

# “小公主”追逐军旅梦



本报记者 王志浩 通讯员 沈韵琪



训练时的飒爽英姿

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，毅然跨入警营大门。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队伍。

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！



军营里的女汉子



三公里全副武装越野



班长纠正新兵的动作



班长纠正新兵的动作

## 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一种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范，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。