

不能让代检成为公共卫生领域的一道“裂缝”

本报评论员 吴迪

些机构工作人员宣称他们在全国各地设有网点,有十分成熟的经验和路子,可以为有体检需求的客户提供与其外貌特征相匹配的“枪手”完成体检,保证“一路绿灯”。

代检,即“枪手”代替委托人完成体检。如今,升学、入职、参军、驾考、公考等都要体检,特别是入职体检已成为一些地方体检的“重灾区”。有人因身体条件不符合相关要求,或者担心身患疾病失去升学、入职等机会而找人代检。有些单位在招聘或入职环节为排除某些求职者,随意扩大体检范围、提高标准,强制要求求职者进行传染病筛查,甚至要求检查一些与职位无关、涉个人隐私的项目。有些代检中介机构贩卖焦虑,夸大身体素质在岗位应聘中的作用,甚至忽悠一些本无健康问题的人找“身体更棒”的人代检以增加胜算。此外,有些医院和体检机构存在管理漏洞,体检走过场、不核验,给代检提供了机会。

“大病小病,代检搞定”“各医院都很熟悉”“百分之百成功”等说辞,有代检中介机构自吹自擂的成分。但当体检可以任意摆弄、

打扮,不再具有足够的权威性、含金量,无疑会侵蚀公众对体检制度的信任,一定程度上扰乱就业公平、公共卫生等领域秩序。

代检在本质上是一种作弊、欺骗,甚至还有法律风险。比如,求职者隐瞒疾病,通过代检取得入职机会并签订劳动合同,根据我国劳动法规定,“采取欺诈、胁迫等手段订立的劳动合同”被视为无效合同;传染病防治法规定“传染病病人、病原携带者和疑似传染病病人,在治愈前或者在排除传染病嫌疑前,不得从事法律、行政法规和国务院卫生行政部门规定禁止从事的易使该传染病扩散的工作”,“单位和个人违反本法规定,导致传染病传播、流行,给他人人身、财产造成损害的,应当依法承担民事责任。”其中,用人单位强制要求进行乙肝五项等检查,是代检中的一个突出问题,对此,就业促进法规定,“用人单位招用人员,不得以是传染病病原携带者为由拒绝录用”。代检中介机构如果存在伪造、变造、买卖居民身份证的情况,还涉嫌触犯刑法的伪造、变造、买卖身份证件罪;招募“枪手”的行为还涉嫌欺诈、非法经营,若严重扰乱社

会秩序,还可能构成非法经营罪。

对于涉嫌违法犯罪的部分,我们呼吁法律法规要进一步完善。比如,不少相关罪责认定的前提条件是“产生危害”“情节严重”等,而如何界定公众说纷纭,若未产生危害,则代检等行为就被轻轻放下。中介机构和“枪手”的责任主体不明,医疗机构发现有代检行为却无权处罚或起诉。对于无视法律规定仍然对某些传染病病原携带者实施就业歧视的用人单位,法律应当有更强硬的姿态,同时引导公众理性看待、包容对待那些传染病病原携带者的求职、升学等现实问题。

对于不少受困于就业歧视、无奈寻找“枪手”代检的求职者,我们应听见他们对平等就业、保障劳动权益的诉求,畅通维权渠道,健全并落实促进公平就业的法规政策,清除代检的生存土壤。

不能让代检成为公共卫生领域的一道“裂缝”。去病除弊,期望法律法规不断完善、升级,新断代检产业链条,同时,努力构建更加公平的就业环境与和谐的劳动关系,确保体检回归本质、诚信得以守护。

社评

中国新闻名专栏

当体检可以任意摆弄、打扮,不再具有足够的权威性、含金量,无疑会侵蚀公众对体检制度的信任,一定程度上扰乱就业公平、公共卫生等领域秩序。

“入职体检有烦恼,专业代检有妙招”“大病小病,代检帮你搞定”……据6月10日《半月谈》报道,近年来,互联网上出现不少代检中介的软文广告,业务涵盖入学、入职等各类体检项目,价格从几千元到几万元不等。这

围观“唐山烧烤店打人”,别把愤怒转化成网暴

胡欣红

近日,“唐山烧烤店打人事件”引起公愤。根据河北省廊坊市公安局广阳分局通报,警方已对唐山烧烤店打人案的9名嫌犯执行逮捕,案件正在进一步侦查中。

“她们是不幸的我们,我们是幸运的她们。”朗朗乾坤,骚扰未果后一群壮汉竟对女子实施暴力,网友们对此纷纷表达强烈的愤慨。舆情发酵和推动下,这起令人发指的恶性事件迎来调查进展。

令人担忧的是,群情激奋之中出现了一些非理性的声音,比如,有人质疑旁观者的怯懦和烧烤店老板的“缺席”。路见不平能挺身而出,当然值得尊敬,但不应该要求所有人都必须做到。设身处地想一想,遇到一群穷凶极恶的暴徒时,普通人的阻止未必能发挥作用,及时报警不失为一种切实选择。

旁观者不宜被苛责,烧烤店经营者也不应该被网暴。据媒体证实,涉事烧烤店店主发布视频称,当天几名女子被殴打时,她参与了打架,并让他人报警,打人的那伙人威胁她,没结账就跑了……

“人在家中坐,锅从天上来。”这场网暴还延伸到了一些不相干的人和事物。比如,有人晒出打人者曾经经营的火锅店名称、地址,煽动网友到现场“搞活动”。但事实上,这家店铺早已被关闭,如今的店主不堪骚扰,不得不连夜关店。

再如,打人男子所穿衣服的品牌遭到了网暴。有网友制图“远离这类穿搭人群”,图上的穿搭要素包括:金链子、纹身、特定英文字样的T恤、不穿袜子的豆豆鞋等。其中,英文字样标识图案格外显眼,该品牌迅速被标签化甚至被妖魔化,很多人认为其“浮夸”“土气”,将其称为“社会人的标配”“非主流的最爱”。一个人的穿着打扮,确实可以一定程度上折射其内心状态。因为极少数不法分子穿了某种品牌的衣服,就认为穿这个品牌衣服的人都有问题,逻辑上显然不能自恰。

面对该恶性事件,所有人都可以表达愤怒、呼唤正义,但绝不能以正义之名,不分青红皂白地对相关人员施加网暴,进而制造次生灾害。任由这种非理性的声音泛滥,每个人都可能无辜“躺枪”。

毛建国

据6月12日《人民日报》报道,6月11日是2022年文化和自然遗产日,在做好新冠肺炎疫情防控工作的前提下,文化和旅游部组织各地开展以“连接现代生活,绽放迷人光彩”为主题的非遗宣传展示活动,获得广泛关注。

一个非遗,不仅体现了珍贵,也在一定程度上凸显了历史距离感。在有些人看来,非物质文化遗产虽然是一个国家和民族历史文化成就的重要标志,但毕竟时间上有些久远,容易与时代脱节。这确实是当下非遗传承面临的一个大问题。为此,当前舆论场有



图说

“狐假虎威”?

据媒体报道,端午节刚过,一则与粽子有关的商标侵权案件迎来终审宣判。被告订购带有某知名老字号商标的假冒礼盒,然后将该品牌散装正品粽子装入其中出售。法院判定这种“假盒转售”行为侵犯了老字号公司的商标权,责令被告停止侵害并赔偿损失。

将散装正品装入假冒礼盒——近来类似“假盒转售”,已成为一种新型仿冒手段。这背后的生意经在于,人们通常认为礼盒商品品质更有保障,装进盒里能卖出高价,于是“假盒转售”成了产销一条龙的灰产业。这不仅构成了对品牌商标权益的侵害,也有损消费者权益。上述判决对一些耍小聪明的商家来说是一种警示。市场监管部门不妨按图索骥,有针对性地打击生产、销售假冒礼盒等行为予以监管和查处,从源头上斩断“狐假虎威”的链条。

李法明/图 超起/文

期待知网拿出更多有效彻底的整改

冯海宁

12日凌晨,同方知网(北京)技术有限公司在中国知网官方网站以及中国知网微信公众号发布公告:即日起,中国知网向个人用户直接提供查重服务。个人版定价参照市场通行的按字符数收费的方式,定为1.5元/千字,不高于市场主流同类产品价格。(见6月12日《长江日报》)

近年来,知网遭遇前所未有的质疑,先是被武汉89岁教授控告后败诉,接着又因中科院不堪近千万续费对其进行停用而登上热搜,随后被国家市场监督管理总局以涉嫌垄断立案调查。这让知网形象跌入谷底,而改变这种处境,知网必须积极反思、整改。

开放个人查重,是知网进行的一次转变。此前,知网曾公开表示,查重“只可用于机构的管理流程”“从不向任何个人销售学术

不端检测服务”。如今其向个人开放查重服务,既对论文查重需求者有积极意义,也对其重塑形象有一定帮助。

之前,知网查重服务只面向高校、企业等机构。学生等刚需人群要对论文进行查重,很难找到权威学术资源平台,又要在有多次查重需求时向学校等机构支付高昂费用,有时甚至不得不通过黑市花高价钱查重。这使得网上出现不少类似“查重费用真贵离谱”“学子苦知网久矣”的抱怨之声。

知网去年曾在一则通告中对不开放个人查重服务做出解释,称“不法分子利用技术手段盗用或通过非法途径窃取检测账号非法牟利”。事实上,正是因为个人刚需难以得到满足,才一定程度上助长了黑市交易。如今,知网方面表示,过去只面向机构提供查重服务,忽略了广大个人用户学术规范自检与查新等实际需求,客观上造成了黑市

与高价的问题——这种反思自身不足、寻求改变的态度,值得肯定。不过,公众对知网整改的期待显然还有很多。

几天前,知网发布通知称,目前正进行各项业务整改,欢迎社会各界对知网未来发展提出意见和建议。可见,开放个人查重只是其改进的一步,后续如何整改,更为重要。

这当中,知网如何重新定位自己,是人们普遍关心的问题。过去,知网因频繁涨价、毛利率达53.35%等,被质疑是“逐利型”学术平台;又因侵犯作者合法权益、涉嫌垄断,被指经营管理不规范。在上个月举行的一次研讨会上,多位专家建议,依法将知网从上市公司业务中有序剥离,使其回归以公共利益为主的学术共同体平台——这代表了大多数人的心声,但能否实现这种转变,还有很多工作要做。

对于知网,人们期待着更多有效、彻底整改的到来。

非遗只有学会拥抱市场,才能最大限度发挥其文化功能。如今,非遗对应的消费场景发生了变化,这就更需要把握市场潮流,重造消费场景。一旦对市场、对消费者有更清晰、精准判断,非遗成为新的流行,并非难事。

再有,非遗同样要在创新方面有作为。优秀传统文化一直都有创新的基因,留存下来的非遗,哪一个不是当年创新的翘楚?不能把非遗简单理解为老古董,不能以保持原汁原味为由拒绝创新,而是要走好创新发展的道路。现实中,不少非遗积极采用新材料、新工艺,探索新表达、新形式,借力新渠道、新载体,发生了脱胎换骨的变化,找到了新的活法。这样的经验和做法值得点赞、学习。

一些非遗成功出圈是因为做对了什么?“连接现代生活,绽放迷人光彩”,或许这便是密码和答案。坚定不移走下去,非遗出圈就不只两三天,而会成为经济社会发展的一种常态。

下午3:52 100% 工人日报

“唐山烧烤店打人事件”打伤的是公众安全感

裴先生

6月10日凌晨,在河北唐山一烧烤店内,一名男子酒后搭讪女子不成引发冲突,后多人对女子及其同伴进行殴打。相关视频引爆舆论。打人者的举动已突破了法律乃至人性的底线。当暴力的拳头落下、猖狂的叫嚣响起,不仅是本应得到尊重和保护的妇女权益受损,更为普遍的民众的安全感也被击碎——这里的民众,不分男女。

人们从施暴者的举动中看不到一个正常人应有的怜悯与同情。当人之为人最基本的品质不再,他人能给予的,只有厌恶与愤怒。

网友跟贴——
@晨晨:务必依法严惩,除恶务尽!
@五米:文明社会、法治社会,不容暴力!

阅读全文请扫码“工人日报e网评”

剧本杀“打打杀杀”,内容分级应提上日程

张智全

据6月11日《法治日报》报道,近年来,剧本杀娱乐经营活动快速发展,但也出现了一些不良内容及安全隐患。比如有的涉及色情、暴力、恐怖等违法违规内容。针对“如何正向保护未成年人权益”,不少专家建议对剧本杀内容实行分级管理。

当前,剧本杀行业成为一个投资风口,资本持续入场。有调查报告显示,2021年中国剧本杀市场规模约为167.8亿元,同比增长35%,10岁至19岁城镇人口成为剧本杀潜在的消费人群,未来剧本杀市场前景广阔。

巨大市场让一些商家有些“走火入魔”,甚至开始置法律和公序良俗于不顾,将一些含有暴力、暗黑、色情等内容的剧本杀,直接推送给未成年人。在此语境下,对剧本杀内容实行分级管理,可谓抓住了问题的牛鼻子。

我国未成年人保护法、网络安全法、互联网信息服务管理办法等法律法规,都对危害未成年人身心健康的图书、报刊和网络信息作出了禁止性规定,从这个角度上说,商家提供内容健康的剧本杀产品是其应该履行的职责和义务。

遗憾的是,由于行业市场发展较快,准入门槛较低且没有形成完善的行业规则,针对剧本杀创作内容和场所的监管客观上存在盲区,这让商家通过推送不良剧本杀非法赢利有了可乘之机。虽然近年来辽宁、上海、重庆等地对此出台了相关地方性规定,但这并不能在全国范围内统筹解决有关问题。

实行剧本杀内容分级管理,可将其承载的内容根据不同目标群体加以区分,让不同目标群体各取所需,如此不仅有助于保护未成年人的身心健康,也有利于规范剧本杀市场秩序。

今年4月1日,文化和旅游部等5部门联合发布《关于规范剧本杀娱乐经营活动的通知(征求意见稿)》,要求剧本杀应当设置适龄范围,标明适龄范围;设置的场景不宜涉及未成年人的,应当在显著位置予以提示,并不得允许未成年人进入。这实际上已涉及剧本杀内容的分级管理。希望有关部门能重视相关意见,进一步完善规定,在终结乱象的同时,促进相关行业的健康有序发展。

媒体声音

◇手机号“一键解绑”上线,信息安全了吗?

近日,工信部直属科研单位上线了手机号“一键查询”与“一键解绑”服务,提供多个平台的解绑服务。但该功能尚在内测。

光明日报微信公众号评论说,该消息引发热议,这背后数据信息的使用和保管问题,比如数据使用如何保证合规透明,数据保管如何避免隐私泄露,以及使用保管不当可能带来的未知和潜在的风险,是公众关注的重点。将信息使用的主动权更大程度上交还给用户,才能让人们在互联网世界更加安全和自由。

◇电子产品回收,隐私安全如何保障

近日,北京市市场监管局指出,回收废旧手机、电脑等涉及个人隐私的电子产品时,经营者应当维护客户隐私权。

《经济日报》评论说,电子产品承载了重要的个人信息,一旦造成泄露,后果不堪设想。上述征求意见稿及时回应了人们对电子产品隐私安全问题的关切。在电子产品回收的链条上,每一个参与者都有守护信息安全的责任。回收经营者应严守行业规范,积极支持电子产品生产企业通过自主回收、联合回收等方式建立回收体系,开展生产者责任延伸试点,共同引导电子产品循环利用实现正规、有序发展,为消费者提供安全可靠的回收服务。

◇惩治虚假折扣,需要原价溯源“照妖镜”

近日,北京某知名商店将两款面膜提高原价进行打折促销,市场监管部门认定其属于利用虚假的价格手段诱骗消费者进行交易,对其警告并罚款5万元。

《南方日报》评论说,破解商家的虚假折扣套路并不难,只要让消费者了解真实的“原价”,就可以将虚假折扣的妖魔鬼怪打回原形。如果电商平台能建立原价溯源机制,消费者对商品原价以及变动一目了然,那么,所有的虚假折扣都将不攻自破。无论如何,平台都应落实监管的主体责任,不能对虚假折扣的套路和相关的欺骗行为熟视无睹。

(嘉湖整理)

非遗成功出圈,是因为做对了什么?

“放下来”和“养起来”两种观点。所谓“放下来”,就是任由风浪起,不管不问;所谓“养起来”,就是财政埋单,供少数人自娱自乐,或者放在博物馆里展览。

刚过去的这个周末,历史文化名城江苏扬州在大运河非遗文化园举办了“扬州好运集”非遗市集。期间,看非遗、赏技艺、买文创,年轻人玩得亦乐乎。放眼全国,在网络平台看非遗纪录片、看电视听专家讲非遗知识、在电商平台购非遗好物……这个周末,非遗简直火出了圈。

非遗如此出圈,是因为做对了什么?概而论之,不外乎是抓住了年轻人,顺应了市场,融入了创新。这也给优秀传统文化的创造性转化、创新性发展带来一些启示。

首先,文化必须要有群体支撑,任何一种优秀传统文化,如果失去了年轻人,便很有可能失去未来。传统文化中有历史渊源,但并不只是属于过去。年轻人有着个性化、多样化的文化心理和消费习惯,但这不代表他们就不喜欢传统文化。问题的关键在于,如何抓住年轻人的心,而不是责怪他们为什么不感兴趣。正如“非遗进校园”,进当然需要,但怎么进应该先考虑清楚,能不能懂年轻人更加重要。

其次,非遗传承要把握好市场的脉。时下,不少非遗陷入曲高和寡,乃至叫好不叫座的尴尬。文化不能一味逢迎市场,但也不能一味排斥市场。还原到历史场景中,今天的非遗很多都是当年的流行。所以,