

关于郑州“共享厨房”的争议应达成更多共识

本报评论员 吴迪

人之一张某某卖惨炒作、消费爱心、家里有数套房、开豪车等。很快,当地成立联合调查组并通报澄清了张某某名下房产和车辆情况,同时通报了社会爱心人士总计赠予款额579888.25元,款项存在手机支付宝等账户中,均未支出,赠予的米面油等生活物资正在清点中,当事人已停止接受各类社会赠予。对社会爱心人士赠予的款物使用情况,将依法依规进行监督监管。

共享厨房是一些爱心人士在医院周边为病患及家属开设的兼具洗菜、做饭功能的服务场所,通常会收取一定服务费。因在共享厨房做饭比点外卖、到餐馆就餐便宜,且可以自主制作营养餐,共享厨房深受病患家属和网友好评。

网络上对郑州这家抗癌共享厨房的争议主要有两种声音:有的网友认为,共享厨房不应打着公益的旗号做生意,不应卖惨营销、消费公众爱心;也有网友认为,个体做公益的力量是有厚的,而爱心事业是有成本的,赚点钱无亏非,“非要穷困潦倒才能凸显正义感吗?”

共享厨房从一开始赢得鲜花掌声,到如今引发“是公益还是生意”的质疑,核心一点,是公众对“公益与生意是否应该‘绝缘’”的认识不一。

类似共享厨房这些爱心活动究竟是公益性质还是商业性质,目前尚无明确界定。事实上,一些共享厨房并未声称自己是公益厨房,而是多用“爱心厨房”招牌,店内挂有食品经营许可证、“公益小店”等牌照,其更像是以做生意为基础、兼顾公益的场所。公益与生意可能有交织,再加上当事人未及时公开善款及物资使用情况,难免触碰到公众的敏感点。

近年来,类似的争议不少,焦点之一就是公益与商业的边界不清。比如,有公益众筹平台深陷“捐款1元外搭3元手续费”“善款被分割截留”等负面舆情。如何帮助不时陷于舆论漩涡中的慈善活动获得更大的生存发展空间,值得认真讨论。

首先,公开、透明应成为慈善活动坚守的行事原则,应大方接受社会监督。而从一些公信力较强的公益组织的情况看,其令

公众信服的关键正是非营利、公开透明、接受监督、社会效果显著。一些深受好评的寻亲网站、野外救援队,均有较成熟的资金使用及公开机制,哪怕只收到一元钱善款,也会给捐款人寄送发票。

其次,慈善活动的成本如何核定?是否允许其有微利以维持运转?从网友的反应看,人们反感的不是爱心活动赚取一定利润或声望,而是公益与商业不分甚至“挂羊头卖狗肉”。我们不能苛求献爱心之人“勒紧腰带”生活,超出通常能力限度的爱心之举注定不可能久远。正如有网友所说:“有很多人需要公益力量的帮助,哪怕它不够完美”。

此外,相关部门及地方慈善机构应给予类似爱心义举更多帮助和指导。比如,江西南昌针对一些公益组织因身份问题难以领到捐赠票据的痛点,下发通知,调整相关工作流程,受到欢迎。

对郑州共享厨房的争议,各方应达成更多共识,让类似爱心活动沿着正确的方向和路径发展。

社评

中国新闻名专栏

共享厨房从一开始赢得鲜花掌声,到如今引发“是公益还是生意”的质疑,核心一点,是公众对“公益与生意是否应该‘绝缘’”的认识不一。

据4月15日《每日经济新闻》等媒体报道,近日,河南郑州一家抗癌共享厨房因贴出“告别信”称自己面临经营困难,可能被迫关停,随后成为网络舆论焦点。在不少爱心人士捐款捐物后,有网友质疑该共享厨房负责

愿“赶时间的人”都能拥有诗和远方

付彪

据4月16日《工人日报》报道,在苏州昆山,今年55岁的外卖大叔王计兵出版了第一本诗集,名为《赶时间的人》。这位在送餐路上感悟生活,在烟盒、废报纸上写诗歌表达对生活工作感悟的人,因出版诗集引发网友热议。之前,他在辽宁做过木工,在山东开过斗车,中间还去过新疆打工,其间从没停止写作以及对文学的追求。

《赶时间的人》既是诗的名字,也是诗集的名字。“从空气里赶出风/从风里赶出刀子/从骨头里赶出火/从火里赶出水/赶时间的人没有四季/只有一站和下一站……”总是赶时间的王计兵用这首不足百字的小诗打动了无数人,“刀子”和“火”背后隐藏的艰辛被更多人知晓。这首诗被诗友无意间发到微博,“外卖诗人”因此成为热搜。更让大众震撼的是,过去这些年,他一边送外卖一边写诗,至今已创作诗歌4000余首。

送外卖是维持生计,写诗是热爱生活。写诗或许不能当饭吃,但文学创作是一个梦想、一种精神支撑,“小时候和母亲一起捡拾麦穗,如今我希望捡拾文字,喂养精神,让它不再饥饿”。

现实中,很多人都有过梦想,都向往“诗和远方”,但囿于种种因素,难以化为实际行动。奔波、焦虑、浮躁,往往淹没了人们的“诗和远方”。“外卖诗人”的故事告诉我们,劳动不仅与文学创作不冲突,而且可以成为创作的源泉。

每一位“赶时间的人”,都在为了更好的生活而打拼。更好的生活包括物质生活,也包括精神生活,后者给予人的愉悦往往更深刻、广阔和持久。正如电影《诗》中主人公对精神追求的执着让很多人难以忘怀——一位自小喜欢诗歌的底层女性,直到老年才报了诗歌班,从此,无论身处何方,她都会随手记下涌动的情緒。

“生活不止眼前的苟且,还有诗与远方。”越来越多的劳动者用自己的故事告诉我们,读诗、写诗并非精英群体的专属,“诗与远方”离每个人都不遥远。希望更多的人,从《赶时间的人》里读出自己渴望的东西,增添追求“诗和远方”的勇气,让生活更五彩斑斓。



率线

“准备起诉了”——据《北京商报》报道,近日消费者陈女士爆料称,自己在某知名婚恋网站花费2万元购买“结婚保”服务后,“红娘”为她“搭线”5次,但5位男士并未有足够的交流意向,也没有自我介绍等个人信息。她感觉实际服务与“红娘”承诺不符,提出退款,却被平台以需支付违约金、提供多次率线服务为由扣除1万多元。

近年来,婚介平台提供的线上相亲服务高效、便捷,受到不少单身人士青睐,但相关服务质量参差不齐,诸如介绍对象的个人情况与实际不符等问题屡遭诟病。线上婚恋平台拥有足够的数据优势,本应将其充分利用,而非一边喊着“保质保量”一边收钱后敷衍了事。婚介服务虽是生意,却离不开耐心和诚意,要多一些“成人之美”的情怀,多一些对服务品质的追求,否则很难走远。条条大路通罗马,唯有“套路”不可行。

李法明/图 韩超/文

“女生颜值越高被泼越狠”? 别把民俗变恶俗

何勇

据4月16日上游新闻报道,近日,在云南泼水节期间,“女生颜值越高被泼越狠”的话题引发热议,有女生被过度泼水甚至被骚扰的视频也在网络传播。该视频显示,一穿着雨衣、拿着水枪的女子遭遇周围人集体泼水,中途还有男子上前撕扯女子的雨衣。

泼水节是傣族一个非常隆重的传统节日,也是云南少数民族节日中影响面最大、参与人数最多的节日,近年来,其逐渐发展成为吸引国内外游客的重要旅游活动。在传统的泼水节活动中,亲朋好友或陌生人之间以相互泼水的方式,表达祝福,泼水的方式也比较温和,提一桶水用树枝或小手瓢互相泼洒。

从这个角度说,在泼水节中,向陌生人泼水本质上是一种不尊重和侵犯,有违公序良俗,也涉嫌违法;对骑着电动车路过的女生进行“围

然而,近年来的泼水节活动现场,不时出现一些不和谐的画面,比如有的人向骑车路过的女生“围攻”式泼水;有的人直接抱起女性扔到水池中;有的人为了给执勤警察泼水,全然不顾“不要破坏警用设备”的劝告……不难看出,这样的泼水行为已经脱离了泼水节相互泼水的正常范围,背离了送祝福的初心,渐渐演变成了以泼水为名的一种情绪宣泄。这跟有些人以婚俗为名趁机对伴娘伸咸猪手的情况类似,都是把民俗变成了一种恶俗。

尽管在众多参与泼水节活动的人当中,不顾他人感受和公共秩序而肆意泼水的是少数,但这种做法的影响不容小觑,不管什么习俗,文明都是基本前提,这也是基本常识。

从法律角度看,“泼水节撕扯女性雨衣”的行为,有可能造成女性走光,也是对女性的一种不尊重和侵犯,有违公序良俗,也涉嫌违法;对骑着电动车路过的女生进行“围

攻”泼水,则存在不小的安全隐患,如遮挡驾驶员视线,造成电动车打滑、电路短路等。如此情况下,相关泼水行为已然超出了“祝福”的范畴。

向不文明泼水行为说“不”,一方面,有关地方和部门要对泼水行为划出红线,并加强宣传,引导人们文明泼水、理性泼水。今年泼水节前夕,云南多地就发布倡议和通知,倡导文明泼水,严禁以泼水为名侮辱调戏妇女,杜绝使用汽车装载水源、高压水枪、水气球、塑料袋盛水等粗鲁泼水行为和伤害性方式泼水。另一方面,法律对要流氓的泼水行为不能手软,执法部门要依法处理处罚,提高恶俗泼水行为的违法成本,并以案普法。据报道,日前,云南当地已有数十名恶意泼水的人被依法行拘。类似做法应该成为各地泼水节的标配和监管常态。

泼水节不能把文明甚至法治一起泼出去,这应该是一条底线。

有市场需求绝不意味着可以借此生产销售不符合国家标准的产品,更不能引导消费者绕开国家标准,将生米煮成熟饭,放任其危害社会,甚至寄希望于法律法规让步于规模效应。

毫无疑问,不符合国标的“老头乐”,伴随着极大的公共安全隐患。据统计,近5年,全国共发生包括老年代步车在内的低速电动车交通事故83万起,造成1.8万人死亡、18.6万人受伤,事故起数和死亡人数逐年增长,年均分别增长23.3%和30.9%。

遏制这一危及人身安全乃至公共安全的乱象,必须在生产经营端发力。既要加大执法查处力度,切断相关产品流向市场的途径,也要祭出刑罚利剑,比如相关行为是否构成生产、销售假冒伪劣产品,生产、销售不符合安全标准的产品等犯罪。只有拿出实招儿从严治理,方可让相关商家感受到监管力度,谋求产品合规或转型发展,让道路交通再多一分安全。

无论如何,都不能再放任违规“老头乐”在路上狂飙了。



辱骂下属被认定侵权, 职场霸凌是要付出代价的

龚先生



微信群、朋友圈亦属公共空间,如果相关人员的言行超出了法律的边界和底线,并因此被起诉,那么很大概率上是要承担法律责任的。

职场中需要互相尊重、团结友爱,是给予彼此体面与尊严。跟下属相处也好,跟同事交往也要,应该足够大气和包容,做事讲方法、有底线、守规则。



网友跟贴——

@桃子:网络不是法外之地,网上发言也要谨慎。
@香雪:职场相处,每个人的尊严和体面都很重要。

阅读全文请扫码
“工人日报e网评”

“冒险打卡拍照”应休矣

张智全

近日,上海两名女子为了以木绣球花为背景拍照,自带梯子爬上了一个空置保安亭。这种做法被不少网友质疑存在严重的安全隐患。当地街道办事处工作人员表示,为了安全,岗亭正被拆除。(见4月14日《北京青年报》)

为了拍几张网红照,不惜冒险登高,给过往行人制造隐患,逼得街道办不得不拆除岗亭,实在让人无语。无独有偶,近期,河南安阳某地的非正规售票景区“试胆石”,也因存在安全隐患而网友不顾劝告执意前往拍照,被当地砸毁。此前,还有不少游客前往青海、宁夏等地的“最美公路”拍照,或躺或蹲摆各种造型,严重影响交通秩序,甚至发生事故……

一些人何以如此不顾公共安全,不听劝阻,践踏规则?正如有媒体评论所说,“这很大程度上是片面追求流量和关注引发的”。有关方面拆保安亭、砸“试胆石”等,也是无奈之举。根据我国民法典的规定,宾馆、商场等经营场所、公共场所的经营者、管理者或者群众性活动的组织者,未尽到安全保障义务,造成他人损害的,应当承担侵权责任。于是,相关方面便采取拆除相关设施的做法,以绝后患。问题的关键在于,不是所有被冒险打卡的地方或设施都能一拆了之。

一些人的任性打卡拍照行为,不但增加了社会管理成本,也将自己和他人置于了危险中。根据相关法律规范,无视安全警示,任性涉险者,是要面临相应的法律责任的。同时,根据民法典确立的“风险自担原则”,只要相关场所尽到了充分的安全提示和保障义务,一切后果均由冒险者自行承担。

需要指出的是,不少之所以任性而为,还是因为对“流量变现”的路径依赖。这也提示有关平台,要鼓励所有博主依法、理性创作,在内容上把好看,不能一味纵容和诱导人们片面追求劣质流量、畸形流量。

G媒体声音

◇莫让“宰客冲动”干扰旅游业复苏

近日有媒体报道,浙江杭州西湖手划船存在宰客现象,收费后实际游玩时间比承诺的缩水约一半。

《人民法院报》评论说,旅游业复苏给经济发展注入动力,要警惕一些旅游从业者萌发“宰客冲动”。在全国各地正在努力提振消费者信心的当下,这只会给游客挖坑添堵,对于文旅业健康长远发展毫无益处。同时,行业主管部门也不能睁一只眼闭一只眼。千辛万苦构建起的“好客”美誉,一旦被“宰客”现象破坏,就会轰然坍塌,需要相当长的时间才能缓过气来。

◇手术比不上写论文? 警惕医生被科研“绑住”

谁发的高影响因子论文多,谁就有“话语权”;谁争取到的科研基金项目多,谁就上得快……这是某些三甲医院的日常。很多中青年医生只能全力搞“科研”,难以兼顾临床诊疗。

《北京日报》评论说,“做一台手术不如发一篇论文”的现象是很多医生的心病。或明或暗的压力下,很难不把临床诊疗放在第二位,而将大部分精力放在写论文、做标书等研究项目上,如此“功利科研”的风气正消耗着年轻医生的干事激情。让医者回归治病救人的本职,关键在于打破“功利评价”。破除不合理的考评机制,更科学、全面地评估每个医疗人才,才能涵养出更多优质医疗资源。

◇企业奇葩规定? 维护“人”的尊严永不过时

近来,不少企业奇葩要求被曝光。山西一女子因给客户倒水倒太满被公司解除劳动关系;贵州有企业规定,员工未按时接电话最高将面临1万元罚款……

光明网评论说,最好的管理是人性化管理,企业奇葩规定的共同点是未能真正把员工像人一样来对待。如果忽视了企业管理中最起码的“人味”,这无疑就是走极端了,也很可能突破劳动权益保障的底线要求。善待员工,就是善待企业。维护包括所有劳动者在内的“人”的尊严,推崇有人性化的管理,是衡量社会进步的一个不可忽视的维度。(嘉潮整理)

史洪举

4月14日,北京市公安局召开发布会,通报称近年来违规电动三四轮车无序增长,乱停乱放、乱穿乱行,既扰乱道路秩序,又危害公共安全,时常发生重大道路交通事故,已成为北京道路交通管理工作中的一个“痼疾顽症”。根据通告,2023年12月31日后,违规车辆将不得上路行驶,不得在道路、广场、停车场等公共场所停放。违规上路行驶或停放的,执法部门将依法查处。(见4月16日《北京日报》)

电动三四轮车常被人们称作“老头乐”,由于操作简便,赢得了很多老年群体的青

不能再放任违规“老头乐”在路上狂飙了

睐。但因车辆不正规、无路权,加之一些老年人没有驾驶经验,欠缺规则意识等,乱停乱放、乱穿乱行现象比较突出,安全隐患大,交通事故频发。近年来,治理“老头乐”的社会呼声越来越高。然而,要有效治理,既要严查违规驾驶人,又要从生产销售端着手,从源头上切断不合格车辆。

从生产端看,到处乱窜的“老头乐”可能存在于先天缺陷,且不符合国家标准。根据《中华人民共和国道路交通安全法》《北京市实施<中华人民共和国道路交通安全法>办法》和国家标准、行业标准的规定,电动三、四轮车属于机动车,但它们当中绝大部分未经工信部许可生产,未列入《道路机动车辆生产企业及产品公告》,车辆性能不符合机

动车安全技术标准。正如交管部门介绍的,这些车辆普遍缺乏基本的安全配置,车身强度低,外部、前后都没有防撞吸能结构,甚至有的连安全带都没有,车辆安全性能无法保证。

从销售端看,一味迎合消费群体意愿而枉顾安全的行为也很普遍。现实中,有些车辆是消费者购买电动自行车后自行改装的,但更多的情况是,经营者往往不会拒绝消费者的加装车棚、改装电池等不合理、不安全的要求和操作,甚至可能诱导消费者改装,或者将改装作为特殊“售后服务”以吸引消费者。

所以,违规“老头乐”的乱象根源更多的还在于生产和经营端。消费者自然希望电动自行车功能越多越好,越便宜越好,但