

→ 察者看台

莫让用人“标尺”成为“小算盘”

■戴先任

近日有记者采访发现,在招聘市场“岗少人多”的当下,一些用人单位招聘时会提出与岗位内容、职责无关的条件。如,“关心”家庭背景、恋爱经历,限制身高、籍贯、属相,侵犯求职者的隐私和平等就业权,让人啼笑皆非。

一些用人单位推出的奇葩招聘不少,比如对应聘者的个人隐私穷追不舍,涉及方面也五花八门;比如个人的恋情、婚育计划、交友以及是否养宠物等信息感兴趣,而且对应聘者家庭成员的兴趣爱好、工作经历等也有好奇心。不仅如此,一些用人单位还进行虚假招聘,如有的招聘信息“货不对板”,应聘者入职后才发现招聘时承诺的待遇、岗位、工作内容等与实际的不符。

奇葩招聘侵犯了就业者的劳动权,违反了劳动法的相关规定。就业促进法第三条规定劳动者依法享有

平等就业和自主择业的权利。劳动者就业,不因民族、种族、性别等不同而受歧视。因此这些奇葩招聘还侵犯了就业者的平等就业权。另外,劳动合同法有相关规定,用人单位招用劳动者时,应当如实告知劳动者工作内容、工作条件、工作地点、职业危害、安全生产状况、劳动报酬,以及劳动者要求了解的其他情况。

用人单位进行奇葩招聘,并非无的放矢,其实有着自己的算计。有的是公司领导迷信,所以对应聘者的星座、属相等有要求;有的则是出于就业歧视,比如对女性应聘者百般盘问,套取女性应聘者的个人隐私,希望了解对方会不会入职就结婚生孩子等,这则则是为了企业利益。在这些奇葩招聘中,涉嫌对女性就业者进行就业歧视的不少。当然,对应聘者的性别、年龄、星座、地域、血型甚至口音等有要求,本身就侵犯了应聘者的平等就业权。这

也透露了用人单位错误的用人观念,不利于企业遴选到适合的人才。

不管是奇葩招聘还是虚假招聘,都涉嫌侵犯劳动者的合法权益,都不能任其存在下去。对此,需要监管部门加大监管力度,督促企业诚信招聘,不能进行虚假招聘、奇葩招聘,不能对应聘者搞就业歧视,对侵犯劳动者合法权益的用人单位,要依法依规予以处罚。用人单位也要把好选人用人“标尺”,选人用人要科学合理,还要坚持法治导向,依法用工,这也有利于企业长远发展。莫让用人“标尺”变成了侵权的“小算盘”。

对于求职者来说,要增强维权意识、防范意识。如果感觉用人单位侵犯个人隐私等,不要忍气吞声、逆来顺受,要及时“止损”,注意保存好相关证据,通过法律渠道维权。这样,才能让求职者不至于落入奇葩招聘、虚假招聘设下的“坑”中。

→ 新闻漫话

打假“美颜”店铺人人有责

■李英锋

月销量7000+的外卖店铺,在平台上展示的门店照片宽敞明亮,实地探访却是地下室中深藏的简陋厨房操作间?近日,原来外卖店铺照片可以造假#登上微博热搜,引起网友热议。

在平台上,外卖店铺的照片一副光鲜亮丽的“高大上”模样,在现实中,外卖店铺却是简陋、逼仄、黯淡甚至肮脏的“矮小旧”模样。一些外卖店铺在平台上开启照片“美颜”功能,以最低成本对店铺进行形象包装,让店铺直接“改头换面”,对消费者形成了误导,影响了消费者的判断和选择,侵犯了消费者的合法权益。

外卖店铺上传到平台的涉及店头、店名、店内外环境的照片也是营销内容的一部分,也应符合有关广

告营销法律法规的要求。而全面、真实、准确是广告营销的最基本要求,也反复被多部法律提及。另外,“开美颜”的店铺获得了不正当、不公平的竞争利益,对老老实实、规规矩矩提供相关照片信息的外卖店铺也构成了伤害,妨碍了公平竞争,扰乱了市场秩序。

针对外卖店铺照片造假等问题,市场监管等部门有必要依法作出明确定性,统一监管共识,开展治理行动。要加大线上巡查力度,该查处查处、该整改整改、该曝光曝光,并向消费者发布警示信息,鼓励消费者投诉举报造假店铺,引导消费者规避店铺造假陷



阱。外卖平台则负有严格审核入驻店铺资质及经营场所等信息的法律义务。对造假店铺,平台应实施信用惩戒,并采取取消推荐、限制流量、封限账号等措施。如平台审核不严格构成违法,监管部门还应处罚平台,对平台进行倒逼、震慑。

→ 有话就说

绝不容“大胃王”挑战赛卷土重来

■赵志疆

获得相应的奖励,并将视频发布至网络账号吸引客流。随后,叙州区市场监管局根据《中华人民共和国反食品浪费法》,对该店立案调查。

在商家眼里,举办“大胃王”挑战赛无疑是一桩稳赚不赔的买卖——无论参赛者是输是赢,他们实际上都扮演了“活广告”的角色。换句话说,无论商家将这种比赛宣传得多么天花乱坠,参赛者充其量不过是商家收割利益的“工具人”。

餐饮商家通过举办各种活动吸引顾客,提高知名度无可厚非,但是,无论什么样的营销活动,都必须恪守法律的底线。反食品浪费法第七条第二款明确规定:餐饮服务经营者不得诱导、误导消费者超量点餐。餐饮商家利用消费者好奇、好胜的心理,以免单诱

导消费者暴饮暴食,不仅是对他人身体健康的极端漠视,有违公序良俗;同时造成严重的食物浪费,涉嫌违反反食品浪费法的相关规定。

近年来,以“大胃王”为噱头吸引客流、赚取流量的案例不在少数。尽管如此,仍有商家企图剑走偏锋。终结“大胃王”挑战赛的种种乱象,不仅需要监管部门及时制止、依法打击,而且有必要以案说法,提高商家的法律意识和社会责任。

制止餐饮浪费人人有责。对于消费者来说,每一个人都应该学会理性消费、懂得爱惜和尊重自己的身体。对于网络平台来说,理应加强日常监管,不给“大胃王”挑战赛以可乘之机。对于网友来说,反手一个举报就是对“大胃王”挑战赛最好的表态。

世相浅见

1.近日,一则“山东大学拟聘2名硕士为公寓管理员:哈工大和海归各1人”的消息引发舆论关注与争议。据山东大学的招聘公告显示,拟招聘的两名公寓管理员均为非事业编制管理岗位,岗位职责为学生公寓思政教育、文秘、行政工作。

点评:网民之所以会对硕士高学历与低门槛行业之间产生“心理落差”,本质是社会标签化的刻板印象造成的。事实上,教育的意义应是鼓励学子独立思考,拥有践行个人择业选择、自我人生规划的自由,成为自己想要成为的人。由此,高校毕业生的择业观不必囿于学历本身,为追求与学历“对等”而将工作分成三六九等,而应去选择真正适合自己的工作。一切工作都有其独特价值,个人择业选择都应被尊重与包容,才能破除“唯学历论”的思想,为社会各行各业输送优质人才。

2.近日,江苏常州的金毛“毛毛”穿着定制的工作服,陪同民警一起做反诈宣传,它的项圈上印有国家反诈中心App二维码,扫码下载还能摸摸这只小可爱。“毛毛”是流浪犬,5月初来到派出所,因无人认领被派出所收养。亲和力强的它现在是“反诈汪汪队队长”,很受欢迎。

点评:客观来看,对流浪犬的存在若处理不当,会给社会安全带来极大的隐患。而“毛毛”作为大型流浪犬,若没有被民警收养,不仅容易对社会产生危害,还可能随时失去生命。因此,民警让毛毛“入编”,是一次暖心的动物拯救行动。与此同时,民警挖掘了“毛毛”具有亲和力的优点,让它在公务执行中充分发挥自身特长,本质是对自身价值的挖掘与肯定。可以说,民警让流浪狗参与到官方的反诈宣传里,既是人与动物和谐相处的表现,也是对情感的关怀,能够让公务的执行更有温度,对当下公务执行方式的创新具有参考意义。

3.今年6月,腾讯互娱光子天玑智趣工作室《天天象棋》团队结合读屏、语音指令、震动反馈三大技术,推出了一款“无障碍版”,目的是为了让视障者也能和正常人一样在线上流畅对局。

点评:无障碍设施,并不仅仅存在于现实环境。在媒介环境中,同样需要更多更完善的信息无障碍服务,来弥合特殊群体和普通人之间的数字鸿沟。信息无障碍,惠及的是他们本身,也是整个社会。特殊群体相较于普通人而言,日常生活更加困难,更不用提使用那些视听化的网络App了。通过这些信息无障碍服务的推广,特殊群体能够畅享畅游于网络世界之中,满足他们求知求学的心以及社交、娱乐等各类需求,让他们平等地享受互联网带来的便利。把“他们”变成“我们”,让“特殊群体”不再“特殊”,这有利于减少由于数字鸿沟带来的矛盾,增强整个社会的凝聚力和包容性,推进文明社会建设与发展。

综合新华网、人民网

→ 今日论坛

结婚登报
这种新型浪漫可以有

■何勇海

最近,“原来结婚也可以登报”话题登上某社交平台热搜。不少人晒出自己在报纸上刊登的结婚启事,仪式感满满,也收获了网友的祝福。记者采访发现,结婚登报,这一具有年代感的形式,近段时间逐渐在95后、00后中流行开来。

随着社会节奏越来越快,婚姻关系面临着重重考验。当下一些年轻人结婚登报,意在更加公开和透明地展示自己的婚姻状况,展示他们的爱情和承诺,应该给予点赞和祝福。

报纸作为传统媒体,有着它的权威性与公信力,有着不可替代的文化意义和珍藏价值。网络平台再怎么发达,也有无法与报纸相比的地方。年轻人结婚登报,除写明结婚日期等信息,还留下“愿赤绳系定,白头永偕”的美好期许,这是将媒体价值与传统文化嵌入自身生活的表现,完美地诠释着爱的郑重与浪漫。

近年来,随着文化自信深入人心,许多年轻人从内而外的文化素养提高了。他们主动接触优秀传统文化,将优秀传统文化融入生活、情感和学习、工作等方面。比如非遗由小众到大热、以博物馆为代表的文化景点在年轻人中的热度与日俱增……在传统与现代的碰撞、调和下,传统文化赋予年轻人更多感知生活的“触角”。

结婚登报的做法,在很多国家一直被保留。澳大利亚悉尼的社区报每周都会开设专版,供本周结婚、生日、生子的读者刊登公告,或亲友刊登祝福;在东南亚地区,报纸上的结婚公告屡见不鲜……在经济上能承受的前提下,登报结婚让婚姻关系多了一份坚定,不失为一种好的选择。

大胃王挑战赛



一粥一饭,当思来之不易;暴饮暴食,当心涉嫌违法。近日,四川宜宾叙州区一餐饮店推出“挑战大胃王”竞赛活动,要求参与者在规定时间内食用108个抄手,按食用速度