

遏制低俗侵权乱象，让网络视听产品向阳而生

本报评论员 吴迪

增长至510亿元。在此发展势头下，一些有声书平台存在色情、低俗内容以及版权问题等乱象，遭到不少诟病。

近年来，有声书市场发展火爆，内容从网络热文、儿童读物到经典文学作品，再到广播剧、慕课等，应有尽有，受众群体相当广泛，满足了不同人群用耳朵“阅读”的需求，如通勤路上眯着眼睛“充电”的上班族、睡前听故事的小朋友等。

有声书市场在快速发展进程中，出现了打擦边球和侵权等问题。比如，海量音频内容良莠不齐，有的设计擦边情节，描述涉黄涉暴细节等，曾有媒体对1400多名网友展开调查，超八成受访者反馈音频遇到软色情并不罕见；盗版他人作品在不同平台上传等。

有声书市场部分内容“不堪入耳”、盗版难禁，原因是多方面的。从平台责任看，用户的入驻、发表作品等诸多环节缺乏有效审核机制；投诉举报反馈机制存在障碍，违规作品下架难、追责难，正如媒体调查，近五成受访者表示“举报从未得到回应”；部分有声书平台为了提升用户数量、增强黏性，对打擦边球但能带来利益的内容持消极处置态度。

从产业链角度看，有声书链条涉及原作

者、主播、音频制作者、平台等多方主体，其中或许有环节存在无心之失，但随着有声书付费时代的到来，利益诱惑之下难免有些环节“各显神通”。同时，作者版权意识不强，在签订相关合同时对授权内容、使用方式、收益分配等问题约定不明，为事后产生纠纷埋下隐患。

从监管角度看，有声书作为一个新兴市场，涉及出版、广播、互联网等多个领域，目前尚未形成统一的管理、标准和规范。尤其是该产业链主要存在于网上，不乏跨地区合作，传统的属地管理原则已无法适应这一新情况。此外，违规作品数量多，若不一一试听或接受公众举报，监管侧很难及时发现。

这类网络视听产品作为精神文化市场中的重要组成部分，在正常赢利之外理应承担大众娱乐、社会教育、引领正确价值观等功能，如果眼里只盯着流量、只想赚快钱热钱，其道路可能会越走越窄，不仅无益于整个市场的长远发展，其不良内容可能对听众产生负面影响，尤其对未成年人而言，不良内容会影响其价值观和道德观的塑造，容易让其形成错误的认知和价值取向。

诸如有声书这类网络视听产品由小众走向大众，浸润越来越多人精神文化生活，被市场寄予厚望。有关平台和产业链应抓住发展机遇，利用好互联网优势，为公众提供更丰富、更有营养的视听盛宴。为此，有的头部平台通过研发或引入人工智能、大数据等技术模型，建立起“AI+人工”审核机制，让内容把关事半功倍，类似做法值得借鉴。

针对眼下有声书市场的乱象，有关部门应加大有针对性的监管约束。比如，根据网络平台和用户分布在不同地区的特征，建立完善跨地区协调机制，确保监管的有效性、可及性。借助“剑网”“网络音频乱象专项整治”等专项行动，持续打击有声读物领域违法违规行为，遏制相关市场的野蛮生长。尤其值得强调的是，应借助我国首部有声读物领域国家标准将于2024年10月1日起正式实施的契机，推动该领域标准体系的完善，促进有声读物精品创作和传播以及行业高质量发展。

我们乐见网络视听产品越来越丰富、市场越来越繁荣。万变不离其宗的是，精神文化市场始终应以涵养人的精神世界为出发点和落脚点，向阳而生。

网络主播成为新职业，只是个开始

7月31日，人力资源和社会保障部等部门发布了19个新职业、28个新工种信息，其中包括近年来广受关注的网络主播。

命名新职业是建立职业标准、构建职业能力特征的基础，也是职业发展的基石。未来，围绕网络主播将构建出一套国家认可的、统一的、符合劳动力市场目标和企业发展目标的标准体系。

也就是说，网络主播拥有了必要的职业门槛，网友诟病的只要会“321，上链接”就能当主播的行业草莽时代，将成为过去。

网友跟帖——

@阿晴：终于转正，我们从业者的归属感更强了。

@尹尹：一些主播再也不能口无遮拦了。

阅读全文请扫码“工人日报e网评”

乐见年轻人 与小众博物馆双向奔赴

何勇海

据《大众日报》近日报道，眼下，文博游在炎炎夏日依旧显现强劲活力，一些热门博物馆一票难求。在这样的背景下，一些专门类主题小众博物馆异军突起，以独具一格的展览、生动有趣的参观体验、相对舒适的参观环境满足了游客旺盛的参观需求，成为年轻人“反向旅游”的最佳去处。

咖啡博物馆、世界风筝博物馆、骆驼祥子博物馆……小众博物馆主打小而精，占地一般不大，或许偏于一隅，却各有各的精彩，吸引不少年轻人专程去打卡。小众博物馆的走红，是城市公共文化事业取得长足进步、博物馆事业多元化发展的体现。

小众的内容何以吸引大众的目光？首先，小众博物馆的展览视角新颖，避免了“千篇一律”、“好看的皮囊千篇一律，有趣的灵魂万里挑一”，此话大体也适用于博物馆。相比知名博物馆的庄严肃穆，小众博物馆往往主题独特、清新跳脱，“专攻”人们的好奇心。例如，中国课本博物馆以1862年至今各个历史时期的中小学课本为主要藏品，不仅填补了中国教科书历史馆藏的空白，也为教科书史的研究提供了珍贵的资料。

其次，“博物馆+”的运营模式，让游客的体验更多元。除了开设文创馆、咖啡厅等常规操作，不少小众博物馆引入剧本游、解谜游戏、沉浸式表演等新玩法，让年轻人告别打卡式逛博物馆。比如，济南胶济铁路博物馆推出的解谜游戏《胶济档案：消失的宝藏》，利用建筑特征作为解谜密码，使观众在环环相扣的推理中获得知识、流连忘返。

此外，在热门博物馆人挤人的暑期，小众博物馆的参观体验更好。对于青睐“反向旅游”的年轻人来说，与其在人海中走马观花，不如远离无休止的排队，细细了解每一件展品。即使不是价值连城的奇珍异宝，也能深入了解某一个专业领域的知识，别有一番收获。

小众博物馆打破了“年轻”与“古老”的传播“次元壁”，提升了年轻人的文化认同感。期待更多小众博物馆充分挖掘内涵，更新表达方式，找到文旅融合的“流量密码”，期待逛博物馆成为更多人的旅游和社交新方式，在触摸历史文化中获得精神滋养，也让“沉睡的博物馆”重焕生机。



图说

争议

“不交钱就把车砸了”——据大皖新闻报道，近日，有网民发视频称，在河南鹤壁某景区游玩时，被当地村民索要停车费。日前，当地相关部门回应称，游客停车处是当地村民自家土地，村民情绪有些激动，村里已对其进行教育并联系当事人说明了情况。

当事车主将车停在一处没有停车标牌的空地，却被私人要求交费，自然会产生质疑；当地村民因自家土地被无偿占用产生情绪波动，也实属正常。在下沉式旅游、反向旅游越来越火爆的当下，此类事件在不少地方都发生过。这反映出一些地方旅游市场停车难的问题。相关新闻事件，最终几乎都以涉事村民退费收尾。长远来看，游客停车难的问题只能靠村民让渡自己的资源权益来缓解吗？相关地方有没有考虑更长远的、可行的解决方案？说白了，“野生停车场”的权益与收费之争必须尽快找到合理方案，这也是各地发展旅游业必须面对的考题。

李法明/图 嘉湖/文

城市道路更名是一个系统工程

陈曦

据澎湃新闻报道，近日，河北邯郸经济技术开发区社会事务局发布公告称，决定对区域内十多条以成语命名的道路予以更名，例如，将“胡服骑射路”更名为“文津路”，将“完璧归赵路”更名为“安吉路”，更名原因均为“不易识记”。此举引发网友热议。

邯郸学步、叶公好龙、毛遂自荐、纸上谈兵……作为一座有着3000多年历史的文化名城，出自邯郸或与邯郸有关的成语典故高达1500多条，邯郸因此被中国文联和中国民间文艺家协会授予“中国成语典故之都”称号。据了解，2020年，当地经广泛征求意见和专家论证，决定通过赋予大街小巷新的名称，烙下优秀历史文化印记，“成语街道”随之诞生。

以成语命名街道，可以看出邯郸盘活历史文化资源的努力，希望市民在日常使用中亲近家乡的历史，希望游客对这座城市印象更深刻。但不到四年时间，街道再次更名，背后的原因值得反思。

南京有“乌衣巷”，济南有“时和路”，向历史文化“要名字”，如果朗朗上口、意蕴丰厚，往往是美事一桩。但有的地方，街道改名并不成功，不易识记是最大问题，给当地百姓出行带来不便，让外来游客也是一脸茫然。正如热心网友给邯郸街道改名所提的建议，哪怕在成语基础上稍微再创作，改成“九鼎街”“青蓝街”“将相路”之类，也会更好听好记些。

路是给人走的，街道名称是给人叫、给人用的。为道路取名，实用才是首要原则。在此基础上，多些文化属性和艺术气息当然更好。但如果为了求新而忽略了市民的感受，可能会事与愿违。曾经，某地为了宣传文房

四宝文化，以“宣笔、墨香、宣纸、宣砚”更名（命名）四条入城主干道，就引发不少市民反感，有人说“与文化强行挂钩，反倒失了历史厚重”。

城市道路更名是一个复杂的系统工程，不是发个公告这么简单。从城市管理角度看，公交站牌、道路标牌都要更换，这些费用谁来买单？对于沿线居民和商户来说，证件证照信息需要更新，甚至外卖、快递地址也要重新填写，付出的社会成本不可谓不高。国务院颁布的《地名管理条例》也写明，地名应当保持相对稳定。

从公告内容看，邯郸在努力降低影响，提出“老人老证、新人新证、同等效力、逐步替换”。希望“成语街道”事件给其他城市提个醒，道路更名涉及多方利益，要多些慎重、多些权衡，要多听听市民的心声，切莫朝令夕改、草率行事。

劳动关系，应当订立书面劳动合同；用人单位自用工之日起超过一个月不满一年未与劳动者订立书面劳动合同的，应当向劳动者每月支付二倍的工资。张先生在济南某美发公司持续工作了5个多月，美发公司未依法与张先生签订书面劳动合同，法院在确认双方事实劳动关系成立的基础上，判决美发公司向张先生支付未签订书面劳动合同的二倍工资差额5300余元，符合事实，于法有据，于情合理。

这一案例对学生型劳动者以及带学徒的用人单位而言都是一堂生动鲜活的法治课：学徒工不是廉价劳动力，别拿“师徒关系”掩盖劳动关系。这堂课提醒用人单位，如若双方关系具备了劳动关系的特征，就应主动积极签订书面劳动合同，依法保障学徒工的劳动权利，这也有利于减少劳动纠纷。学徒工也应增强法律意识和维权意识，一旦劳动权益遭到侵害，要注意留存与用人单位的沟通记录以及用人单位的招工信息、考勤信息、工资支付信息，及时向劳动监察部门投诉举报，申请劳动争议仲裁，或提起诉讼。

李英锋

据8月2日《工人日报》报道，在美甲美睫、纹绣、美容美发等行业中，“先当学徒后当工”的情况长期存在。部分用人单位不与新入职员工签订书面劳动合同，而是约定以“学徒”之名接受培训后再上岗。以“师徒关系”为名义的员工招聘，能否认定为劳动关系？日前，山东省济南市槐荫区人民法院公布了一起美发店学徒要求支付未签劳动合同二倍工资的案件，法院最终判决确认双方存在劳动关系，支持学徒员工的请求。

学徒工只是学手艺、打杂的学徒，他们与用人单位建立的是“师徒关系”，而非劳动者与用人单位之间的劳动关系。法院此次支持学徒工的判决则告诉我们，符合法定情形的学徒工也是法律意义上的劳动者。这起学徒工劳动纠纷案，某种程度上具有较为普遍的劳动维权示范和法治教育意义。

无论用人单位自身如何定义与劳动者的关系，是否与劳动者签订书面劳动合同，只要劳动者与用人单位都是适格的主体，劳动者与用人单位之间具有人格从属性、经济从属性、组织从属性，双方就建立了劳动关系，用人单位就应该承担按时发放工资、缴纳社保等对应的法律责任，否则就侵犯了劳动者的

权益，在劳动争议仲裁、诉讼等程序中也很可能承担不利的法律后果。

在上述案例中，学徒工张先生与济南某美发公司均具备建立劳动关系的主体资格，且张先生提供的给顾客洗头、烫发、染发以及打扫店内卫生等劳动属于美发公司的业务组成部分，美发公司向张先生提供必要的劳动条件，发放“生活补助”，对张先生进行考勤管理和请假管理。显然，张先生与美发公司之间具备了建立劳动关系的三要素，美发公司所称的“师徒关系”无法掩盖事实劳动关系的实质。

别拿“师徒关系”掩盖劳动关系

媒体声音

◇打通智能家居产品互联堵点

打开空调制冷，让热水器提前加热……对于消费者而言，操作多个智能家居APP的场景并不陌生。然而，智能家居不同品牌、不同设备之间交互不够便捷，给日常使用带来困扰。

《人民日报》评论说，对智能家居企业来说，自有生态链就像品牌的护城河。依托自有平台，提供套系化解决方案，有助于深入了解消费者使用习惯，增强用户黏性。但企业发展各自为营，会影响消费者操作便捷性，降低消费者对智能家居的好感。期待相关企业顺应消费新趋势，共同推动智能家居产业协同联动、融合互通、智能互联，不断提高设备兼容性、安全性、稳定性，让智能家居真正智能起来。

◇对功利打造“网红儿童”明确说不

从日常生活到才艺展示，从“金句段子”到知识科普……不少以“萌娃”为主题的账号动辄拥有几百万、上千万粉丝，成为各大视频、直播平台上的“宠儿”。

《北京青年报》评论说，一些“网红儿童”视频迎合了看客的心理，但没有尊重孩子的隐私和尊严。它们并非客观记录孩子的日常生活，而是要求孩子表演家长和机构编好的“搞笑”“呆萌”内容，有可能对孩子的价值观产生负面影响。不少儿童视频被包装为“育儿号”，传播的其实是反教育观念。所有借“网红儿童”牟利的行为，都涉嫌违反《未成年人保护法》，应要求平台下架这类视频，注销账号。同时，应依据《家庭教育促进法》追究不正确履行监护责任的父母的责任。

◇助推低空经济加速“起飞”

当前，我国低空经济已初具规模，无人机物流、低空旅游、城市空中交通等新兴业态方兴未艾，展现出强大的发展潜力和广阔的市场前景。

《经济日报》评论说，低空经济目前尚处于起步阶段，仍存在顶层设计不完善、产业基础较为薄弱等问题。对此，要优化政策环境，提供坚实法律保障，加快修订和完善无人机应用、空域管理等相关的法律法规；要加强科技投入，提升自主创新能力和加大关键核心技术的研发投入，让无人机自主导航、智能避障等；要拓宽产业领域，打造多元应用场景，积极探索如低空物流、应急救援等。（陈曦 整理）