

# 让专业力量成为防疫中的可靠支撑

本报评论员 刘文宁

防疫政策紧锣密鼓地优化调整,很多人从手机叮叮当当的消息推送中,获悉防疫政策的最新变化。而这些消息的背后是诸多媒体的尽锐出击、持续奋战。

不能不说,时下不少人对防疫政策的优化调整还需要一段适应时间,对新冠病毒仍或多或少心存恐慌。这种不适和恐慌有多种缘由,其中,一定程度上与相关信息不足有关。连日来,多家媒体全力投入,与病毒赛跑,与公众的不安情绪赛跑,第一时间发布中央及地方防疫最新方案与举措,采访并发布专家回应公众最关心、最困惑的问题。图表比文字更一目了然,就做成图表;视频对于部分受众而言更容易接受,就拍成视频。各家媒体及社交平台上,有关最新防疫信息的点击量总是位居前列。

媒体发布的防疫信息是否实用、快速且通俗易懂,直接影响着公众的情绪及其在防疫中的应变。当北京等地出现发热门诊排队情况,权威媒体“发热门诊高频问题集中回复”视频迅速上线,正犹豫着要不要去医院的不少患者下了神。针对诸如“阳性感染者要不要去医院”“居家需要准备什么

药物”“阳性感染者居家康复注意什么”等百姓普遍关心的问题,权威专家的答疑解惑被很多人看成是指导自身防护、治疗的“拿来即用”的操作指南。

这些迅速发布的防疫信息,让各地防疫成效大幅提高。当越来越多的人了解新冠病毒的重症率和致死率大幅下降、居家科学用药能有效缓解病痛,人们的不安情绪开始缓解。同时,这些迅速发布的信息让防疫中的某些杂音被迅速清理,包括某些传言、骗局等被迅速澄清和揭穿——当“关于疫情防护和治疗,这些传言需要澄清”报道一出来,很多人不再被“发热时‘混着吃、加药量’烧退得快”之类的传言误导;当“健康码,核酸证明的新骗局出现”的报道出来后,那些谎称“领取居家隔离补贴”、推销所谓“特效药”的骗子兴风作浪的空间被大大压缩。

经过专业训练的媒体人,知道通过什么有效途径和办法找到疫情中百姓最关心的问题,包括网友的抱怨、市场的变化、物流的状况等都在其密切观察范围内;媒体人有着特有的采访通道,能及时得到专业

人士的权威解答;媒体人还有专门的平台发布经严格审核的讯息。这些加在一起,成为媒体人为公众提供及时、专业防疫信息的重要保障。

让专业的人干专业的事,防疫才能事半功倍。当医护人员站在医院发热门诊接诊处,患者才有求诊问医的可靠去处;当大小商超正常营业、货车司机及快递骑手奔驰在大街小巷,居家人员才不会担心冰箱里的青菜够不够吃、网购的消毒水能否及时到货;当地铁、公交车准点驾驶车辆进站出站时,通勤人员才不会担心上班会不会迟到……每个人干的都是分内之事,也是专业之事。尊重这些普通劳动者的坚守,珍视疫情防控离不开的每一个行业及个体。

防疫全链条中,各个行业、各种专业力量相互依靠、相互支撑。只有环环相扣,整个链条才能坚不可摧。这就如同我们肩膀上共同扛着一架临时搭起的浮桥,只有每个肩膀都给力,我们才能稳稳地托起整座浮桥——这,就叫共克时艰。让更多专业力量成为我们防疫之战中的可靠支撑。

## 现场·我在我思

卢越

一场交通事故让货车司机何某在送货途中不幸离世,也让其家属陷入找不到雇主担责的困境——快递公司称与何某不存在劳动关系,他与第三方外包公司签订的是承揽合同。

这是我前段时间在采访中了解到的事。有货车司机跟我说,在快递运输行业,货车司机与第三方公司签订承揽协议、自己再作为“雇主”另雇一名司机的现象非常普遍,一旦发生事故,司机“风险自担”。

于着A公司的活儿,和B公司签协议,发工资的可能是C公司,最后才发现,自己竟是D公司的个体户老板——此前,有外卖平台设计出劳务派遣、业务众包等多种用工模式,甚至让外卖骑手“被个体户化”,引发舆论关注。这一“谜之操作”如今延伸到了快递运输行业,不少快递货运司机稀里糊涂成了与快递公司或第三方业务外包公司“平等合作”的个体工商户。

业务外包也好,员工“单飞”变“老板”也罢,还是熟悉的“配方”、熟悉的套路——用人单位实现“去劳动关系化”,雇佣关系变成了“合作关系”,企业由此规避用工主体责任,劳动者则面临重重维权障碍。一位法律援助律师告诉我,一旦发生意外事故,谁是雇主、谁来担责、能否认定工伤,这些难题往往绕晕劳动者,一些企业出于“人道主义”给的赔偿金远不及劳动者应得的工伤赔偿金。

近年来,新业态形态不断涌现,灵活就业用工模式逐渐兴起。与传统的用工模式相比,灵活就业可以为企业提供更具弹性的用工方式、更低的人力成本,但也衍生出用工不规范、劳动关系难确认等问题。这让一些企业看到了“钻空子”的机会,企图躲掉实质用工主体的身份。目前,相关部门发文严禁诱导和强迫劳动者注册成个体工商户,多家外卖平台接连回应已明令禁止。

值得注意的是,灵活就业在快递物流领域出现种种变异。据《工人日报》报道,某物流企业以“未签劳动合同”“工资补发不固定”为由,称自己是“灵活就业”,否认与货车司机的劳动关系;有快递企业的第三方外包公司在一天内注册80家以司机名字命名的“货物道路运输服务部”……这样的做法推卸了企业的法律责任,侵犯了劳动者的合法权益,玩坏了灵活就业,甚至伤及新业态。

当然,层层剥离劳动关系不代表企业就可全身而退。劳动者是不是公司的员工,不在于双方签的是什么协议,关键在于是否满足认定劳动关系的核心要素。比如,在已有的司法实践中,有货车司机穿着快递公司的工作服,接受公司统一管理,完成公司工作任务,领着公司发的工资等等,这些都串联起构成事实劳动关系的证据,快递公司仍需承担相应法律责任。

当前,全国2000多万货车司机长年奔波在路上,成为物流行业规模最大的从业群体。他们的劳动权益保障亟待补齐短板。对企业违反劳动法律规定的,劳动监察等部门应及时依法规范劳动用工行为,严禁“换马甲”“踢皮球”、逃避责任,督促“老东家”给从业者提供应有的劳动保护。同时,应该看到,由于“家在车上、活儿在路上”,货车司机用工形态有一定特殊性,相关部门还应积极探索完善相关社会保障制度,给予这些劳动者更多保障、更多暖意。

# 货车司机『被个体户』,还是企业『甩锅』的套路

## 社评

中国新闻名专栏

这些迅速发布的防疫信息,让各地防疫成效大幅提高。尊重这些普通劳动者的坚守,珍视疫情防控离不开的每一个行业及个体。这就如同我们肩膀上共同扛着一架临时搭起的浮桥,只有每个肩膀都给力,我们才能稳稳地托起整座浮桥——这,就叫共克时艰。

最近,很多人感觉,如果一两天没看新闻,可能就跟不上当地防疫节奏了——12月12日一早,“明天起,‘通信行程卡’下线”;12月11日一早,“取消混采”,多地通告“……

## 玩障眼法会毁掉直播带货的诚信

张涛

据12月12日《法治日报》报道,“傍名牌”“仿名牌”商品在各大电商、短视频平台的直播间中大行其道,商品涉及酒水、家居用品、手表、化妆品等众多品类。有报告曾预计,2022年我国直播电商市场规模将达到34879亿元。然而在直播带货持续火爆的同时,“傍名牌”“仿名牌”等现象频出,消费者一不小心就中了主播们的“三十六计”。

一是“无中生有”,动辄宣传商品为与某品牌联名款,实则子虚乌有。二是“暗度陈仓”,将直播间封面设计成某知名品牌,或宣传页、宣传语和某品牌有关,但实际卖的东西却不是这个牌子。三是“李代桃僵”,将代工生产的产品,冠以“专柜同款”“明星同款”噱头,仿制名牌进行售卖。诸如此类。

“一粒老鼠屎坏了一锅汤”。“傍名牌”伎俩再精明也是违法行为,严重侵害了品牌商和消费者的合法权益,动摇了直播带货的诚信基石。消费者权益保护法明确规定: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。反不正当竞争法则规定:经营者不得实施“擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识”等混淆行为,引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系。

“傍名牌”并非新事物,之所以在直播带货领域泛滥,在于一些主播认为直播有即时性特点,不易留下把柄。当有消费者质疑产品是否为正品时,主播可以马上下链接后再重新上链接,之前的直播讲解记录便无处可寻。对此,有关部门应加强监管,强化平台责任,有效规范行业发展。

去年施行的《网络交易监督管理办法》明确要求:网络交易新业态经营者应以显著方式展示商品或者服务及其实际经营主体、售后服务等信息,直播视频保存时间自直播结束之日起不少于三年。《网络直播营销管理办法(试行)》则明确:直播营销平台应当与直播营销人员服务机构、直播间运营者签订协议,要求其履行对直播营销内容、商品和服务的真实性、合法性审核义务。各平台应严格落实责任,切实发挥“守门人”作用,营造风清气正的直播秩序。

此外,消费者也要树立理性消费观念,提高仿冒商品辨别能力,不贪便宜购买价格明显偏低的产品,一旦受骗,应保留相关证据,依法投诉维权。



## G图说

### 智商税

一整根人参泡水,喝完能解除疲劳吗?据12月12日《长沙晚报》报道,近日,一种名“一整根”的人参“熬夜水”在年轻人中流行,该饮料宣称饮用后有抗疲劳效果,熬夜后饮用能够恢复精神和体力。但据一部分网友反馈,有人觉得饮用后一样犯困,有人则觉得有点精神振奋的效果。

人参水饮料或许有一定的提神醒脑功效,但作为普通植物饮料,并不能调整身体机能。熬夜导致的精神和体力差只能靠休息补回来,这是常识,一些产品过分强调神奇的“保健”功效涉嫌虚假宣传。近年来,公众对健康的焦虑情绪让不法分子看到了商机,利用信息差收割消费者“智商税”的营销事件屡见不鲜。关注健康并想积极干预是好事,但保健意识与保健常识不能错位甚至脱节。与其追求各种网红养生偏方,不如从合理饮食、规律作息,切实改变生活方式做起。寄望于把健康交给那些“功效奇上天”的“宝藏”产品,到头来难免免了被割韭菜,更谈不上对自身健康负责。 李法明/图 弓长/文

## 守好小区公共收益的“钱袋子”

杨维立

据12月12日澎湃新闻报道,居民楼老化严重,住宅小区维修基金却在续筹难题,也很难让业主再从口袋里掏钱,这已成为不少社区的痛点。近年来,上海杨浦区浙江湾城街道下辖的某小区每年通过多渠道筹集公共收益约300万元补充到维修基金中,不仅解决了住宅小区维修基金续筹难题,完善了小区物业治理结构,还实现了公共收益年年盈余。前不久,这一成果成为第二届上海社会建设和基层社会治理创新项目征集与推广活动的获奖案例,获评“十佳创新展示项目”。

近年来,从电梯广告收入到使用小区公共区域的租金和场地费;从快递柜运营费到通信运营商入场费……小区公共收益“钱袋子”越来越鼓,但最终往往沦为乱账、糊涂账,业主合

法权益被侵蚀现象普遍存在。上海这一典型案例为我们提供了解决这一问题的范本。

据介绍,该小区在确保外墙渗水及时修缮、小区绿化不断改善、新增电子防盗网、更新路口道闸等的前提下,还实现了每年300万元的公共收益,其原因主要是依靠组织保障机制创新,有效地激发了业主自治力量。

一是实施居委会与业委会“交叉任职”,把业委会主任吸纳进居委会班子。该举措不仅为业委会履职赋能,也有利于形成在基层党组织的统一领导下,居委会、业委会的合力治理格局,实现小区共建共治共享。

二是在小区内挖掘群众带头人,成立监督委员会、监事会和业委会良性互动,同时组建小区专家智囊团,由专业人士为小区公共收益收支过“秤”把关,促进资金使用效能提升。比如,专家组曾对物业采购的小区电梯维修零部件价格提出专业建议,压缩了价格水分,避免了不必要的开支。

这样的好做法让小区公共收益成为明白账,让业主真切享受到了基层社会治理创新带来的经济利益,或可为更多小区复制、推广。而守护好小区公共收益“钱袋子”,也离不开各地因地制宜,不断探索。

阳光是最好的“消毒剂”,公开是最好的监督。在这方面,福建厦门推出的住宅小区公共收益统一代理记账制,也值得点赞。该制度提倡以区或镇(街道)为单位,依法依规遴选一家会计师事务所或其他第三方机构,协助小区业委会、物业服务企业对住宅小区公共收益统一代理记账,并配合做好信息公开,这一做法有利于促使物业不敢为所欲为,规范使用好每一笔资金。

小区是城市治理的基本单元。期待各地进一步激活创新动力,以自治促善治,以善治促发展,不断增强业主自我管理、自我服务、自我教育、自我监督的实效,为居民群众托起“稳稳的幸福”。

## 能否把报刊亭打造成城市文化新地标

樊树林

据12月12日《现代快报》报道,2022年初,薛荣生在江苏南京的一处报刊亭开了家书房,想在圆创业梦的同时,赋予这家报刊亭新生。最近,他决定关掉这个经营了不到一年的网红小店。

随着数字技术的快速发展,人们的阅读和书籍购买习惯都发生了很大变化,实体书店和多数报刊亭也几经沉浮,有的终难熬过凛冽寒冬。

报刊亭是一个城市的文化坐标,是文化资源和公共信息的集散地,是城市居民的心灵驿站,更是外地游客的旅行指南。尽管一批有文化情怀的人试图去拯救一个个迅速消失的报刊亭,但大多都败下阵来。被誉为城市文化窗口的城市报刊亭,该何去何从?

世界范围内,报刊亭仍有顽强的生命力,在一些地区作为城市文化的一部分被保留下来,如巴黎、纽约等大都市,报刊亭在政府的保护和支持下转型升级,在互联网时代获新生、现新貌。

“他山之石可以攻玉”。作为公共文化服务体系中的重要环节,擦亮报刊亭的灯火,需从制度方面认真审视,需有鲜明的、可操作的举措。比如,相关部门可以组织力量把脉问诊报刊亭未来的发展出路,有针对性地出台扶持报刊亭转型发展的配套政策,为各地提供基本遵循。同时,各地在城市的规划、建设和发展中,不妨给报刊亭留出一席之地,不能以城市更新为由而随意拆除既有报刊亭,而应将其作为公共文化服务体系的一部分去建设。

2018年,广州推出全国首座智能报刊亭,其外形如一座小型KTV。在这个私密阅读空间里,数百篇免费阅读朗读体验,现场打分、朋友圈分享等玩法,吸引了很多人。

报刊亭曾在满足大众文化需求中发挥过重要作用。在群众文化需求不断加大、城市文明不断提升的当下,报刊亭的发展必须坚持自身的文化属性。各地要切实支持报刊亭的内容扩展,在行政许可准入、税收等方面给予相应政策倾斜,鼓励更多创业者进入报刊亭领域,让报刊亭实现从“卖报刊”到“卖文化”,从“经营文化商品”到“经营文化理念”的转变,成为既有人文情怀,又满足市民需求,同时彰显时代风貌的新街景。

## 引导技术向善,“深度合成”不能成“深度伪造”

丰收

据12月12日中新社报道,近日,国家互联网信息办公室、工业和信息化部、公安部联合发布《互联网信息服务深度合成管理规定》,自2023年1月10日起施行。

随着互联网技术的快速发展,网络上出现了很多技术合成的内容,如AI绘画作品、换脸视频、变声音频等。从积极角度看,这类技术让生活更有趣,让制作或创作更加高效、逼真。但有些时候,深度合成也充当了诈骗、侵权、违法等违法犯罪活动的“帮凶”,亟待规范。

技术并无原罪,深度合成技术亦不例外,

当其用于正道就会造福人类,假如用于歪道则会造成不良影响。究竟如何使用,既取决于深度合成服务提供者、使用者的素质和自觉,更取决于制度层面的规范。上述规定正是规范深度合成的“利器”。

实际上,深度合成服务带来的最大问题是真假难辨、深度伪造。拿影视作品制作来说,很多时候追求的就是真假难辨的效果。但网络上出现的深度合成的很多内容真假难辨,则很难说是出于善意的目的,而是某些人有意深度伪造来达到不可告人的目的,如实施诈骗。

去年以来,多地曾发生“变脸”诈骗案,例如合肥警方打掉的一个犯罪团伙,就利用电脑将一张张静态照片制作为人脸动态视

频,能完成点头、摇头、眨眼、张嘴、皱眉等表情动作。而山东警方公布的案例显示,骗子伪造音频模仿某公司老板口音来实施诈骗。

为防范深度合成技术成为诈骗工具,上述规定从多方面进行了规范,比如明确“红线”,强调不得利用深度合成服务从事法律、行政法规禁止的活动;依法对深度合成服务使用者进行真实身份信息认证。这无疑增加了相关规定的震慑力,也畅通了追责渠道。

尤其值得关注的是,规定明确了标识要求,不仅要要求深度合成服务提供者应当采取技术措施添加不影响用户使用的标识,还要求任何组织和个人不得采用技术手段删除、篡改、隐匿相关标识。当深度合成的