



“卢书记该咋办”引热议,反映出对于基层办事人员来说,拉下脸拒绝他人,尤其是来自领导的要求,确实是件比较困难的事。但热议归热议、调侃归调侃,这个回答里边,原则不能模糊、底线不容失守!面对上级领导不合规的请托、要求,卢书记就是应该理直气壮拒绝,劝说领导按要求进行登记而不是让志愿者给其放行,这是原则问题,没得变通。你今天赶过去现场处理了,帮领导登记了,谎称手机没信号了,那明天呢、下次呢?打圆场、躲避开都不是办法。在劝说领导时,传递的态度必须明确——领导,如果按您打招呼的要求做,我们都违反纪律规矩了!

——中央纪委国家监委网站:《“卢书记”该咋办 原则不能模糊》

倡导“就地过年”是这个春运的主基调,但要让更多人“就地过年”,减少非必要的流动,其前提应是及时、准确发布防疫信息,科学制定和实施春运返乡政策,并做好配套的公共服务,让务工人员安心留下,而不是靠一味地增加返乡“难度”甚至是“麻烦”,来让在外务工者“知难而退”。

——新京报:《科学制定返乡防疫政策,让每个人安心过春节》

外形像花棉被、肝脏的大剧院,形似“巨人接吻”的娱乐设施,山寨国外城堡造型的酒店,拙劣模仿天坛的杂技剧院……那些形态怪诞、尺度失调、立意低俗的上榜“丑”建筑,被网民吐槽“辣眼睛”“败胃口”。

——新华每日电讯:《莫让“辣眼”建筑成“城市伤疤”》



【本期话题】

“自愿放弃”社保协议

去年,广东肇庆陈先生到广东中山应聘美团配送员,在横栏三沙站点报到时发现待遇和招聘信息有出入,而且公司要求他签署一份“协议”,让他工作期间“自愿放弃”社会保险等待遇。近日,记者联系三沙站点负责人,对方表示没有为骑手购买社保,是双方“你情我愿”。对此,你怎么看?

【议论纷纷】

◎吴睿鹤:实际上,不少员工“自愿放弃社保”,既不是自愿行为,也非真实意愿。而是因为企业本身具有天然强势地位,通过软硬兼施、刻意诱导的方式,再加上不少企业员工贪图眼前蝇头小利,并没有放眼未来,算长远账,只考虑眼下钱包里毕竟“多了三五斗”,最终“一拍即合”,达成协议。

◎陈家沛:企业要千方百计节约成本,争取利益最大化,这原本是没有问题的。但那应该从提高服务质量与管理水平,减少与避免存在的浪费等方面来开源节流,而不是在必须支付的社保上做文章。这样做,节约的成本微乎其微,但对自身形象的影响恐怕却很大,美团是一家大企业,不应该在这笔账上犯糊涂才是。希望这只是三沙站负责人因为小聪明表现出的任性。
本期话题下期继续

一毛钱的公益诉讼也有大意义

□乔杉

不少电商平台均有短信推送商业广告的形式,但并未明确短信退订费由谁承担。去年,某生鲜电商平台被用户王女士告上法庭。法院认定,用户协议中未约定退订费用谁负担,判决由平台方承担0.1元短信退订费。日前,某生鲜电商平台更改用户协议,新增一条:退订费由用户自行承担。律师表示这属于霸王条款,应认定无效。(据《工人日报》)

很多人恐怕都有这样的经历,因为一些原因,下载、注册了某APP,然后就不断地收到商业广告短信。烦不胜烦,只能退订,谁承想退订还要花钱,虽然钱不多,短信费用不过0.1元,但这终归让人不爽。

对于商家来说,可能也未必在乎这一毛钱,更大的可能,还是通过这一小小的障碍,来

干扰消费者退订。无论是哪一种,小伎俩用在这里,着实让人不齿,也非明智之举。

在一个健康的市场,消费者的用脚投票,是最有威慑力的制衡手段。真正值得深思的是,为什么一些商家,会置消费者的观感于不顾?这里面的原因可能在于,不是一个商家这样,而是市场普遍如此,有意忽视消费者的一些权益。当一种恶劣行为,成为市场普遍现象时,商家的道德愧疚感就会降低,而消费者的选择可能性就会消失,再加上很多时候知道有意见也没有用,则会加剧市场乱象的产生,导致市场土壤出现问题。

幸运的是,这个市场总会出现一些认真较真的消费者。就像这位王女士,勇敢地拿起法律武器,“向一毛钱说不”。最终,法院也支持了王女士发起的公益诉讼。或许可悲之处

就在于这里,这场“一毛钱的官司”明明打赢了,法院作出一审判决,判令平台方赔偿王女士短信资费损失0.1元。可商家所做的调整竟然是更改用户协议,新增一条“退订费由用户自行承担”。这个细节清晰表明,该电商平台根本没有把此前的败诉当成一回事,而是试图一错再错,在小伎俩的海洋里“浪里个浪”。

现在,为了这“一毛钱退订费”,是否得再有一个王女士,再来一次公益诉讼?

毋庸置疑,“一毛钱的公益诉讼”也有大意义。在生活中,这类“小成本、大规模”的侵权行为时有发生,希望更多的消费者能够挺身而出,勇于维护自身权益,可是权益维护不能指望每一个普通消费者去提起诉讼。具体到“一毛钱退订费”,或许应该问问电商平台

的道德,问问监管部门的职能,问问电信运营商的平衡。

“涉疫病历防泄露”是一个新课题

□时本

应得到更强有力的保护。而实际情况是,正因为涉疫个人信息更敏感,也就更容易被泄露,近期多地出现涉疫个人信息被泄露事件。

防止涉疫个人信息包括涉疫病历被泄露,是一个十分严肃的新课题。传统的纸质和电子病历都有相应的防泄露规则,比如纸质病历允许复印的内容和审批流程、电子病历系统的进入权限等,都有明确规定。长期以来,受行业规范的约束,医务人员对传统病历的保护意识普遍较高,但汇总的涉疫信息属于纸质和电子病历之外的内容,容易出现麻痹思想。

在处罚方面,对于病历泄露也有了新规定。《治安管理处罚法》第四十二条明确了对散布公民个人隐私违法行为的处罚标准,但这属于老规定;而刚刚通过的《民法典》第六章第一千二百六十二条明确,医疗机

构及其医务人员泄露患者隐私和

个人信息或者未经患者同意公开其病历资料的,应当承担侵权责任。此条款二审时删去了“造成患者损害”这一前提条件,因而与过去有了很大的不同。根据这一条款,医务人员泄露患者隐私,无论造成损害与否均应担责。陕西白水县的这次泄露案件虽然还没有对患者造成直接影响,但根据新的《民法典》,在民事方面,涉事人员也要担责。

针对这个新课题,医疗系统要强化医务人员对涉疫病历的保护意识,严守涉疫隐私成为医务人员的基本素养。要筑牢医院信息系统的技术防线,对于统计涉疫信息的电脑,应确保专人专用,并使用无法复制粘贴的专用报表与文件来汇总信息。

对新现象、新课题要有新对策,方能快速顺应变化,补齐涉疫个人信息包括涉疫病历保护不力的短板。

莫用本土化噱头代替餐饮本身

□方雨霏

麦当劳广安门外餐厅购买了一份金牌肉夹馍组合,打开包装却发现真实的产品与宣传广告差距甚大。宣传图上是塞着满满的肉的“肉夹馍”,而实物却是偌大的两块白馍上小小的一圈肉沫,前几口根本咬不到馅。

用本土化元素融入的方式推动餐饮品牌的推广本是件“互利共赢”的好事,一方面品牌实现了创意营销,另一方面也实现了对中国饮食文化的致敬。然而倘若一味注重中国味道的噱头与包装,而忽视了餐饮产品本身的口感与质量,那么一个不小心便会适得其反,反遭“吞噬”。“欺瞒消费者”的形象和“实物与图片不符”的产品也会让餐饮品牌在消费者心中大打折扣。根据我国《消费者权益保护法》第二十条规定:经营者向消费者提供有关商品

或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息,应当真实、全面,不得作虚假或者引人误解的宣传;此外,第二十三条规定,经营者以广告、产品说明、实物样品或者其他方式表明商品或者服务的质量状况的,应当保证其提供的商品或者服务的实际质量与表明的质量状况相符。但是在实际情况中,不少餐饮企业都会通过一句“产品实物与图片存在一定差别”来摆脱因缺斤少两或者食物味道不符而受到的法律法规制裁。但这种行为本身给消费者造成的“上当感”,也是切实存在的。

注重打造食物的文化属性,同时不忘餐饮本身质量的提升,唯有二者兼得,美式快餐品牌才能真正打造出深得国人口碑的好产品。一时热潮注定不会给企业带来长久受益,细水长流方是外国餐饮企业在中国站稳脚跟的立业根基。



未参加聚会被罚

近日,贵州贵阳某房地产营销公司员工小崔因未参加同事生日宴被罚,甚至开除,引起广泛关注。小崔表示自己十分冤枉,而当事经理表示,不这样下次再有人过生日谁都不会来。

(1月18日《北京晚报》)

任性管理要不得

□徐义闻

也许在企业看来,员工的庆生宴是团建形式的一种,被看成是企业凝聚力、向心力的一个表现形式,但实事求是地说,庆生宴根本就属于员工的私生活,既非群体组织活动,也不是工作的内容之一。员工个体既有参加的权力,也有不参加的自由,选择的标准纯属员工个人的独立考量,而非是企业领导的硬性要求。

以“不这样做,下次再有人过生日谁也不会来”作说辞,企业领导既管得过宽,又低估了员工们之间的友情和纽带。人情交往既需要情感基础,也讲究个礼尚往来,常言道:强扭的瓜不甜,光靠企业强制力搭建起的庆生宴,是难言能令人愉悦、开心的,表面上看企业领导是一片好心,实质上是干涉员工的生活自由。

实际上,员工与企业的关系,就是纯粹的雇佣与被雇佣关系。从法理上说,除却工作上受雇主管理、指导、要求以及培训教育之外,在私生活方面,员工与企业领导人是完全平等的,也是完全自主权的个体,不能因为工作上的雇佣关系而私生活也受单位干扰以至于胁迫,这不仅是

不合适的,而且也是违法的。当下,一些企业以团建的名义,对员工思想上、肉体上实施控制,名曰“培训”,实质上对提升工作效率无益,也涉嫌违反《劳动法》等法律法规。如此“任性”干涉,实在是要不得的。

公司管理不能越界

□乔志峰

经理表示并没有真的罚款,只是警示。其实,略有常识者都知道,所谓“没有真的罚款”,只不过是员工对罚款有异议,没有交纳罢了。如果当事员工性格懦弱,选择忍气吞声乖乖妥协,罚款就会成为事实。假如经理真的不打算罚款,那为什么还要做出罚款决定并发布通知呢?难道该公司的管理就如此儿戏?

并且,员工又没有做错什么,你警示个什么劲儿?“不这样以后谁会来”的说法,清楚暴露了涉事经理的真实想法,无非还是要求员工听话,树立个人权威,试图维护所谓的集体主义观念和企业文化。他没想到,自己的行为已经涉嫌违法了。

所幸的是,遭遇不合理对待的员工没有为了保住饭碗而妥协,而是据理力争维护了自己的权利。他的做法也得到了绝大多数网友的认可,这说明劳动者的法治观念和维权意识在增强,早就不是逆来顺受、任人摆布的柔弱羔羊。

最该受到“警示”的,还是那个自以为是的经理——时代在发展,队伍不好带了。再不与时俱进、学习正常的管理方式,总是试图采取强制手段来压制员工,已经行不通了。当然,对他以及涉事公司最有效的警示,是劳动监察部门及时介入,一方面依法处置生日宴事件,一方面也要彻查当事经理和当事单位是否存在其他违反劳动法、侵害劳动者合法权益的问题。好好查他们几次,他们就知道尊重员工、敬畏法律了。