

限制性侵案前科人员从业,值得点赞

要打击性侵害犯罪,切实保护未成年人,就需要这种坚决有力的举措,就需要这种敢作敢为的制度创新。

杨鑫宇

近段时间,多起性侵害案件屡屡登上国内新闻头条,加深了社会对这种违法犯罪行为的憎恨和恐惧。性侵害如同一道黑影,笼罩在所有潜在受害者的头顶,严重威胁着公民的人身安全与社会的和谐稳定。如何有效治理这一社会“顽疾”,切实保护潜在受害者人身安全,是各级立法、司法、执法机关必须面对的重大课题。近日,上海市闵行区作出的一项重大突破,值得我们“点赞”。

去年11月,上海市闵行区检察院在办理某起教师猥亵学生案件时,曾依法建议法院禁止被告人在一定时期内从事教育及相关工作,首开“限制性侵罪犯从业”之先

河。今年,闵行区更进一步,尝试将这类禁令制度化。当地近日实施《关于限制涉性侵害违法犯罪人员从业办法》,规定近5年中实施过强奸,猥亵儿童,组织卖淫,强迫卖淫,引诱、容留、介绍卖淫等行为的违法犯罪人员,将被禁止从事与未成年人密切相关的职业,限制对象包括但不限于教育、医疗、游乐等行业。

要打击性侵害犯罪,切实保护未成年人,就需要这种坚决有力的举措,就需要这种敢作敢为的制度创新。

这项制度创新触及了公众对性侵害犯罪恐惧的两大痛点——其一是人们对性侵害未成年人违法犯罪的极端反感,其二则是人们对于“潜伏在身边的恶魔”的深层恐惧。

回顾近些年来引起社会热议的性侵害案件,许多案件与未成年受害者密切相关。未成年人是社会未来的希望,本应在呵护之中健康成长,然而性侵害违法犯罪的魔爪却总是伸向这些祖国的花朵,既令人愤怒,也使人忧心忡忡。闵行区出台的新规定,断绝了许多有性侵害倾向的前科人员的犯罪途径。2016年,社会组织“女童保护”曾发布统计报告,显示我国70%以上针对儿童的性侵害都是“熟人作案”,易于接触儿童职业的从业者作案占比很高,包含教师、校车司机、学校厨师、幼儿园工作人员、保安、舞蹈团成员等。这些职业的从业者一贯受到未成年人及其家长信赖,只有依靠有关部门在制度层面严格禁止有前科的人再次进入这些行业,才能在一定程度上缓解人们心中的恐惧。

尽管闵行区此次出台规定,引来了一定的争议和反对——反对者认为,这种做法伤害了性侵害罪犯的隐私,构成了对刑满

释放人员的歧视。但说实话,这样的规定在中国来得已经太晚。1994年,美国女童梅根遭到有性侵害前科的男子杰西·提门德夸斯性侵并被杀害,受害者父母根本不知道这位有前科的“恶魔”搬到了他们居住的地方。这起事件在美国催生了“梅根法案”,法案规定所有性侵害案犯的信息都将被公开,以保护潜在受害者不受伤害。闵行区的新规只是对他们就业的领域作出了限制,这就好比患传染病的人不适合从事食品卫生行业一样,只是基于职业要求本身的考虑,远远谈不上什么“歧视”。

闵行区这次开了一个好头,但是仅有开头是远远不够的,如果这些性侵害犯离开了闵行,还是可能混进教师队伍,并可能借此继续侵害其他地方的未成年人。因此,我们有理由呼吁其他地方也尽快在这一方面展开探索,争取早日建成全国一盘棋的性侵害犯从业限制制度,以真正实现了对未成年人的全面保护。



小区隔离墙 叫停没商量

近段时间,北京、深圳等地一些小区物业设置隔离墙,将商品房和保障房进行分隔管理,违反了有关物业管理规范,引起人们关注。北京市住建委日前发布通知,明确要求企业未经许可不得自行设置任何形式的区域隔离,否则将受到相应处罚。

涉事小区分隔管理的做法,违反了地方政府对配建小区物业的管理规范。以北京市为例,2015年发布的《关于加强保障性住房等住房物业服务管理工作的通知》明确要求,实施统一物业管理的小区,建设单位不得通过增设围栏、绿植等方式,将同一个物业管理区域内的保障性住房与商品住房分割。此外,已建成的小区增设分隔管理附属设施也违反《物业管理条例》和《北京市物业管理办法》,必须立即停止。 新华社

对“排队托”营销 不能放任不管

面对价格不高的产品,大多数消费者被“排队托”忽悠,忍忍就算了,毕竟损失不大;一旦“房托”成为揽人、骗人的“道具”,其造成的危害不容小觑。因此,对“排队托”构建的营销陷阱不能放任不管。

杨玉龙

近来,“网红店”频频出现,引来社会关注。“网红店”吸睛的一大利器便是排队——店铺门前排起长龙,一派生意火爆的景象,进而吸引消费者。然而,有人提出,这样的长队是“虚假繁荣”,店铺雇佣“排队托”已然涉嫌商业欺诈。

“排队托”作为一虚假招式,违背市场道德,且涉嫌商业欺诈。据悉,“排队托”已然形成了产业链。在QQ找群功能中搜索关键词“充场排队”“兼职充场”,就会出现大量“充场排队顶人气”的QQ群。

面对价格不高的产品,大多数消费者被“排队托”忽悠上当,忍忍就算了,毕竟损失不大;一旦“房托”成为揽人、骗人的“道具”,其造成的危害是不容小觑的。比如,“房托”不仅排队假装购房,还善于利用买房人的心理,夸赞房子的优点、跟对方抢定房源甚至抬高价格,这就会引发房地产市场的混乱。

因此,对“排队托”构建的营销陷阱不能放任不管。一方面于商家而言,“雇人排队”虽能得来“虚假繁荣”,倘若产品质量上不去,消费者终有知道真相的一日,更别说靠“排队托”编织的消费陷阱,也难逃法律制裁。因此,商家诚信经营最重要,踏踏实实搞好经营,这才是安身立命之基。

另一方面,《侵害消费者权益行为处罚办法》明确规定,经营者不得采用雇用他人等方式进行欺骗性销售诱导,否则,可依照消费者权益保护法相关条款予以处罚。但是,基于执法取证尚存难点,也给违法必究带来难题。因此,相关职能部门既应加大对雇托排队属于商业欺诈的宣传力度,更应该善于甄别消费者投诉线索,对不法行为精准出击,依法惩处。

同时,于消费者而言,面对消费市场,都需要理性看待。一则认清商家的本真面目,切莫被虚假宣传所蒙蔽;二则也应理性、科学消费,切莫只贪图品牌、价格、人气等。事实上,无论何种“托”,只要消费者不自乱阵脚,就会远离消费陷阱。

刷爆朋友圈的“小朋友画廊”,本可以做得更好

“小朋友画廊”由平台官方发起,最理想的状态,应当是通过专业化操作来形成一种规范化慈善募捐的示范。不妨把这次活动当作一次朋友圈慈善的演练,其中的不足和教训,值得认真总结和记取。

朱昌俊

8月29日,很多人的微信朋友圈都被一张张图画刷屏。这是一项由腾讯公益发起的公益活动——“小朋友画廊”。在这里,有许多由不同“小朋友”创作的作品正在出售,每幅售价只有“1元”。不过,到了午间,一则怀疑投资商捞钱的传闻刷爆各个微信群。对此,腾讯方面作出回应:99公益日“小朋友画廊”H5,是由腾讯公益和“wabc无障碍艺途”公益机构联合出品的线上线下互动公益项目,不存在所谓的“投资商”。

购买“小朋友”画作其实是一次公益募捐。截至8月29日14:30,这一活动募集到了15029044.79元善款,共有580多万人参与募捐。如此高的效率,既得益于朋友圈的这一平台的造势效应,也与活动本身的低门槛和画作的展示效应有关。从最终效果来看,这次募捐活动当然是成功的。但正如质疑所显示的,这次公益活动本可以做得更好。

首先是程序方面,任何公益募捐活动,都要清楚表明募捐的目的和善款的

用途去向,以及后续的公开问题。这次的捐赠页面,据说也注明了善款“将全部助力中国心智障碍特殊群体的艺术疗愈和社会融合项目”,但整体看表述还是较为笼统,受益人也比较模糊。典型一点是,捐赠者“购买”画作的钱,是捐给画作作者本人,还是统一使用?此外,还有相关专业人士对画作的来源和创作存在疑问,具体到底怎样,这些也宜事先作出真实的交代,以免引发后续的质疑。

其次,根据慈善法的相关规定,开展公开募捐,应当在募捐活动现场或者募捐活动载体的显著位置,公布募捐组织名称、公开募捐资格证书、募捐方案、联系方式、募捐信息查询方法等细节,但这次的捐赠页面,并未出现相关信息。对此,相关慈善基金回应称,此前因为人手有限,所以未能在项目页、官网等公开渠道上传资格证书,后续会跟进、公开募捐资格。而这些,本该在发起捐赠时就同步展示,等到后续由于舆论质疑再作回应,不仅有失规范,也难免产生不必要的慈善公信消耗。

去年深圳“罗尔事件”警示我们,朋友圈慈善本就应该慎之又慎。这种慎重,要从募捐程序规范操作入手,充分遵循慈善法的规定与捐赠人的权利,匹配慈善的本义,体现公益慈善活动应有的专业性。特别是考虑到朋友圈平台效应的巨大,任何的一点瑕疵和不足,都有可能被放大,从而伤及本就脆弱的慈善公信。

事实上,此次活动由平台官方发起,最理想的状态,应当是通过专业化操作来形成一种规范化慈善募捐的示范。但就现实来看,相较这一点似乎还有不小的距离。好在,相关方面对于质疑的回应比较迅速,避免了因为信息不对称和程序缺陷可能引发的不必要的公信损耗。

所以,不妨把这次“小朋友画廊”当作一次朋友圈慈善的演练,其中的不足和教训,值得认真总结和记取。而且,我们说要总结经验 and 记取教训,也是同时对踊跃的捐赠者说的。一方面,活动迅速完成募捐目标,体现了大众的慈善意愿依然强烈。另一方面,也提示慈善参与者对于慈善活动应更具“挑剔”和专业的眼光,不能仅仅是“跟风”参与。