

年终特稿

编者按

近年来,以互联网、大数据和人工智能为代表的新一代信息技术快速发展,为经济发展提供了强大动力,极大地方便了人们的生活。新技术、新业态、新模式在发展中带来了新的法律课题。

比如,数字信息技术的发展打破了传统工作模式的时空界限,也模糊了劳动者工作与生活的边界;人工智能合成技术加速发展,如何拉紧法律“缰绳”引关注;数字消费新业态逐步涌现,消费者权益保障面临新情况、新挑战。这些都离不开法律划底线、立规则、筑保障。



2024,个案彰显正义

“朋友圈被领导点赞成加班证据”案 回应数字时代劳动者关切

2024年12月,一则“朋友圈被领导点赞成认定加班证据”的新闻冲上热搜。一员工在休息日推广公司产品,发朋友圈后获得领导点赞,后该员工被公司解雇,以领导在朋友圈点赞证明自己加班,主张公司应支付加班费,获法院支持。

数字时代,劳动者权益保护呈现出新的特点,给司法审判工作带来新的挑战,司法机关也在积极回应劳动者关切。该案审理法院认可员工提供的加班电子证据,这是司法在不断顺应数字时代劳动形态变化、化解纠纷上作出的有益举措,也是对劳动者维权的有益启示和有效指引。

余华英拐卖儿童案

对社会正义的坚定维护

12月19日,余华英拐卖儿童案终于尘埃落定。自1993年起,余华英伙同他人拐卖17名儿童,致使12个家庭破碎,犯罪情节恶劣。此案历经多次审理,最终由贵州省高级人民法院二审维持原判,判处余华英死刑。

本案件的判决,是对余华英罪行的严厉惩处,也是对被拐卖家庭的抚慰与交代,也是对拐卖犯罪的有力震慑与警示,是对社会正义的又一次坚定维护。同时,鲜明表达了我国严惩拐卖人口犯罪的决心。

打击“职业闭店人”首案

全链条打击违法产业链

2024年10月,北京市市场监管局与市公安局经侦总队联合通报了全国首例打击“职业闭店人”案件,有关部门对两家涉嫌职业闭店企业及3家涉案中介、两名闭店人立案调查、罚款。

“职业闭店人”是指专门为经营不善尤其是采取预付费经营模式的经营者,策划闭店方案,实施闭店行为,并处理经营者遗留维权纠纷的群体,以“金蝉脱壳”规避法律风险。打击“职业闭店人”全国首案,释放出对“职业闭店人”及其背后产业链全链条打击的鲜明信号。

首例AI生成声音人格权侵权案

司法引导技术向善

2024年5月,北京互联网法院一审开庭宣判全国首例AI生成声音人格权侵权案。法院通过该案的审理,为新业态、新技术划定应用边界,亮明了保护人格权益与引导技术向善的司法态度。

随着AI语音合成技术的广泛应用,对声音权益的保护提出了前所未有的挑战。本案判决结果明确了在具备可识别性的前提下,自然人声音权益的保护范围可及于AI生成声音,明晰了AI生成声音侵权纠纷的裁判规则,厘清了相关技术应用的法治边界,为今后处理此类纠纷提供了可借鉴的司法参照。

男子被流浪猫绊倒案

厘清法律概念,传递价值导向

7月24日,备受关注的“男子被流浪猫绊倒投喂者赔24万元”案再开宣判。上海市闵行区人民法院改判:相关赔偿责任由体育用品公司承担80%,喂猫者肖某某承担20%。此前,男子在羽毛球馆打球过程中因踩到猫绊倒受伤,后将羽毛球馆所属公司及流浪猫投喂者、球馆员工肖某某告上法庭。

“投喂者”到底算不算“饲养者”?好心喂流浪猫,出了事儿却要担责,以后还能不能献爱心了?围绕上述疑问引发诸多讨论。法院给出了明晰的释理说法,强调了体育运动场所的安全保障义务,也给爱猫人士以提醒和指引:投喂流浪动物应当兼顾社会公共安全和他人的合法权益。

(法文)

用法律为新技术应用厘清边界

遏制“隐形加班”有了“显性规制”

【镜头】今年全国两会上,“隐形加班”写进最高工作报告。报告中提到,明确把“付出实质性劳动”和“明显占用时间”作为线上“隐形加班”的认定标准,让在线工作有收益,离线休息有保障。

“下了班还得线上办公”“24小时紧盯微信待命”……今年,“线上加班”“隐形加班”话题备受关注。

伴随着即时通信技术的发展,下班后还要通过微信等社交媒体处理工作成为不少职场人的常态。微信加班能不能拿加班报酬?劳动者的休息权如何更好地得到保障?“线上加班”“隐形加班”现象的出现,对劳动者休息权的保障提出了新要求。

在“隐形加班第一案”中,劳动者李某因在下班后通过微信等软件与客户和同事沟通而要求支付加班费。经过法院审理,认定李某在部分下班时间和休息日利用社交媒体工作超出简单沟通范畴,应认定为加班,并判决公司向李某支付3万元加班费。

本案首次对利用微信等社交媒体进行“隐形加班”提出相关认定标准。北京市第三中级人民法院法官郑吉喆表示,科技在发展,工作模式在转变,司法实践也应与时俱进。对于此类在数字经济背景下产生的新型劳动争议问题,本案突破传统加班认定模式,创造性地提出“提供工作实质性”原则和“占用时间明显性”原则作为对“隐形加班”问题的认定标准,填补了法律空白,保障了劳动者的“离线权”,为后续处理类似案件提供了参考与借鉴。

“不同于传统意义上在用人单位的加班,‘线上加班’存在用人单位难以对劳动者进行实时监控管理、劳动者亦难以举证证明其加班时长等难题。”北京市第一中级人民法院法官吴博文告诉记者,“在这种情况下,法官就需要根据个案具体情况,依据公平原则确定加班时长,尽可能平等保护用人单位和劳动者的合法权益。”

“隐形加班”现象,对劳动者休息权的保障和工时监管提出了新挑战。武汉大学法学院副教授王小辉说:“现行立法有必要

进一步对工作时间的类型进行细分,依据劳动者是否提供劳动以及劳动强度等,差异化适用劳动基准制度,以确保工时补偿的合理性。”

直播间“弄虚作假”,监管亟待加强

【镜头】直播间,主播被“埋”在一堆商品里,只露出上半身,一边打包货物一边和观众互动,营造出一种身处工厂、“工厂直发”的景象。

在短视频平台、电商平台和社交平台上,有不少直播间打着“工厂直发”“工厂实景直播”等口号带货。然而,不少直播间实际上是精心搭建而成,其背景可能是静态图片或循环播放的录播视频,或用绿幕抠图等技术合成的虚拟场景。

这样的“工厂直发”“工厂直销”,涉嫌虚假宣传,侵犯了消费者的知情权、选择权和公平交易权。

根据《网络直播营销管理办法(试行)》,直播间运营者、直播营销人员从事网络直播营销活动,不得发布虚假或者引人误解的信息,欺骗、误导用户。《互联网信息服务深度合成管理规定》和《生成式人工智能服务管理暂行办法》明确规定,以沉浸式拟真场景等生成或者显著改变信息内容功能的服务的,应当进行显著标识,避免公众混淆或者误认。靠深度合成技术虚构生产线背景,显然违反了这些规定。

近年来,直播带货产生了售卖假冒伪劣产品、进行虚假宣传等乱象。今年入冬以来,一些直播带货厂家“以丝代绒”“假羽绒制品”在线上、线下市场出现的情况引发社会广泛关注。

今年11月,浙江湖州织里警方发现,当地一家服装厂直播售卖假假的儿童羽绒服。经认定,涉案羽绒服的吊牌上标着70%绒,然而通过专业检测显示,该批服装羽绒绒子含量基本为0%。直播间的工作人员坦言,他们“以丝代绒”,直播间里展示讲解的样品和发到消费者家中的羽绒服压根不是同一种。

中国社会科学院大学互联网法治研究中心主任刘晓春表示,在之前已有规则和经验的的基础上,针对虚假宣传等高发问题现状,从政府监管到平台治理,应该提出具体的合规方向。无论对于平台还是直播间经

营者,都要给出一个明确的信号,那就是强调消费者权益保护。这也是未来直播行业发展的重要方向。

AI“赋能”造谣,新技术不能这么用

【镜头】“西安突发爆炸”“重庆巫溪一民房发生爆炸事故”……这些耸人听闻的消息,竟都是利用AI软件炮制的谣言。今年6月,媒体曝光一些不法分子为赚取平台流量补贴,实现流量变现,利用AI合成技术编造谣言,严重扰乱社会秩序。多地警方对相关责任人进行了行政处罚,并封禁其网络账号。

今年1月,某网络平台出现一条关于“西安爆炸”的消息称,当月10日晚,西安突然响起巨大爆炸声,文字下方还配发所谓爆炸的图片。消息一经发布,很快在网上传播。

据调查,“西安爆炸”虚假新闻的发布账号所归属的一家MCN机构,其最高峰一天能生成4000至7000篇假新闻,而公司实际控制人王某某经营着5家MCN机构,运营账号达842个。

与以往全靠自身“发挥想象力”杜撰“小作文”不同,如今有了新技术的“赋能”,利用AI造谣的门槛和成本都更低。只需要输入关键词,AI软件就能自动在网上抓取相关信息,生成文本,再配上貌似和事件具有相关性的虚假图片。这一过程基本不需要人工参与,甚至能实现谣言的批量生产,令人细思极恐。

最新的生成式人工智能技术大大颠覆了以往“有图有真相”的常规认知,已经接近“以假乱真”的效果,迷惑性极强,易引发社会恐慌,扰乱社会公共秩序,对社会信息生态造成极大的破坏。

事实上,监管部门对网络谣言的治理一直在持续。今年4月23日,网信办在全国范围内开展为期两个月的“清朗·整治‘自媒体’无底线博流量”专项行动,整治的重点就包括“摆拍发布涉及国内外时事、社会民生等领域虚假信息”。拼凑剪辑网络视频图片,篡改事件发生的时间、地点、人物等要素,以假乱真欺骗公众”。

大量不实信息对普通网民来说,有时很难直接判断是否为谣言,而平台对于相关信息,应该尽到监管责任。对于造谣者,该警

示警示,该截流截流,该封号封号,让毒流量“利尽而断”。

一不小心“被直播”,你有权索赔

【镜头】理发师小华在短视频平台经营社交账号,因未经允许将李女士理发的视频发布在平台上推广引流,引来官司。广西贵港市港北区人民法院认定小华侵犯消费者肖像权。

剪发被4部手机对着直播,发现后要求停止还被说“落伍”;在健身房的私教课中,未经同意就被教练直播拍摄;去餐厅吃饭被商家拍摄并上传到网上,就餐过程被人在线“围观”……

如今,随着线上线下消费场景加速融合,消费者一不小心就“被直播”的现象普遍。一些商家在未经允许的情况下,便对真实消费场景进行直播、拍摄,以此营销引流。

互联网时代,侵犯消费者肖像权、隐私权出现了新的表现形式,“被直播”就是其中一种。民法典规定,未经肖像权人同意,不得制作、使用、公开肖像权人的肖像,法律另有规定的除外。“被直播”行为不仅可能侵犯肖像权,还可能泄露消费者的面部、行踪等敏感隐私信息,从而带来诸多不确定的风险。

今年3·15国际消费者权益日,江苏省消费者权益保护委员会联合江苏省高级人民法院,发布《2023年度全省消费维权典型案例》。其中一起案例明确,“未经同意公开消费者视频,侵犯肖像权需要承担责任”。

在该案中,造型师孙某拍摄了和叶某沟通发型、理发的过程,并将其上传至网络进行宣传。叶某诉至法院,要求孙某赔礼道歉,并赔偿精神损害抚慰金等损失。法院认为,孙某的行为构成对叶某肖像权的侵害,遂判决孙某道歉并赔偿精神损害抚慰金1000元等损失。

各地多起涉“被直播”典型案例的发布,体现了民法典加强对人格保护的立法宗旨,也有利于增强对消费者权益的全面保护。通过判决的释法说理,提醒商家守好营销边界,遵循知情同意的基本准则,也引导消费者理性维权,勇于对侵害个人肖像权的行为说“不”。



本报记者 陈丹丹

2024年,这些法律法规“上新”,影响你我。法治力量,护航人民群众美好生活。

● 明确彩礼纠纷裁判规则

《最高人民法院关于审理涉彩礼纠纷案件适用法律若干问题的规定》于2024年2月1日起施行。

新规针对彩礼认定范围、彩礼返还原则、诉讼主体资格等重点难点问题予以规范,重申禁止借婚姻索取财物,明确彩礼与恋爱期间一般赠与的区别,针对结婚后“闪离”等情形彩礼纠纷如何处理加以明确。

● 完善突发事件应对管理与指挥体制

为规范突发事件应对活动,以法治方式推动应急管理体系和能力现代化,新修订的《中华人民共和国突发事件应对法》自2024

2024 这些法律影响你我

年11月1日起施行。

该法完善了突发事件应对管理与指挥体制,明确各方责任,设专章对管理与指挥体制作出规定。其中,明确跨行政区域突发事件应对及协同应对机制;明确突发事件应急指挥机构在突发事件应对过程中发布的决定、命令、措施,与设立它的人民政府发布的决定、命令、措施具有同等效力,法律责任由设立它的人民政府承担。

● 完善食药惩罚性赔偿制度

消费案虽“小”,牵系大民生。食品药品安全是人民群众最关心、最直接、最现实的

利益问题。《最高人民法院关于审理食品药品惩罚性赔偿纠纷案件适用法律若干问题的解释》自2024年8月22日起施行。

《解释》明确,对所有购买者均是在生活消费需要范围内支持惩罚性赔偿请求,对恶意高额索赔、连续购买索赔和反复索赔行为予以规制。

● 健全学前教育法律制度

学前教育是国民教育体系的组成部分,关系到亿万儿童健康成长。2024年11月8日,十四届全国人大常委会第十二次会议表决通过《中华人民共和国学前教育法》,于

2025年6月1日起施行。

作为我国首部针对学前教育设立的法律,该法详细规定了各级政府及有关部门对学前教育在安全管理、收费管理、经费预算、督导问责、质量评估、信息公开等方面的监管责任,填补了学前教育法律的空白,实现了学前教育法律从“0”到“1”的突破,为办好学前教育提供了法治保障。

● 明确和统一侵权责任法律适用标准

《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民法典〉侵权责任编的解释(一)》,自2024年9月27日起施行。

《解释》明确非使被监护人脱离监护的侵权责任;明确用人单位责任的适用范围和劳务派遣关系中的侵权责任形态;明确机动车交通事故责任的相关适用规则;明确规定禁止饲养的烈性犬等危险动物致人损害不适用免责事由;明确高空抛物、坠落物致害责任的实体和程序规则等。

压题图片:视觉中国供图 漫画:赵春青绘