

# 不能让“签署协议可不缴社保”类谎言坑害劳动者

本报评论员 郭振纲

保,而且约定了员工签署协议书后不得向企业索赔等条款。有商家称,此类协议书只要公司与员工签字盖章,就有法律保护。律师表示,企业为劳动者缴纳社保是法定的、强制性的义务,不能通过签署此类协议书等方式逃避。

近一段时间以来,不时有商家在网上售卖“自愿放弃社保协议书”或类似的承诺书、申请书,声称可规避社保缴纳义务,有个别劳动者上当受骗。尽管类似的协议已被一些法院一再、再而三认定为无效,并且在相关判决中释明,缴纳社保不因劳动者放弃而免除,但这一现象依然存在,其背后的原因不容小觑。

缴纳社保是法定的强制性义务,不是用人单位和劳动者可以自由处分的权利。社会保险法规定,用人单位应当自行申报、按时足额缴纳社会保险费,非因不可抗力等法定事由不得缓缴、减免。职工应当缴纳的社会保险费由用人单位代扣代缴,用人单位应当按月将缴纳社会保险费的明细情况告知本人。按照民法及其他相关法律规定,违反法律、行政法规强制性规定的行为无效。因此,一些商家声称的“只要双方签字盖章就受法律保护”的说法,是骗人的说辞。

明知是违法行为,却包装成“合法行为”,还堂而皇之地公开兜售,这其中有多方面的原因。有些用人单位为了降低经营成本,想将缴费义务转嫁给劳动者,误导或者变相强制劳动者自行缴纳社保,而上述说辞正好给了其“机会”;有些劳动者出于多得实际收入,或者已经缴纳了城乡社保,并不打算在就业地领取社保待遇,以及对缴纳社保重要性认识不足等原因,没有将用人单位应当自己缴社保当回事;一些地方的人社、网信部门对违法网络信息回应不及时、处理不到位,或者认为进行处罚是市场监管部门的职责,对其听之任之,客观上助长了此类行为等。

事实上,尽管给“签署协议可不缴社保”涂上再多的“合法性”也不可能具有法律约束力,但任由这种现象的存在,其不良后果是严重的。一方面,其给正常的社保缴纳秩序造成了破坏,不仅损害了社会保险法的严肃性和权威性,而且如果大量用人单位听信后铤而走险,还可能影响社会保险基金的安全,降低其保障能力;另一方面,这种行为还会产生溢出效应,可能引诱不法商家、心存侥幸的用人单位钻制度的空子,误导一些劳动者忽视对自身合法权益的维护,最终导致劳动者权益受损。此外,这种现象会助长非法经营行

为的蔓延,扰乱正常的市场经济秩序。

其实,一些不法商家为了获取非法利益,以种种似是而非的噱头进行蛊惑或者欺诈,这已经不是个别现象,在一些领域甚至形成了灰色产业链。此前,媒体揭露过个别培训机构声称只要上了其精品课,不经考核也能获得相应技能等级证书,其背后暗藏着消费贷、套路贷等违法行为;一些职业介绍机构声称可以为求职者付费内推、有偿就业等,实则是就业欺诈。“签署协议可不缴社保”本质上属于此类,目的是获取非法利益。

无论从维护劳动者合法权益出发,还是从维护正常的市场经营秩序考量,有关部门都有必要及时澄清不实信息。前不久,教育、人社等部门对网络上的求职诈骗信息发布警示,提醒求职者谨防落入“陷阱”,给付费用内推、有偿就业等灰色产业链一记重锤。同时,相关部门应及时对不实、违法网络信息的发布者、灰色产业链条上的诸多违法主体进行处罚,要求内容审查不严、没有及时对违法信息发布者禁言的互联网企业强化履行主体责任等。

不让“签署协议可不缴社保”之类的噱头坑害劳动者,必须多措并举、形成合力,不给任何坑害劳动者的不法行为留有生存空间。

于忠宁

据7月24日《中国青年报》报道,近日,浙江杭州考生陈雨萱以高考602分(超过一段线110分)的成绩去了一所职业技术大学,该消息引发热议,不少人认为这是对高分的“浪费”。做出这样的选择,陈雨萱的理由很简单:“就业率让人心动”“毕业去向比较喜欢”。

近年来,类似新闻并不鲜见。从北大学生转学读技校,到不少高分考生弃本科读职校等,人们对此的看法也由此前的惊诧、惋惜,逐渐转变为理解与支持。这说明公众正在扭转对职业教育的偏见和误解,越来越多的人不再以学历论英雄,而是摘下有色眼镜,看到职业教育大有可为的广阔前景,认可走技能成才之路同样具有含金量、吸引力。

高分考生选择职业院校,看似“高低就”的背后,是他们看到了职业教育在培养高技能人才方面的优势。高分考生选择的职业院校,往往具有鲜明的办学特色,与产业合作互动密切,就业前景良好,在招生吸引力上不低于一些普通本科院校。

比如陈雨萱选择的这所职业技术大学,毕业生就业率达98%,不少人还入职了优质企事业单位。而今年开设的轨道交通、电气、机械等热门专业,在浙江招生投档都是一次性满额。此外,深圳某职业技术大学此前还是高职院校时,招生分数线就高出广东省本科线数十分。近年来,该校联合企业共建18个特色产业学院,学生实现高质量就业,学校于2023年6月升格为职业本科大学。可见,职业院校只要对接产业,办出特色,实现高质量教学发展,就能走出一条与众不同的育人育才道路,就能提升自身作为职业学校的社会美誉度,吸引更多优秀学子,从而形成良性循环。

高分考生读职校的现象,不仅折射出职业教育办学质量正在稳步提升,也反映了职业教育的地位在不断提高。近年来,国家和地方出台了一系列旨在推动职业教育发展的政策措施,职业教育法首次明确“职业教育是与普通教育具有同等重要地位的教育类型”,并明确职业院校在升学、就业、职业发展等方面享有与同层次普通学校学生平等的权利。党的二十届三中全会提到“加快构建职普融通、产教融合的职业教育体系”,这不仅是对职业教育地位的再次肯定,也是对其实现高质量发展的具体指引。

具体到实践层面,我国在职业教育发展和改革上做了诸多探索,确定一批重点特色、示范性院校,建设职业大学,推进产教融合等,旨在打破职业院校“天花板”,搭建技能人才成长“立交桥”。如今,职业教育发展势头正盛,在社会中扮演着越来越不可或缺的角色,为青年学子提供了更丰富、多元的人生选择。可以预见,随着更多优质生源的涌入,职业教育培养的人才质量会进一步提升,会助推职业教育不断迈上新台阶。

教育没有高低之分,只有类型之别。我们乐见更多青年学子根据自己的兴趣爱好、个人志向规划人生航向,选择职业教育走技能成才之路,也期待职业教育抓住契机,乘势而上,办出特色,为年轻人提供多样化的成才路径,提供更为广阔的人生选择。

## 尊重高分考生读职校,折射公众心态日趋平和

## “广告中插播电视剧”?别让调侃成为现实

戴先任

据7月26日澎湃新闻报道,某视频网站因基础会员无法跳过视频片头120秒广告登上社交平台热搜榜,再次引发公众对视频网站广告的关注。不少用户称视频网站的会员费年年上涨,广告却越来越多,各类广告穿插防不胜防。

近年来,视频网站广告“霸屏”现象严重,网友抱怨,一些网站的“吃相”越来越难看。比如,基础会员看片前要忍受长达数分钟的广告“轰炸”;VIP会员虽然可以跳过视频片头广告,但却躲不过片头曲之后长达60秒的广告,各种片中广告、弹幕广告更是五花八门;本来花钱“免广告”的VVIP会员甚至没想到竟然还有给自己的“专属广告”……

广告令人不满的不仅是数量多,还有内容“辣眼睛”,低俗、恶俗、惊悚广告频频出现,甚至有的广告画面或文字描述存在情色擦边球之嫌。广告法第九条明确规定,广告中不得出现淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容。插播此类广告,让人难以接受。

视频网站广告多,一是在于当下制作或引进一部片子的成本较高,播放广告是分摊成本的重要手段;二是因为当前各视频网站的竞争激烈,各网站纷纷拿出看家本领自制剧集或综艺节目,这类原创产品极具吸引力与收视率,为拉广告创收提供了依托。

视频网站疯狂插播广告,当事方自有苦衷,但这不能成为琢磨“歪门左道”的理由。视频网站要找到企业利益与消费者体验之间的契合点,才是目光长远的明智之举。如果视频网站只顾消费者权益,对自己制定的会员协议“翻脸不认账”,让各类广告“霸屏”、鸡占鹊巢,消费者恐怕迟早会“用脚投票”。对此,相关部门也要依法依规予以规范,不能任凭“店大欺客”。

精神产品永远是内容为王。视频网站要想做大做强,就必须反思原创、营销以及用户反馈之间的关系。“在广告中插播电视剧”是网友的调侃,也是一种不满。一句话,“看不完的广告”或视频网站“主打节目”,这种远离观众的理念定然难以赢得观众。



## 图说

## 秀?

据《中国组织人事报》报道,近日,某地通报整治形式主义为基层减负典型问题,其中,某单位2023年开展节庆表彰活动达13场次,一半以上与业务无关,还动辄要求全省系统参加,重形式轻内容,拍摄制作各类风采展示视频,增加了基层负担。

没完没了拍摄与业务无关的“视频秀”,某种意义上是电子化的形式主义,耗费了基层人力物力。对相关工作做好宣传确有必要,但有人把视频当成个人政绩秀场,拿着精心包装的短视频赚取群众好感、向上邀功,这显然跑偏了。对公职人员而言,天花乱坠的虚事做多了,为民办实事的时间和精力自然就少了。从政务网站到两微一端、短视频,电子政务不断推陈出新,但无论形式怎么变,都必须坚守为人民服务的初心,而不能成为装点门面的“形象工程”。如何刹住这股歪风,为基层减负、为实干鼓劲,考验着有关方面的决心和智慧。

赵春青/图 陈曦/文

## 博物馆的社会讲解如何摆脱“野路子”标签?

堂吉伟德

“价格高”“讲解不专业”“无故取消服务”……据7月27日《法治日报》报道,暑期博物馆热度居高不下,为了更好地参观游览博物馆,不少游客在馆方讲解不足时选择购买非官方讲解,然而服务质量却不佳,这引起社会热议。

近年来,一到假期,各地博物馆就会迎来参观高峰,一票难求更助推了讲解服务的稀缺。当馆方讲解的数量难以满足现实需求,非馆方的社会讲解便获得了商机,也让参观者有了更多选择。

相较于馆方讲解的规范化和专业性,社会讲解往往良莠不齐,其中不乏虚假内容、专业性和规范性差等问题,特别是“戏说历史”还带偏了参观者对历史文化的正确认知。这

些行为不仅扰乱市场秩序,也损害了消费者利益,留下“想看的东西都没有看到,想听的内容也没有听到”的遗憾。

作为官方讲解服务的补充,社会讲解有其存在的合理性和必要性。因而,采取综合性措施促进其规范化发展,让观众权益得到保障,让市场良性竞争、让历史文化回归真实面貌,才是社会讲解服务的出路。

2023年,国家文物局印发《关于进一步提升博物馆讲解服务工作水平的指导意见》指出,要规范引导社会讲解服务。为此,各级文物部门应逐步建立所在地区博物馆社会讲解准入管理和监管机制,推动其规范有序发展。各地博物馆可以探索申请备案、培训考核、持证上岗等机制,将信用良好的社会讲解个人或团体列入“白名单”统一管理。

在这方面,上海的办法值得借鉴。去年,上海市历史博物馆率先试点博物馆向持证导

游开放带团讲解,为市民游客带来更多元、更广泛的“博物馆+”体验。此外,深圳为更好地满足观众聆听讲解需求,优化馆内公益性解说服务也是一种有益探索。当地各博物馆引进智能机器人讲解员,从效率上看,机器人在记忆和输出数据方面存在更多优势,解决了以往人工现场错误率高以及不便多形式展示的痛点。再如,增加志愿者或公益解说的场次,或者建立自助式解说系统,以此满足不同人群的需求。

博物馆中的讲解服务可以让“沉睡”的展品“活”起来,有助于参观者更好地体验时空交错中的历史文化魅力。在文博热、考古热的当下,继承和发扬传统文化需要有更多打开方式,而持续增加社会讲解服务的供给,也是一个必要环节。期待各地有关方面能够多一些尝试,让社会讲解在合规中得到发展。

成饲养关系,正是改判的重要因素。法院对判决划了重点,解了疑惑,让案件的审理成为冒热气的法治公开课。

同时,这堂法治公开课也给公众“敲了黑板”。投喂流浪动物出了问题,在法律上或许不承担主要责任,但不代表该行为没有必要的限度——伸出援手的同时莫要忘了社会责任,投喂流浪动物应当兼顾公共安全和他人合法权益,找到爱心和责任之间的平衡点。

此外,该案一审、二审中的变化、解读,也给公共场所加强安全保障义务提了个醒。体育场馆经营者应当完善安全管理制度,在发现安全隐患能及时干预消除,进而为运动员提供安全、舒适的场馆环境,并落实预防风险或消除潜在危险发生的必要措施。

从劝酒导致他人受到伤害或发生意外需担责,到追赶小偷致其死亡可能担责……近年来,不少看似难以理解的案例以具体的方式普及法律知识,提升公众法治素养。我们期待,更多人能够从围观典型案例中感受到法律视角,对公平正义有更深的领悟。

## “流浪猫绊人案”一波三折,是一堂法治公开课

卢越

据7月25日《每日经济新闻》报道,7月24日,备受关注的“男子被流浪猫绊倒,投喂者赔24万元”案迎来反转。此前,吴某某在羽毛球馆打球过程中因踩到猫摔倒受伤,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,一审判决肖某某赔偿24万元。与一审判决判决喂猫者肖某某直接承担全部赔偿责任不同,上海市闵行区人民法院再改判:相关赔偿责任由体育用品公司承担80%,肖某某承担20%。法院认为,肖某某的投喂行为将猫引入羽毛球馆,确实

存在过错;羽毛球馆未尽安全保障义务,是原告受伤的主要原因,应当承担主要责任。

好心投喂流浪猫狗还能惹上官司?很多人看到类似司法判决的新闻时会深感不解。生活中,此类令人困惑的情形还有不少,比如聚餐后身亡,共饮者担责吗?搭顺风车出了事故,司机担责不冤?不少类似纠纷屡屡引起社会关注和讨论。

这些是人们日常生活中可能遇到的事,而遇到类似情况谁来担责、如何担责、为何担责,则与个人利益密切相关。各地法院越来越注重通过释法,厘清法律概念、传递价值导向,阐明法律支持什么、反对什么。因此,对于一些案例,不少人从最开始的意外、不解,

到慢慢了解后感叹“原来如此”,进而明白“这事和我可能有什么关系”“法院为什么这么判”“遇到这样的事我可以怎么办”。从这个意义上看,这是不断涵养公众法律素养的过程,也折射出社会的法治建设进程。

具体到本案,“投喂者”到底算不算“饲养者”?好心喂流浪猫,出了事却还要担责,以后还能不能献爱心?根据民法典规定,饲养的动物造成他人损害的,动物饲养人或者管理人应当承担侵权责任。主审法官明确解释了法律上认定饲养人的条件,即应具备基于主观意思对动物进行关心和照料,以及对动物进行排他性的支配和控制两个构成要件。法院再认定肖某某与流浪猫之间不构

## 当心孩子对卡牌盲盒走火入魔

余明辉

据7月29日央视报道,卡牌盲盒正在部分未成年人群中热销,一些孩子不惜花费巨资购买,沉迷其中无法自拔。这背后隐藏的是一条由卡游公司、卡牌评级机构和二手商家等共同构建的利益链,他们层层收割,让未成年人成为了这场“游戏”中的最大受害者。

一张小小的卡牌,玩法类似抽盲盒,越稀有的款式越“值钱”,有的孩子花光零花钱购买各种“稀有卡”“典藏卡”,越来越多孩子“集卡成瘾”。

在卡牌日益火爆的背后,卡游公司等盲盒出品方在线上渠道大力推广销售,卡牌评级机构通过评级(等级越高越贵)推高卡牌价值,二手商家趁机回收“稀有卡”再高价卖出——这个链条上的各方都赚得盆满钵满,唯独让孩子们成了被收割的“韭菜”,他们不惜花费大量金钱和时间去购买、积攒或交易,分散了本该好好学习和户外运动的精力,不少家长对此很头疼。

卡牌盲盒被炒到“走火入魔”,不仅违背了相关规定,更对未成年人心理健康和价值观形成造成不良影响。市场监管总局发布的《盲盒经营活动规范指引(试行)(征求意见稿)》就提到,盲盒经营者不得向8周岁以下未成年人销售盲盒,应以显著方式提示8周岁及以上未成年人购买盲盒应取得相关监护人同意。

卡牌盲盒不是普通商品,更非文具、玩具等未成年人日常生活需要的商品,经过炒作后价格翻几倍的盲盒更非未成年人所能识别和承受。当孩子们并非为了基本的学习需要或生活需要而购买盲盒时,相关方面就应该思考这或许已经属于超出孩子民事行为能力范围的活动,应当受到格外的关注和监管。盲盒经济是一种新兴的商业形态,但是,当它被滥用为追求暴利的工具时,就要引起高度警惕,不能让盲盒经济成为损伤未成年人身心健康、浪费钱财的盲盒诱惑中,还孩子们一个清明、健康的成长空间,十分重要。