

不能放任“山寨职业证书”给技能人才评价“添堵”

本报评论员 吴迪

近来,有关新职业的职业资格、职业技能等级的培训、评价、发证,一些地方出现不少乱收费、滥发证等乱象——据3月21日《半月谈》报道,人社部近日印发通知,对面向社会开展的与技能人员和专业技术人员相关的技术技能类培训评价发证活动进行专项治理,重点为检查超出办学许可范围或无办学许可证开展培训;非法颁发或者伪造证书,甚至不培训或培训走过场直接发证;恶意终止培训、抽逃资金等。违纪违规培训机构和评价机构将被纳入“黑名单”。

截至2021年底,诸如电工、美发师、机床装调维修工等具有较强专业性和社会通用性的水平评价类职业技能职业资格已退出国家职业资格目录,相关人才评价权由政府主管部门下放至用人单位和社会评价组织,后者负责具体操作并颁发职业技能等级证书。

然而,一段时间以来,部分技能类培训评价发证单位“挂羊头卖狗肉”,有的无办学许可证开展培训,有的不考试就发证,有的终止培训不退还培训费。类似乱象损害了

技能类人才评价机制的声誉。

究其原因,一是与供需不平衡有关,一方面,近年来新职业不断涌现,从业者迫切需要“身份证明”来开拓职业发展的空间,但符合资质的发证单位和社会机构有限;另一方面,相关人才评价权下放后,并非所有用人单位都有资质开展人才职业技能等级认定工作,部分培训机构受利益驱使,往往存在不考试、走过场就能发证等不规范行为,这给这一领域的规范发展带来不确定性。

二是新职业的国家职业技能标准等体系与新职业快速发展之间存在一定脱节。人社部分公布了56个新职业,其中有一部分职业的技能标准和评价机制尚未制定和出台,而部分已制定出台的也处于发展早期而未能很好发挥作用,导致一些培训机构乘虚而入。比如新职业“碳排放管理员”的相关证书竟然多达数百种,发证单位涵盖培训机构、大型企业及行业协会等。

好经不能被念歪,不能让山寨职业证书乱象给放权改革“添堵”。不论是下放相关人才评价权,还是开展山寨职业证书专项

整治行动,以及近期人社部降低或取消诸如测绘业务、城乡规划业务等13项准入类职业资格工作年龄要求,种种举措都是有关部门在深化“放管服”改革、推动人才分类评价制度不断完善的背景下,努力为人成长、保护就业创业活力提供更广阔空间,也是市场化、社会化人才技能评价机制改革的必然趋势。如果山寨职业证书乱象丛生,必然会损害职业技能等级认定工作的权威性,给相关行业人才准入和人才评价机制带来混乱和冲击。

有关方面不仅要整治不良苗头和问题,还应给予更多专业性指导,着力探索适应市场化、社会化的治理方式,建立起政府部门指导、公众或第三方监督、行业良性竞争“自净”、有进有出的动态惩戒机制等人才评价和监督体系。

职业证书是对相关行业从业者的技能认可,某种意义上看,培训和发证的秩序与公平,关乎劳动的意义、奋斗的意义。让每一个劳动者的努力被尊重、被赋予意义,让每一个劳动者都能在公平竞争中实现“自我增值”,也是相关改革的题中应有之义。

长度堪比论文,APP用户协议怪象怎么破

张子瑜

移动互联网时代,APP成了很多人的必备工具。首次下载使用时,点击“我已阅读并同意用户协议和隐私政策”是常规操作。这些协议动辄上万甚至数万字,长度堪比一篇论文,相关调查显示,近80%的用户很少或从未阅读。《经济参考报》记者近日调查发现,除内容冗长不方便阅读外,不少APP用户协议和隐私政策还存在“暗度陈仓”“先斩后奏”“个人信息转送第三方”等问题。

从一定意义上来说,APP用户协议和隐私政策既是告知用户APP运作模式的公开信,是厘清双方权责的一份契约,也是APP开发者对用户个人信息保护的承诺书。

我国个人信息保护法已明确了以“告知-同意”为核心的个人信息处理规则,保障公民在个人信息处理活动中的各项权利,强化个人信息处理者的义务,明确个人信息保护的监管职责,并设置了严格的法律责任。其中,让用户读懂吃透用户协议和隐私政策的内容、了解自身的权利和义务,知晓个人信息后台收集处理流程,符合有关个人信息保护的法律精神,也是对相关条款内容的一种践行。如今,在严格的APP上架审核机制下,开发者大多能按要求提供协议范本,但上述报道中所反映的问题,也不免让人遗憾。

用户读不懂用户协议,问题究竟出在哪儿?对用户来说,理解相关行业表述,固然存在一定专业门槛,但APP开发者不能以专业性、严谨性、高门槛为借口,降低用户读懂、正确理解相关协议的可能性。否则,这类协议很可能成为单方免责声明,甚至堪比霸王条款。

比如,“一次同意,下次同意”——记者调查显示,部分APP会根据需要修订隐私协议,但用户无法及时得知内容是否有所更新。这类APP通常会在用户协议中表示,企业有权根据需要不定期地制订、修改本协议或各类规则,在APP平台公示,不再另行单独通知用户。消费者使用平台服务,即表明接受修订后的协议和规则。这种行为类似签订空白合同,用户先签字,合约内容再由APP开发者填写,这显然有失公平。

再比如,个人信息转送第三方。有些APP在协议中会声明对收集的用户视频、照片、文字等享有永久、完全免费的使用权,并且“有权将其许可给任何第三方使用”“实际行使时无须另行征得您的同意”。然而多数情况下,这种“转授权”条款并没有具体展开,比如如何授权、向谁授权、授权使用范围等都不明确。这相当于让用户放弃了对未来个人信息流通转让的知情同意权,增加了用户个人信息泄露的风险。

从职能部门到行业协会,从厂商联盟到消费者社团,规范APP开发使用运营全流程规范化操作,一直是各方努力的方向。此前,针对APP适老化改造、大数据杀熟等问题,相关治理都取得了一定成效,但在引导APP平台及有关开发者规范用户信息采集、隐私信息利用等方面,仍有不少待改善空间。APP开发应当清楚,不撒谎、不欺骗、不隐瞒、讲清楚是底线,信任永远是双向的,对用户开诚布公、推心置腹,用户的认可和黏度才会长久。

进而言之,让用户看得懂、读明白、能理解用户协议和隐私条款,是保护个人信息的重要环节,是保障用户对个人信息处理知情权和决定权的重要手段。时下,个人信息处理的场景日益多样,对个人信息的保护范围、力度、深度的要求也在不断提高,各方只有努力织密个人信息防护网,满足日益增长的个人信息保护新需求、新挑战,公众才能在数字化生活中收获更舒心、更放心的体验。

共享单车锁车难,说好的出行便利呢?

冯海宁

据央视报道,为了解决共享单车乱停乱放、占道等乱象,目前很多城市都划定了大量的电子围栏区域,共享单车用户只有停入车栏,才能顺利锁车,并终止计费。然而记者在城市街头走访时发现,一些划有电子围栏的地方,由于处在高楼大厦间,共享单车定位信号受到干扰等因素,存在锁车难的问题。

电子围栏被认为是解决共享单车乱停乱放的有效良方,用户如果不将共享单车停放在电子围栏里,会不断收到纠正错误的提示信息,而且会因无法还车被继续扣费并收取调度费。共享单车锁车难问题,既增加了用户时间成本,也增加了一些用户的经济成本。让用户来为锁车难买单,容易引发消费纠纷。

纾解共享单车锁车难题,需多管齐下。比如,从管理上想办法。如今,为提高共享单车定位精度,有关部门和企业已尝试推出共享单车双定位模式、在电子围栏内设置蓝牙道钉等,但这依然不能完全避免锁车难的情况,那么是否需要在人多的区域增加人工的干预和管理。

比如,是否能够考虑弥补锁车难为用户带来的损失。一方面,如果责任不在用户,多扣的钱就应退还给用户;另一方面,要有相应便捷的渠道,让有额外损失的用户能够投诉或者维权。

比如,城市要给电子围栏以更大空间。增加单个电子围栏的面积,或可增加容错的幅度,减少定位不精确带来的困扰。尽管共享单车是新生事物,而城市规划布局早已设定,为共享单车停放腾地并不容易,但城市管理者仍需要想方设法解决这一问题,这也关乎城市居民的幸福。

共享经济的最大优点是让生活更便利。作为重要的代步工具,共享单车的确解决了不少市民“最后一公里”的出行难题,但如果不能解决锁车难题,人们使用共享单车的积极性就会大打折扣。这方面,从共享单车企业到城市管理者,都应该下更大决心,花更多心思,为共享单车发展创造更好环境,让市民享受到实实在在的出行便利。

对酒店“网课房”不妨多些鼓励和包容

戴先任

据澎湃新闻报道,近日,江苏南京刚宣布暂停中小学线下教学,当地某套房酒店工作人员发布的一条关于该酒店开设“网课房”的朋友圈便被疯传,上海、苏州等地多家酒店也随即推出了一娃一客房、专人陪护、提供三餐的“网课房”。截至3月18日,携程平台“网课房”套餐的搜索量较前一日增长超过200%,咨询量和预订量持续上涨。

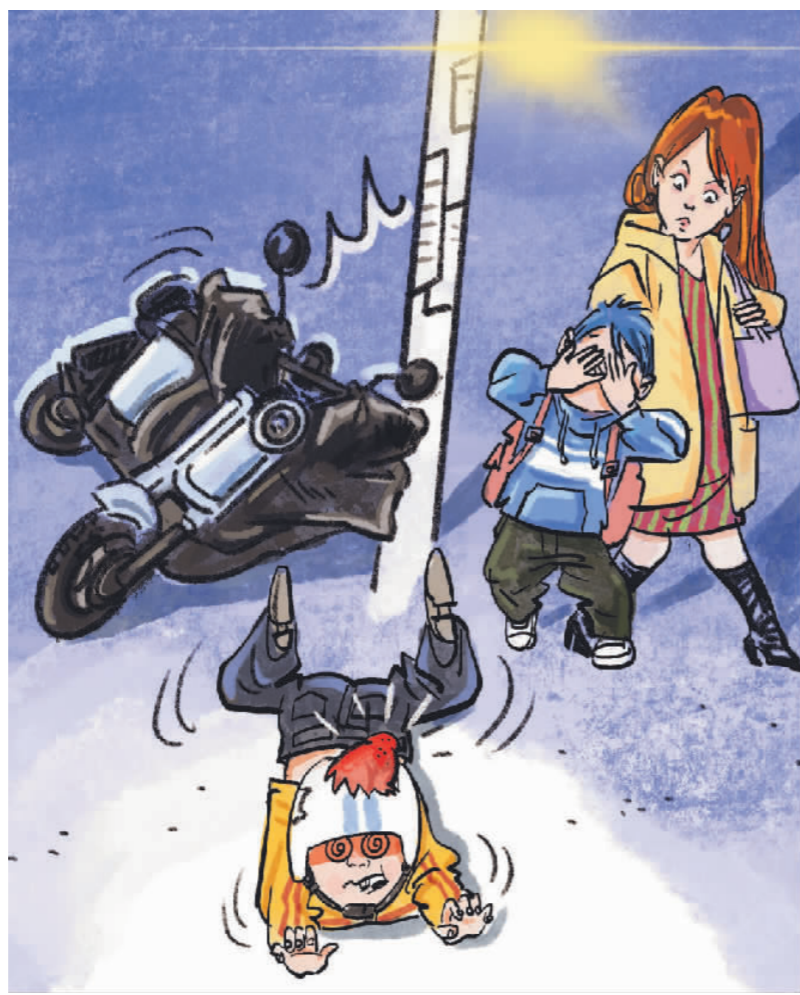
“网课房”是酒店推出的特色房。近期,一些地方疫情反弹,多地疫情防控措施升级,宣布暂停线下授课,开启线上教学。这一背景下,很多家长因为要上班,没有时间带娃,从而产生了网课托管的需求,一些酒店推出的网课套餐服务,恰好迎合了这种需求。而疫情之下,随着外出就餐、住宿的人员大幅减少,酒店入住率也有较大幅度的下降,通过推出“网课房”等特色房来抵御疫情影响,也是积极自救之举。

实际上,在推出“网课房”之前,一些酒店已经推出了月子房、直播房、外卖餐饮等创新产品,试图通过“酒店+X”模式渡过难关,进而实现盈利,这样的尝试值得肯定。但也要意识到,要想收到较好成效,相关创新还应在真正解决痛点上多下功夫,而非只是噱头。同时,要防范由此可能带来的一些风险和隐患,要在法律允许的范围内运行。

以酒店“网课房”来说,这一服务固然可以一定程度解决上班族无人带娃的难题,但也暗藏托管是否尽心、能否确保安全看护等问题。从这个意义上看,只有尽可能对接消费者需求、切实纾解消费者困境,真正消除消费者的顾虑,才能让相关举措受到信赖、见到实效,进而化解自身的经营和发展难题。

一个优秀的企业,应该懂得因势而变,及时自我调整,如此才能不被激烈市场的竞争淘汰,不因外部环境等因素的变化而受到重创。

实际上,新冠疫情发生以来,有不少商家都在谋求通过改变、创新、转型等,来积极自救、摆脱困境。对这诸多努力和尝试,只要没有逾越法律底线、安全红线的,都应该予以包容、支持和鼓励,这也关系到经济社会的发展、企业的存续和诸多劳动者的生存。



图说

“头等大事”

2020年以来,全国推行“一盔一带”安全守护行动,督促电动自行车驾驶人佩戴头盔。《科技日报》记者近日调查发现,骑车人佩戴的头盔虽然外形差不多,但质量却良莠不齐。在一些销售市场和网购平台上,头盔价格最便宜的仅需几元,贵的达到数百元。

几元钱的廉价头盔背后,是质量上的“缺斤短两”。难以想象,外壳材质低劣、束带不牢靠、缺少发泡材料缓冲层的头盔,在发生冲击时如何有效保护驾驶人的头部安全。虽然头盔生产销售已有国家强制性标准,但在极低廉的价格诱惑下,一些无安全保证的不合格产品仍有不小的市场。这也提醒相关部门,在规范相关企业产销行为、引导消费者提高安全意识外,进一步提升头盔的生产工艺、降低成本,让物美价廉质量好的头盔更普及,同样不可或缺。唯此,安全头盔在关键时刻才能成为“保命盔”,从而让电动车驾驶安全真正多一道保险。

赵春青/图 弓长/文

“院士送饭校长理发”是一堂生动的思政课

丁慎毅

据新华社报道,校园防疫牵动人心。闭环管理之下的校园,师生齐心协力共抗疫情,一些感动瞬间在朋友圈刷屏:“我是你的老师,也是你的‘大白’”。什么事能让教授、院士“弯腰”?答:给隔离的学生送餐。

在上海交通大学闵行校区,学生“足不出宿舍”,送餐的任务落到了教职员身上。在上海海洋大学临港校园,22位海内外“半专业”理发师,为241位师生完成了一次值得纪念的理发。校党委书记王宏伟操起从前学的手艺,加入志愿者队伍,秒变“Tony老师”。在上海各大学,“校长理发师”成了校园一景。

院士送盒饭,校长帮理发,这样的场景是一堂生动的思政课。

思政课是落实立德树人根本任务的关键课程,旨在帮助学生树立正确的世界观、价值观、人生观。当代大学生是拥有互联网思维的一代,思想活跃,接收新生事物能力强。在传统的教学活动之外,思政课的教学生活离不开现实生活,教师一个以身示范的行动,可能就能顶课堂上的一万句。院士、校长、教师亲自上阵为学生服务,让大学生体会到危难之下师生携手相助的温暖。

在教师之外,疫情期间上海各高校的送餐组、理发组,也有部分大学生志愿者的身影,这种互帮互助的志愿行动也会增进同学情谊,让更多学生有机会在劳动服务中体验收获、实现价值。一些师生将理工科素养运

用其中,利用“建模”分析,研究出最优化的汽车后备箱放置方式以及送餐路线,更是一种学以致用。

当三尺讲台上的师长变身“大白”,往日的威严化作今日的温情,楼内学生齐刷刷感谢,老师站在楼下“比心”回应;当三尺讲台上的师长变身“理发师”,往日的教导成了如今贴心的服务,尽己所能、雪中送炭的关怀最能触达人心。在复旦大学校园里,志愿者背后写着“我在春天等你”,折射出和谐的师生关系。

“生活哪有什么岁月静好,只是有人在你负重前行”。上海高校里的互助风景,其实是师生在相互支撑下完成了一个大写的“人”字。从这个意义上说,相互支撑更是这堂思政课的点睛之笔。

规定都要求直播带货建立商品准入门槛,履行品控责任,告别“什么货都能带”的蛮荒和无序。

无疑,浙江制定发布《直播电子商务选品和品控管理规范》,是顺应直播带货“治货”诉求的积极举措。规范不只包括了直播商品的审查,也包括销售点的审查,不仅包括了建立选品审核台账查制度,也包括了了一系列的核查监督机制,为带货撑起一张过滤网。尽管规范只是商会性质的团体标准,但作为行业规范,对于引导行业公平竞争仍具有积极作用。未来,直播带货要走出虚火、走向持续繁荣,确立消费信任是必由之路。

规范直播带货,鼓励行业展开选品与品控管理固然重要,但相应的监管也不可或缺,如建立直播营销商品溯源机制,让每一件商品生产企业、品质信息真实可查,与带货商品来源备案相互印证。只有自律与他律相结合,直播经济才能行稳致远。

设立品控标准,规范“万物可直播”

木须虫

据澎湃新闻报道,针对直播电商如何选品,浙江省日前发布《直播电子商务选品和品控管理规范》团体标准。该标准对直播带货的选品、品控方面作出新的要求和规范,其中要求直播相关机构应当配备专岗品质管理人员,对供应商及直播商品采取必要的管理措施;直播机构应建立完善的选品流程,包括对供应商和直播商品的初步审查、资质审查、试样测评或抽样检测、卖点等宣传内容审核,以及复审等相关流程。

“万物可直播,人人齐带货”。新冠肺炎疫情暴发以来,直播带货已然成为一种独特的消费新风景,在提振经济、促进地区发展、推动就业等方面都起到了一定积极作用。但同时,直播带货作为一种全新业态,也出现不少问题。数据显示,近两年,涉直播相关的投诉快速增长,其中与直播带货相关的占比近六成,问题主要集中在产品质量不过关、夸大宣传诱导消费者冲动消费、售后退换货难以保障等。

针对直播带货乱象,除了治理“什么人都能直播带货”外,还需警惕“什么货物都能搭乘直播的快车”。“唯低价”引流的动机驱使下,行业中的恶性竞争愈演愈烈,直播间

里充斥着虚假套路和假冒伪劣产品,不仅直接侵害消费者权益,而且也会对商业诚信与实体经济竞争秩序产生巨大冲击。说到底,直播带货无论如何不能成为质量低劣产品的避风港,更不能陷入“谁吹得天花乱坠,谁的货就卖得好”的怪圈。

去年5月,《网络直播营销管理办法(试行)》施行,办法明确,直播间运营者、直播营销人员从事网络直播营销活动,不得营销假冒伪劣、侵犯知识产权或不符合保障人身、财产安全要求的商品;直播间运营者、直播营销人员有商品质量审核义务;有关部门加强对行业协会商会的指导,鼓励建立完善行业标准,开展法律法规宣传,推动行业自律。这些