



张婧

不久前,我去山东威海采访一群普通人勇于追梦的故事。在这里,一群快递员、外卖员、保洁员组成了一个新就业形态劳动者合唱团——“骑迹合唱团”。虽然全员零音乐基础,虽然寂寂无闻,却仍然坚持心中所爱。他们在工作之余,凭借满腔热爱努力活成自己喜欢的样子,这深深触动了我们。

在很多人的惯有印象里,快递员、外卖员、家政工、保安员等整日奔波于街头巷尾,也许早已被生活浇灭了年少时的梦想。可是合唱团的50名成员却在扛起生活重担的同时,选择去从事一项没有经济收益的事业。究竟为什么?合唱团成员王佳路给出了大家共同的答案:“唱歌让人快乐,我喜欢有滋味地活着。”

“有滋味地活着”,这样的故事在很多普通人身上频频上演。出版诗集的外卖小哥、考上研究生的宿管阿姨、举办个人画展的保安……也许这些热爱并没有从现实意义上为他们带来更加实惠的东西,他们可能也成不了音乐家、画家,但正是这些“闲事”,让他们在辛苦谋生时,有了喘息自洽的出口,让平凡的日子有了不一样的光彩。

他们用自己的亲身经历传递一个越发清晰的观点:再平凡的人,也能追求梦想、活成自己喜欢的样子。这种“成就自己”的信念像极了最近热映的电影《浪浪山小妖怪》里的小妖怪。

电影里,小猪妖、蛤蟆精、黄鼠狼和猩猩怪原本是浪浪山里四个不起眼的^①小妖怪,却有了去西天取经这个在众妖看来不切实际的梦想,而激励他们勇敢踏出第一步的就是“唐僧师徒能去,我们为什么不能去”的想法。他们看似为自己选择了一条并不好走的路,却因为这份“傻气”,让普通的他们最终成为了了不起的自己。

其实,世界上没有容易的路,人生的路又何尝不是一座座“浪浪山”?无论我们选择何种职业,是何种身份,都有各自需要面对的挑战,每一条路都有它的坎坷和不易,而心中的那份期待和热爱,则是支撑着我们走下去的动力源泉。

不久前,《人民日报》记者奔赴10座城市采访了100名骑手,并将他们的心里话整理发表,透过一句句朴实无华的摘录,我们感受着生活带给他们的考验,也欣喜于他们奔赴梦想、浪漫活着的鲜活状态。有的4年还清了20万元欠款,有的从三轮车司机成长为货运机长,有的是听障人士,有的是单亲妈妈,他们在生活的挑战面前,不仅没被击垮,反而在热爱中汲取着前行的力量。

“骑迹合唱团”的发起者,中央音乐学院青年教师张绍康经常鼓励大家好好练习:“没准还能上春晚呢!”成员们起初都觉得这个梦想不切实际,但后来又想:“为什么不可能?没准我们真能创造一个奇迹呢。”

《浪浪山小妖怪》的结尾,小猪妖终于跳出了浪浪山;现实中,“骑迹合唱团”收到了很多演出邀请。他们用各自的方式,翻过了生活的那座“浪浪山”。

“无名的人啊,我敬你一杯酒,敬你弯着腰,上山往高处走……”我们可以在一个个生动的故事和人物思想中觉知,虽然生活的“浪浪山”始终存在,但并不影响我们踏浪前行,追逐梦想。

每个普通人都有机会活成自己喜欢的样子,每个被忽视的角落都蕴藏着星辰大海。我们心中的那束光不仅能够照亮自己,还能温暖前行路上的更多人。

商品评论区不能沦为“不良推销区”

冯海宁

“心里不舒服的时候就出去丢一个,很解气”“重卡车的轮胎可以刺伤吗”……据8月19日《工人日报》报道,记者在某电商平台的铁漠黎(三角钉)商品评论区看到,一些买家或分享商品使用经历或询问商品情况,原本用于安防等领域的这一商品被部分买家用于扎胎等不良用途。

商品评论区是消费者与消费者、消费者与商家之间互动交流的纽带。然而,部分商品评论区却变味了,曾有媒体调查发现,部分售卖女性内衣的商品问答区和评论区存在贩卖色情内容的现象。如今,诸如弹弓、弓箭弩的问答区,“能不能打鸟”“能打碎别人家玻璃吗”的交流内容裹挟其中;微型摄像头商家用“录像不闪光”“藏起来不会被发现”等字眼暗示偷拍用途……商品评论区夹杂诱导性描述、不良评论等问题,亟待引起平台重视。

从表面上看,这类商品评论区的互动交流信息,是网友或者消费者的自然发声,但也有商家雇的“托儿”通过问答方式推销商品。也就是说,暗示商品不良用途的商品评论区,更可能是商家为规避某些禁用宣传语的监管而自导自演的推销戏码。虽然电商平台的系统会对评论区信息进行审核,但让人遗憾的是,某些既能用于正当途也不会被发现于歪门邪道的商品,平台似乎很难甄别出其中不良用途的暗示。

避免商品评论区变成“不良推销区”,平台和有关部门都应强化监管。电商平台要对暗示不良用途的信息进行精准识别和屏蔽,通过触发关键词、人工审核、消费者投诉等渠道限制发布不良信息。同时,对于暗示商品有不良用途的商家要有严厉处罚措施,轻则要扣减商家信用分,重则要做出下架或封店等处理。有关部门要对商品评论区加强巡视和监测,一旦发现评论区存在不良信息,要约谈平台督促整改,或者对平台开出罚单,以高压监管对评论区进行长效整治。

近年来,电商平台和监管部门共同努力,有效遏制了曾经较为猖獗的刷单好评、售卖违禁物品等现象。如今,随着电商经济深度嵌入各行各业,一些新情况、新苗头或许会以令人想不到的方式出现在某些角落,这需要有关方面更新治理理念、提升治理效能,持之以恒,打早打小,绝不能给魑魅魍魉留有作妖的空间。

背调变“滥调”? 健康职场环境须合力共建

本报评论员 陈曦

中之一。

背调,即背景调查,指的是用人单位自行或委托第三方机构对求职者的学历、工作经历、职业能力等方面进行核查和评估,通常被看作是招聘中的“最后一关”。如今,随着市场主体增加、人才流动加速,加之信息获取更便捷,背调越来越频繁地出现在企业招聘中。

客观而言,在合理、合法的范围内进行背调,能够筛掉不诚信、不合格的候选人,有利于提高人岗适配度,降低企业用工风险。然而,一段时间以来,部分用人单位的背调逐渐跑偏,大有越界之嫌——有的将“触角”伸进个人隐私领域,全方位挖掘求职者的健康、婚育、过往收入等情况;有的将无关信息放大,以曾有“手术经历”“劳动仲裁经历”等原因拒录劳动者;还有的采用旁门左道进行背调,或是窥探求职者社交平台私密动态,或是从前同事处打探其性格和生活作风。这样的背调大有成“滥调”之势。

这种“滥调”的根源,一方面在于部分企业风险意识提高,法律意识却未跟上;另一方面,有的企业希望凭借对劳动者的了解,在后续沟通和谈薪中占上风。然而,种种

“越界”的背调很可能会侵犯劳动者隐私权甚至名誉权。同时,一个不尊重劳动者隐私,仅凭模糊信息就随意“贴标签”的企业,也会在劳动者的“反向背调”中背上差评,成为“避雷”对象。

将企业背调拉回正轨,需要为“查什么”“怎么查”划出界线。根据个人信息保护法,处理个人信息应当遵循合法、正当、必要和诚信原则;应当具有明确、合理的目的,并应当与处理目的直接相关,采取对个人权益影响最小的方式。劳动合同法中也提及,用人单位有权了解劳动者与劳动合同直接相关的基本情况。但是,上述规定较为原则和笼统。具体到背调领域,如何理解“与劳动合同直接相关”,哪些信息对企业来说是“必要的”,怎么收集信息“对个人权益影响最小”,这些问题都有待进一步厘清。在背调越发被企业倚重的当下,有关方面有必要完善相关规则,拉出负面清单,为企业招聘和劳动者维权提供指引;有必要定期发布典型判例,以案释法,让更多企业明晰“可为”与“不可为”,从而培育社会共识。

对劳动者来说,背调过程和结果不能是

“黑匣子”。个人信息保护法明确,个人对其个人信息的处理享有知情权、决定权,有权限制或者拒绝他人对其个人信息进行处理;个人发现其个人信息不准确或者不完整的,有权请求个人信息处理者更正、补充。所以,用人单位在开启背调前,应当明确告知调查范围、手段,并征得劳动者同意,对于偏负面的背调结果,应允许劳动者解释申辩,并再次进行审慎核查。

说到底,背调变“滥调”,暴露出一些企业用人观的错位。企业若想与劳动者“双向奔赴”,在招聘环节就要拿出开放、坦诚、尊重的态度,而不是揣着提防之心上下打量、刺探隐私。

期待各方协力,在保障企业知情权与尊重劳动者隐私权之间找到平衡,推动入职背调回归本义,回归“最小必要”的法治轨道——这是构建健康职场环境的应有之义。

面对劳动关系领域类似的新问题新挑战,我们在制度层面应积极探索并做出回应。唯有法律的牙齿更锋利、监管的篱笆更紧密、维权的路径更畅通,劳动者权益保障网才能越织越密,和谐的劳动关系才能持续发展。

G图说

“内增高”?

将勺子探入一碗甜品中,果冻状的甜品几乎只能淹没勺子尖。原来,盛放甜品的是一个底部被加厚的碟子——据《法治日报》报道,近日,一段消费者吐槽餐具“内增高”的视频引发热议。

一盘毛肚看似分量十足,寥寥几片下面却堆着厚厚的冰;一箱牛奶包装精美,拆开后却发现近半空间被纸壳填充……生活中,悄悄“内增高”的商品并不少见。消费者往往以包装大小、容器体积判断商品分量,而部分商家为制造视觉优势,在包装内部动起了手脚,营造出“物超所值”的假象。这种操作对消费者构成了一定的误导,涉嫌侵犯其知情权和选择权。如果要小聪明就能增加销量,诚信经营的商家将面临“劣币驱逐良币”,消费者的决策成本也会提升,这显然不利于消费市场的健康发展。刹住“内增高”歪风,有关方面需要进一步完善规则,推动商家合规设计、明确标注含量。于商家而言,“背刺”消费者终将遭到反噬。

赵春青/图 陈曦/文

任性驴友被开自然灾害罚单,罚金有价反思无价

丁慎毅

据《羊城晚报》报道,8月15日,广东深圳大鹏新区应急管理局开出全国首张自然灾害综合法规罚单,对两名在台风“韦帕”蓝色预警启动后、未经许可擅自进入自然灾害危险区的游客,依法处以每人5000元罚款。据悉,这两名游客被困后经救援人员12小时艰苦搜救才成功转移。

近年来,类似的新闻并不少见:台风天非要去海边“追风”的,擅自闯入未开发区域探险的……很多冒险都以惊险救援收尾,甚至有驴友和救援人员付出生命代价,而救援成本最终却由社会共同承担,这引发广泛质疑和不满。尽管有城市对违规者收取救援费,但只是少数,且不能覆盖救援成本。

深圳这张罚单的意义不仅在于惩戒,更

在于它明确了一条底线:你可以亲近自然,但不能无视规则;你有探险的自由,但公共资源没有为你的任性埋单的义务。

驴友的任性行为,一是因为心存侥幸,心理学上有个概念叫“乐观偏差”,指的是个体倾向于低估自身遭遇负面事件的可能性,同时高估积极事件发生在自己身上的概率,即人们总觉得自己不会那么倒霉,灾难只会发生在别人身上。这种心态在户外冒险中尤为常见:台风预警发布了,但有人觉得“雨还没下大”;禁止进入的牌子,成了“打卡挑战”的诱惑。二是因为有人对自然的认知出现了偏差和错觉。城市生活太安全了,安全到让人忘了自然的威力。有人习惯了天气预报的精准、救援电话的畅通,甚至把“遇险求救”当成一种理所应当的服务。但自然从不按人类的剧本行事,一次山洪、一阵狂风,就能轻易打破这种幻觉。

是由不懂专业知识的运营人员打造而成。

从简单粗暴的标题党,到精心编排剧本、设立假人设,再到借助AI批量生成低俗猎奇内容,起号手段不断升级。此类内容往往披着“真实记录”外衣,隐蔽性强且花样不断翻新,普通用户难以识别,平台审核机制面对海量内容与日新月异的造假手段,也常显力不从心。在运营公司动辄掌握成百上千账号相互配合的当下,有关方面即便是祭出严厉的封号处罚,也难以触及问题的根本,这一定程度上让“起号党”和“流量掮客”有恃无恐。

起号内容不仅污染了网络环境,还对社会公序良俗造成挑战。“苏星颜”们摆拍的“骑

让“起号党”和“流量掮客”付出应有的代价

陶稳

据公安部网安局近日通报,视频账号“苏星颜努力中”“小颜拼搏中”等因严重损害外卖骑手形象,对网络环境带来不良影响,违法行为人被处以行政处罚。事实上,“苏星颜”仅上线3天,累计送达10单,但他却身穿外卖骑手服炮制出“从站点离职被罚1500元”等系列虚假悲情剧情。这则通报撕开了某些自媒体账号起号的遮羞布——虚假人设、编造困境、消费苦难,甚至制造社会群体对立,成为其博眼球、赚流量的惯用伎俩。

每个人都可以选择『有滋味地活着』