

做好检察公益诉讼助推依法行政

马方飞

为提升办理行政公益诉讼案件的精准性、规范性,推动行政公益诉讼工作高质量发展,前不久,最高人民法院、最高人民检察院共同选编了7件行政公益诉讼典型案例并对外发布,相关案例充分体现了公益诉讼和行政审判在强化公益保护方面的独特价值。

行政机关依法履行对公共事务的管理职责,处于维护公益的第一顺位,行政机关必须坚持“法定职责必须为”,一旦不依法履职或怠于履职,就违背了国家和社会对相应行政权力设置的初衷,可能对公益造成侵害或使公益得不到充分保护。检察机关作为法律监督机关,通过提起行政公益诉讼可以发挥公益之诉、协同之诉、督促之诉的作用,督促行政机关依法履职,对于促进行政机关依法行政、保障维护社会公共利益具有积极作用。

这批典型案例是行政公益诉讼实践中的“代表作”。通过提起行政公益诉讼,督促相关行政机关依法履行职责,也有效保障了人民群众的合法权益,维护了公共利益。比如,在一起检察机关诉地方住建部门不履行燃气工程安全监管职责公益诉讼案中,针对当地某小区燃气工程未经审批即开工建设、未经竣工验收备案即投入使用这一重大安全隐患,检察机关向本应履行监管职责的住建部门制发检察建议,建议其履行职责,对违法行为进行查处,而住建部门逾期未回复履职情况,对前述违法行为也未依法处理。

检察机关遂以住建部门为被告,向法院提起行政公益诉讼,请求判令住建部门对上述违法行为依法履行监管职责。法院经审理后支持了检察机关的诉请。

考虑到涉案违法现象具有普遍性,法检两院还在系统梳理燃气工程建设领域监管漏洞的基础上制发联合建议书,并抄送当地市委、市政府,助推建立了燃气工程质量监管长效机制,这种同向发力充分发挥了两院建议推动行政机关依法行政、切实维护燃气工程领域公共利益的应有作用。需要注意的是,在行政公益诉讼中,检察机关行使检察权并不是替代行政执法,其也并不直接提供行政服务产品,行政机关仍是守护国家利益和社会公共利益的第一顺位者。因此,对于燃气管网运行情况及燃气工程报建审批、质量安全、施工资质开展专项整治,还是需要由住建部门来完成。

再如,在一起检察机关诉地方邮政管理部门不履行公民个人信息保护监管职责公益诉讼案中,由于辖区快递企业未按照国家规定对收件人姓名、电话、住址等个人信息作去标识化处理,会对个人信息安全带来重大安全隐患,于是检察机关向当地邮政管理局发出检察建议,督促其依法全面履行快递市场监管职责。检察机关提出检察建议后,当地邮政管理局通过约谈、责令改正等方式促进企业整改。不过,检察机关实地调查后发现,部分快递企业仍未全面落实个人信息保护法的相关规定,导致个人信息泄

露风险依然存在,遂对邮政管理部门依法提起行政公益诉讼。

就这起案件来说,行政机关并非完全不作为,而是未依法完全履职。人民法院在查明事实后,判决邮政管理部门依法继续履行监管职责。判决生效后,邮政管理部门对辖区快递企业开展了专项整治行动,并在全市全面推进落实隐私运单,有效消除了快递行业的个人信息泄露风险。由此可见,通过提起这起行政公益诉讼,不仅压实了行政机关的责任,而且推动当地形成了快递行业监管的长效机制。这一案例也给行政机关提了个醒,法无授权不可为,但法定职责必须为,且需全面依法为。

作为一名公益诉讼检察官,笔者认为,“两高”联合发布行政公益诉讼典型案例的方式,有利于指导行政公益诉讼实践,也会为检察公益诉讼制度的完善提供助力。同时,这些典型案例也为检察公益诉讼专门立法提供了丰富的、具有司法共识的实践样本。目前,检察公益诉讼法已经列入十四届全国人大常委会立法规划的一类项目。可以预见,未来检察公益诉讼法经法定程序通过后,将为指导公益诉讼办案实践,提高行政公益诉讼办案质效提供更加有力的支撑,也将为完善中国特色社会主义法治体系,推动法治政府建设起到积极推动作用。

(来源:法治日报 作者系上海市人民检察院三级高级检察官)

安全稳定运行

记者从中国国家铁路集团有限公司获悉,截至1月15日8时30分,铁路12306已累计发售春运期间车票1.2亿张,系统保持安全稳定运行。

新华社发 曹一作



AI“带偏”政策信息: 一个需要共同应对的新问题

朱昌俊

“自2025年1月1日起,宁波市将免费乘坐公交车的年龄从70周岁降低至65周岁……”如果你通过AI咨询“多大年纪的老年人在宁波可以免费乘坐公交”相关问题,可能会获得这样的回答。然而,这个看上去有鼻子有眼的回答,却是一条彻头彻尾的假消息。据宁波晚报报道,将该问题分别向三个人工智能软件提问,得到的回答中,仅有一个是正确的。

近年来,各类生成式AI技术及其应用迅速发展和普及,在带来诸多便利的同时,也伴随着一系列值得注意的风险。其中一个突出表现就是,AI生成虚假信息带来的误导。对不同AI大模型咨询“免费坐公交的年龄标准”问题,竟然得到“五花八门”、真假难辨的回答,就是一个非常有代表性的注脚。它的背后,是如何防范被AI“带偏”这个“新问题”,正在成为需要社会直面的必答题。

各类生成式AI大模型出现后,意味着人们获取信息的门槛进一步降低,为各类“问题”提供答案的“出口”也更多了。但由于不同AI大模型的技术成熟度差别、信息抓取偏好差异等原因,它们生成答案的准确率,往往有明显差异。并且,不同AI大模型的定位不同,生成不同类型问题的“答案”的

能力也有差异。对这一点,很多用户是很难察觉的。由此,也容易放大虚假信息带来的误导。

就目前来看,要最大程度降低AI生成信息带来的误导,有两个方面需要尽快引起社会的重视。一方面,各类争相上马的AI大模型,在加快数据模型优化升级的同时,也应逐步完善相应的风险提醒机制。如去年9月,国家互联网信息办公室发布的《人工智能生成合成内容标识办法(征求意见稿)》就提出,服务提供者所提供的生成合成服务,包括文本、音频、图片、视频、虚拟场景等,均应在适当位置添加显著的提示标识。让这样的提示标识成为标配,既有助于唤起用户对AI生成“答案”准确性的甄别意识,防止陷入“偏听偏信”,实际上也是一种必要的用户“启蒙”,即让更多的用户能够对AI生成信息与“人工”信息有必要的区分。

另一方面,进入AI生成信息的时代,要倡导建立一种新的大众数字素养,或者说新的获取优质信息的能力。在过去很长时间里,互联网中的信息供给,基本都是“人工”生成的,人们查询信息、获取信息也主要是依靠定向的平台、机构。比如,查阅官方政策,人们可能习惯通过政府官网和权威媒体;查询交通信息,则有相应的地图软件。

虽然这里面也存在着因为不当的利益诱导带来的错误“路标”的问题,但总体上信息的供给还是偏向于专业化、单一化,且用户在准确性的核查上也更容易。

但进入AI生成信息时代,信息的提供主要依赖于一种大规模整合基础上的自动“提炼”,这里面不排除AI生成信息本身是以一些原本错误的信息为基础,由此便可能生成出错误的“答案”。可以说,虽然AI生成信息大大提升了信息大规模整合、“提炼”的效率,但对其准确性反而需要有更多的甄别。这要求使用者必须要意识到AI大模型的局限性,对于其提供的“答案”要养成必要的二次求证习惯。同时,面对同一个问题,不同用户的提问方式不同,也可能令AI生成不同的“答案”,从而放大“失真”的概率。这也意味着,借助AI寻找问题的“答案”,本身也需要用户提升“提问”的能力。

在很大程度上说,各类AI大模型加速普及,并且受到越来越多用户的青睐,预示着社会“生产”信息、获取信息的方式都在经历新的重塑。在这场新的信息变革中,人类如何最大程度趋利避害,尚需要方方面面的磨合,从技术到法律,再到观念、习惯等,都注定要有新的“适配”。

(来源:浙江法治报)

春节留人用“薪”更要用“心” 雨馨

临近春节,一些地方快递、家政等服务行业出现不同程度的用工紧张。为保障节日用工需求,人力资源社会保障部近日联合多部门开展多种形式的岗位对接活动,很多企业开出高薪留人。

团圆是春节的主题。不管在哪里工作、从事什么行业,许多人都会选择返乡过年。特别是服务行业,外来务工人员占比高、人员流动性较强,本身就存在季节性用工缺口,逢年过节更加凸显。从需求端来看,这些行业与日常生活密切相关,育婴、看护等聚焦“一老一小”,属于刚性需求。为此,每到年关,许多地方都会积极推出稳岗扩岗措施,企业也会拿出真金白银主动留人。实打实的物质保障,让不少劳动者选择留岗过年、错峰返乡,有效缓解了“用工荒”,确保春节服务“不断档”。

对劳动者来说,薪酬待遇固然是重要考量,物质之外的人文关怀同样不可或缺。稳岗留工举措更好发挥作用,既要提供实实在在的保障,让劳动者更有获得感,也要切实给予他们关爱和尊重,让他们更有幸福感,身在异地亦能感受到温暖。一些城市和企业的暖心举措可圈可点。组织“暖心专车”点对点接送异地务工人员返乡返岗,为留岗家政人员提供免费住宿与体检服务,送上真情实意的春节关怀礼包……无论是完善生活保障,还是丰富精神文化生活,只有拿出有温度、暖人心的举措,将心比心、以心换心,才能让大家打心底里愿意留下来。

对城市来说,热情留人不能止于春节期间,更要把真心用在平时。人才是激发经济活力、提升城市竞争力的宝贵资源。人们选择一座城市,除了繁华便捷、充满机遇等条件外,还在于一种被尊重、被认可的归属感。这也意味着,不仅应在物质层面保障劳动者待遇,还应在城市生活诸多方面落实以人为本,积极回应各个群体的不同诉求。

留人用“薪”更要用“心”。期盼更多地方在春节期间,把“招得来、留得住”的工作做得更细致,实现人与城的共赢。

(摘编自《北京日报》)

消费券岂是“生意经”

陆夷

岁末年初,正值消费旺季。有媒体调查发现,有的消费券被“黄牛”倒卖,有的“黄牛”为骗取补贴还联合商家制造虚假消费,这些乱象让不少心怀期待的消费者感到闹心。

发放消费券的政策初衷是“以四两拨千斤”,既让老百姓以低成本买到更优产品,又更好发挥扩大有效需求的牵引带动作用。一旦消费券变成“生意经”,一方面会挫伤消费者的积极性,对消费信心提升、消费潜力释放带来不利影响;另一方面也会破坏市场秩序,让以旧换新等好政策卡在“最后一公里”,无形之中给政策效果打了折扣。

好政策,也得有好做法、好保障。比如,针对使用外挂软件拼速度、模拟IP改定位等伎俩,有关部门可以借助大数据、人工智能等技术,把该补的漏洞补上,该升级的系统升级,该优化的规则优化,把消费券精准地发到消费者手上,让不法分子无机可乘。此外,加大对倒卖消费券、套现等行为的打击力度,通过法律手段严加惩处,提高违法成本,也势在必行。当然,这也折射出个别地方在消费券上存在“重发放、轻管理”的问题,比如发放不规范、渠道不合理、使用门槛设置不科学,这些需要在促消费过程中进一步解决。

近年来,从演唱会、文博场馆门票,到以旧换新补贴、文旅餐饮消费券,越是“一票难求”,越要物尽其用,提升含金量。汽车换“能”、家电换“智”、家装厨卫“焕新”……这几年尤其是2024年消费品以旧换新政策实施以来,各地纷纷推出一系列举措加码支持,不断扩大政策受益面。数据显示,截至2024年12月19日,超3330万名消费者通过以旧换新政策购买家电产品超5210万台,家装厨卫“焕新”补贴产品超5300万件,电动自行车以旧换新超100万辆。

扩大内需是战略之举,提振消费是重中之重。2024年底的中央经济工作会议明确提出,“加力扩围实施‘两新’政策”。在此背景下,多地努力以真金白银点燃消费热情。越是这种关键时候,越不可因小失大,各地各有关部门还需重视起来,把工作抓细抓实,真正把钱花在刀刃上,实现提质增效,让政策红利更好地惠及广大消费者,让大家便于消费、乐于消费。

(摘编自《南方日报》)