引众多合作伙伴参与。目前,支付宝已经上线了近百个圈子,覆盖的领域包括金融类的股票、兴趣类的同城宠物、跑步、健身、读书以及海外的华人圈等。

■ 焦点

支付宝“圈子”是否涉违规? 律师称应承担事后监管义务

在中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍看来,支付宝“圈子”此前出现的“大尺度”照片从互联网传播上说,可以定义为“低俗内容”,国家网管部门出台的相关规定,要求互联网平台内容需符合社会道德风尚,支付宝“圈子”中出现的一些信息显然不合规。

在北京中闻律师事务所互联网法律业务部副主任王东看来,“圈子”功能对用户设有信用值门槛,属于企业行为,操作上并无不妥。由于支付宝平台拥有电子支付牌照和资质,因此直接设置“打赏”也并不违法。但作为互联网平台企业,其应完善内容的技术识别与分析手段,杜绝平台上的不适当信息。

王东认为,在内容监管上,支付宝主要承担的是事后监管的义务。他表示,互联网信息量大,运营方对平台内容进行事先审查,实际上难以实现,但如果用户向运营方投诉,则运营方应当确认并及时处理。王东表示,如果平台出现不适当内容,且因此侵犯到其他公民的权益,如肖像权、名誉权等,则应承担民事责任。此外,对于用户而言,如果通过平台散播淫秽信息,则会违反《治安管理处罚法》的相关规定。

大尺度内容谁来监管?

网管部门称企业负有主体自管责任

有业内人士指出,支付宝推出“圈子”功能,意在发展基于支付平台的社交功能。平台如果发布违规内容,其监管责任由谁承担?昨天下午,杭州市网信办一名工作人员告诉新京报记者,互联网平台一般是由属地网信部门进行日常管理,但地市级没有执法权,只是依照相关管理规范对网站平台进行指导。

该工作人员表示,规模较大的互联网企业,均有主体自管责任,在平台内容方面,企业应先行自管。

中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍称,此次“风波”不排除有低俗内容发布者想在平台上获利的诉求。此外,对互联网平台而言,政府管平台,平台管内容是基本原则,属地部门和国家网信办也有权及时叫停。