

来论

安装摄像头或带有摄像功能的智能门锁，初衷往往是为了保障家庭安全，防范不法分子。然而，在实际操作中却存在“双刃剑效应”。这些设备的摄像范围很可能覆盖邻居家门口或对着公共区域，就算没有偷窥他人隐私的企图，也可能造成他人隐私泄露的结果。

## 家用摄像头不能逾越“家用”边界

随着科技的飞速发展，智能摄像头、智能门锁等带有摄像功能的设备日益普及，为我们的生活带来了诸多便利。然而，当这些设备被随意安装在自家门口或门上时，却可能引发一系列隐私权纠纷。近期，多起因摄像头拍摄到邻居家门口影像而引发的争议，再次将这一问题推上了风口浪尖。

安装摄像头或带有摄像功能的智能门锁，初衷往往是为了保障家庭安全，防范不法分子。然而，在实际操作中却存在“双刃剑效应”。这些设备的摄像范围很可能覆盖到邻居家门口或对着公共区域，就算安装者没有偷窥他人隐私的企图，也可能造成他人隐私泄露的结果。

民法典第一千零三十二条规定，“隐私是自然人的私人生活安宁和不愿

为他人知晓的私密空间、私密活动、私密信息”，明确将“私人生活安宁”纳入隐私权保护范畴。但民法典对“私密空间”的范围没有做出具体界定。

与此同时，“家门口”并不属于完全的公共空间，具有一定私密性。在“家门口”安装监控摄像头，是否构成侵权，问题就在于安装行为是否侵犯了他人的隐私权、个人信息权益等合法权益。安装者要能平衡好自身权益与他人合法权益之间的关系，兼顾自利与他利。

所以，如何保护“私人生活安宁”，又避免侵犯他人隐私权等合法权益，还有必要进一步在法律上对“私密空间”的范围予以明确划分，弥补监管空白，要将可视门铃等纳入强有力的监管范畴，明确使用边界，避免家用监控成了侵犯他人合法权益

的“罪恶之眼”。

公众要能明晰权利边界，增强法律意识，懂得尊重他人的隐私权，同时也要增强维权意识，对他人侵犯自身权益的不法行为，要勇于维权，要在维护自身合法权益的同时，避免侵犯到他人的“私域”。

同时，还要防范安装摄像头存在隐私泄露的风险，如需要摄像头的生产者持续完善相关软件和硬件技术，克服技术缺陷；用户也要有意识地设置强密码和校验，在选购摄像头时，选择品质靠得住的产品。

“可视门铃”不能成了“偷视门铃”，家用摄像头不能逾越了“家用”边界。要防范家用监控带来的“双刃剑”风险，需要多措并举，让家用监控变得“可控”，更好地用于家庭安全防护。

据中国妇女报

观点

## “研究生多到无宿舍可住” 社会力量可以有所作为

在2024年全国考研初试成绩公布之际，一篇题为《研究生多到无宿舍可住》的报道引发网友热议，也给一些拿到成绩准备面试的学生平添些许焦虑。其实，这不是今年才出现的新现象。

针对这一问题，2024年1月18日，国家发改委、教育部等七部门联合印发的《关于加强高校学生宿舍建设的指导意见》提出“鼓励高校通过购买、租赁学校周边的人才公寓、商住楼等社会用房，补充宿舍资源”，无疑为当下高校研究生住宿紧张提出一个明确的解决思路。

高校通过与社会力量合作的方式在学校周边解决研究生住宿问题，有利于减轻学校基建与后勤管理的包袱，让学校把更多资源投入到教学科研建设中来。当然，在这一过程中，学校必须坚持以学生为本，高度关注学生利益，切实为学生解决困难，比如适度减免学生学费或提高奖学金比例与金额，减轻因住宿社会化给学生造成的经济负担与后顾之忧。这是学校须臾不可忘记的责任。 据红星评论

## 手提袋成“时尚单品” 流行的是消费理念

据媒体报道，最近“深圳市包”火了。这不是什么名牌包，而是各种手提袋——帆布袋、纸袋、奶茶袋、外卖包装袋等，因被太多深圳市民拎着高频出现在各种场所，而被命名为“深圳市包”。不只是深圳，在北上海等大城市中，越来越多的人开始拎着手提袋出行。

这些包装袋受到欢迎，最直接的原因就是方便实用，不少外卖包装袋设计精美，材质防水保温，正适合人们通勤时携带餐食；而且，这些手提袋价格低廉，耐脏抗造，使用时不必小心翼翼，用旧了大可随时更换，省事又省心。

拎手提袋成为一种风尚，也与当下简约、共享的消费观念有关。如今，越来越多年轻人主打“该省省该花花”的消费理念，不再为了面子盲目追求大牌，更加关注自己的真实需求；不再需要省吃俭用买奢侈品为自己“装点”，更愿意花在真正热爱的事物上，让精神世界充盈。务实的选择，不仅反映了这届年轻人“活得更明白”“活得更自信”，实则也是盲目追捧、狂热消费后的理性回归。人们发现，奢侈品的苛刻和挑剔可能与日常的生活场景并不适配，舒适随性才是生活的理想状态。简约低碳的消费趋势，通过小小的手提袋，给行业经济和社会观念带来积极影响。

据光明网

## 消防队长吃霸王餐被开除 对吃拿卡就要“零容忍”

近日有网友举报，河北省“魏县消防大队王某亮队长大耍官威，带着一家老小吃霸王餐”，引发社会关注。举报中称，王某亮在大年初二带领一家老小二十余人来到某艺术酒店，不仅大肆享用美食，还在饭后出人意料地开出一张高额罚款单。举报者出示了一份应付金额1394元的结账单，上面有“消防队”“王某亮”“买单”等字样，另外还有一张4900元的罚款统一收据。举报人表示“不明白哪里得罪了王大队长，让他如此无情地对待我们”。

河北省消防救援总队工作人员告诉媒体，王某亮已被开除。开除当事人或许并不能为事件处理画上圆满的句号。我国行政处罚法明确规定：行政处罚应当由具有行政执法资格的执法人员实施。执法人员不得少于两人，法律另有规定的除外。执法人员应当文明执法，尊重和保护当事人合法权益。

个别工作人员自身的权力观念严重扭曲，利用职权牟取私利，对执法对象百般刁难。对此，有关部门还需保持警惕，明确对“吃拿卡要”乱象的“零容忍”态度，避免“息事宁人”“大事化小”的应对思路。也只有正视问题，严肃处理违法违规操作，才能真正起到震慑作用，约束好工作人员的行为。

据中青评论

## 建议“离线休息权”入法，更是大众共同心声

龙敏飞

今年全国两会即将召开，全国政协委员、全国总工会办公厅主任吕国泉提交了一份《关于保障劳动者离线休息权的提案》。近日，吕国泉在接受记者采访时表示，网络时代数字信息技术使劳动突破了时空界限，提供了灵活的工作方式，但也模糊了工作与生活的“边界”。一些用人单位要求劳动者进工作群，下班时间依然可以通过微信等方式安排工作，劳动者的休息权得不到保障。他建议在劳动法立法层面引入离线休息权，提高企业隐形加班的违法成本。

信息时代的到来，极大地方便了劳动者，让居家办公、线上办公成为可能，很多劳动者因此实现了“家庭与工作兼顾”的美好愿景。然而，信息社会在带来便利的同时，也带来了现实困扰，比如隐形加班层出不穷，以至于劳动者的离线休息权无法得到保障。此前，一份《职场人加班现状调查报告2022》显示，84.7%的职场人在下班后仍会关注工作相关信息，40.5%的职场人

加班后得不到任何形式的补偿。这种现实下，呵护劳动者的离线休息权不仅是政协委员的建议，更是大众的共同心声。

“离线休息权”得不到保障，不仅让劳动者身心俱疲，也侵害了劳动者的合法权益。一方面，对于劳动者的“精神状态”来说，时刻在线的“紧张感”“焦虑感”肯定会影响身心健康，而下班后频繁地处理工作事务，也会给家庭生活带来一定困扰。另一方面，这也是对劳动者合法权益的一种侵害。“隐形加班”在举证和认定上存在极大困难，这让不少劳动者困在工作系统中无法“脱身”，这是一个必须防范的恶性循环。

保障劳动者的离线休息权，是对信息时代的必要举措，也是提升劳动者生活品质、促进和谐劳动关系的应有之义。在这方面，意识和行动也在积极跟进。2023年5月，北京市第三中级人民法院在审结一起劳动争议案件时，认定劳动者长期在工作时间、工作场所以外通过微信等工作属于加班，用人单位应支付加班费。在2024年1月北京市十六

届人大二次会议上，北京市高级人民法院工作报告回应网络时代隐形加班现象，将下班后利用微信付出实质性劳动认定为加班。这是可喜的进步，值得肯定，但这只是北京一地的行动与努力，距离大众的期待与希冀，依然有不小的差距。

为了更好地保障劳动者的“离线休息权”，需要多措并举、综合施策。首先，国家层面的立法应积极推进。要加大对信息时代劳动者工资、工时、休息、休假等方面的权益保障，厘定时间边界、出台配套细节，让其有法可依。其次，要加大惩罚力度，提高违法成本。对监管部门来说，不仅要努力避免“指尖上的形式主义”，更要加大对违法违规企业的惩戒力度，以形成更大的震慑力。此外，除了法律的刚性之外，治理的“柔性”也应发挥作用，要积极引导用人单位承担起社会责任，自觉主动维护好劳动者的合法权益。

倡导将“离线休息权”入法，这样的好提案多多益善。不管怎样，我们都希望劳动者的权益在信息时代也能无死角、全覆盖地得到保护。

## “18岁就要抗初老”？消费主义陷阱需警惕

画里话外

评论员 孔雨童 绘画 徐进

据报道，近年来，不少医美机构为诱导年轻人进行医美，开始炒作“18岁就要抗初老”。而事实上，过早抗衰老治疗可能适得其反，甚至带来脸型的变化。

为什么要强调及早医美，或者预防性抗衰老？对此，有专家一语中的——“可以扩大消费者的群体面”。

而类似的手段已不陌生，一段时间以来，类似“微笑唇”“精灵耳”“直角肩”“漫画腿”在众多社交媒体上被热炒，但这些身材潮流背后，是极端追求带来的



健康损害和美容院的生意经。

其他领域亦是如此，洗脑口号“×年段的暑假最可怕”是为了再卷更多年龄段孩子报班；“盲盒”“卡片”“玩偶”圈子对某些产品的热炒，最终目的也是拉更多人入局，沉迷购买或一掷千金……

消费对社会的作用和价值当然毋庸置疑。但在一波波目的明晰，人为地激发焦虑、炒作潮流、创造“节日”、制造需求中，大众需警惕那些“陷阱”，在“渐欲迷人眼”的“乱花”中保持理性，少喝“迷魂汤”，避免价值迷失和权益受损。

相应地，监管部门应加强对虚假宣传、炒作的管理，媒体也应通过调查科普，多给这些“陷阱”竖起“警示路牌”。

投稿邮箱：qilipinglun@sina.com