

对安全隐患“零容忍”，充分发挥内部“吹哨人”作用

本报评论员 陈曦



中国新闻名专栏

内部“吹哨人”机制只是措施和手段，建立安全生产责任共同体才是目标。未雨绸缪，防患于未然，这一安全生产领域的治理理念应落实到更多相关机制与制度的探索与完善中，从而以最小的代价保障人民群众的生命及财产安全。

涂料企业员工察觉设备漏油、建材公司员工发现料仓墙体倾斜、企业安全部人员注意到同事私拉电线为电动车充电……据红星

别让“童星梦”成“劳钱伤娃”的噩梦

郭元鹏

男主播快速划过观众发来的孩子照片，语气熟练地逐一评价：“这孩子眉眼端正，但发际线偏高，肤色也深了些。”说完，他举起一枚写有“有戏”的红色圆牌……据近日《新京报》报道，此类“童星选角”直播中，主播会对孩子照片进行“专业评估”，一旦家长表现出兴趣，便会被引导至私人微信进一步沟通。随后，工作人员会推销一系列付费项目，声称与各大剧组存在“深度合作”，并“保证戏约”，若未安排角色可全额退款。然而，家长交费之后，既没有试镜通知，也无法办理退款。

从报道来看，直播间的骗局环环相扣，精准拿捏家长心理。主播们以“曾打造数百位知名小演员”与各大剧组有合作”为噱头，煞有其事地“评估颜值”，不断抛出“成功案例”，营造出“孩子出道近在眼前”的假象。到最后，家长却是竹篮打水一场空，有的家庭还被掏空了积蓄。此类套路涉嫌诈骗，同时也是对儿童演艺市场秩序的破坏。

不少家长之所以深陷骗局，既有对“童星光环”的盲目向往，也源于现实困境下的焦虑转移。例如，一位家长因女儿成绩中等偏下，便将改变命运的期待寄托在“童星之路”上。此外，直播间刻意营造的氛围也起到了推波助澜的作用，评论区里家长的感谢留言、晒出的“接戏进展”，让旁观者产生“别人能成功，我家孩子也可以”的错觉。

这场“童星梦”骗局暴露出儿童演艺行业的乱象。尽管2021年底文旅部已规定演出经纪人员需持证上岗，但仍有大量无资质机构活跃在市场中，它们以“内推剧组”“签约培养”为名收取高额费用，合同中却充斥着模糊条款，将“提供演出机会”等关键承诺口头化，为日后推诿责任打好草稿。中国裁判文书网显示，相关民事诉讼已超1600条，可由于举证困难、损失认定复杂，不少家长维权艰难。

遏制这类骗局，既需要监管部门主动作为，也需要家长回归理性。有关方面应进一步明确儿童演艺经纪机构资质要求，督促机构将“演出机会”“退款条件”等关键内容量化，严厉打击虚假宣传、欺诈收费等行为。对于家长而言，更需清醒认识到“童星之路”的不确定性。与其盲目追逐“明星梦”，不如尊重孩子的兴趣和天性，培养孩子的综合素质，让他们在当下的年龄段享受应有的快乐与成长。

首张“职业弹幕人”罚单给直播间流量造假敲响警钟

的本质没变。与电商平台的静态“刷好评”不同，直播间的弹幕更具动态性与互动性。“职业弹幕人”操控数十个账号，假扮真实消费者频繁发送弹幕，靠“催单类”话术营造抢购氛围，用“好评类”话术夸大奖品功效，短时间内高强度冲击潜在消费者的心理防线——禁不住诱惑，一些消费者被弹幕误导下单，既浪费了时间，又损失了金钱。另外，此类乱象搅乱了直播电商的公平生态，对其他诚信经营的商家构成冲击，助长了“劣币驱逐良币”的歪风。

“虚假弹幕”的滋生与蔓延，除了与直播带货的即时性有关，也与部分平台的责任缺密不可分。一些平台在算法推荐与流量分

配中，往往倾向于数据“亮眼”的直播间，这种机制无形中激励了通过刷弹幕“美化”数据的短视行为。此外，在治理层面，相较于外围静态评论，平台对实时滚动、海量涌现的“职业弹幕”的监测与识别，仍存在力所不逮或重视不足之处。利益驱动下，“弹幕水军”逐渐形成灰色产业链，与“流量至上”的电商卖家一拍即合，共同炮制了这场虚假的繁荣。

此次北京查办全国首例“职业弹幕人”案件，无疑具有积极的警示意义。该案首次将直播刷屏行为纳入“编造用户评价”的执法框架，明确了“职业弹幕”的违法属性，为后续同类案件提供了法律范本。在此基础上，对于不断翻新、日益隐蔽的“职业弹幕”

疑是一项复杂的系统性工程。提升员工辨识安全隐患的能力，确保“哨声”被及时听到，强化应急处置能力等等，都需要扎实地推进。与此同时，对于某些无法通过自查自纠解决问题或是推行内部“吹哨人”机制阻力较大的单位，无疑需要强化外部的舆论监督、群众监督等，完善更加多元、严密的监管办法。

未雨绸缪，防患于未然，这一安全生产领域的治理理念近年来越来越清晰，越来越得到广泛认同，这是无数惨痛代价换来的，应落到实处更多相关机制与制度的探索与完善中，从而以最小的代价保障人民群众的生命及财产安全。

建立完善内部“吹哨人”机制，一方面可以让更多企业看到安全生产“共抓共治”的意义，认识到完善相关奖励机制的必要性；另一方面，让从业人员感受到“吹哨”的价值，激发其“吹哨”的积极性，提升发现隐患的敏锐度，从而激励更多职工成为安全生产的参与者、监督者、守护者。

内部“吹哨人”机制只是措施和手段，建立安全生产责任共同体才是目标，而后者无

疑是一项复杂的系统性工程。提升员工辨识安全隐患的能力，确保“哨声”被及时听到，强化应急处置能力等等，都需要扎实地推进。与此同时，对于某些无法通过自查自纠解决问题或是推行内部“吹哨人”机制阻力较大的单位，无疑需要强化外部的舆论监督、群众监督等，完善更加多元、严密的监管办法。

在安全生产领域，最大的隐患就是发现不了隐患。期待各方协力、主动作为，调动更多一线员工共同参与，让“敢吹哨”“愿吹哨”“会吹哨”成为常态，促使安全生产工作形成“共抓共治”的良性循环。更重要的是，通过相关机制、做法的不断探索完善，在全社会凝聚对安全隐患“零容忍”的共识，推动防微杜渐、早抓早小，将更多安全生产的风险扼杀于萌芽之中。

G 图说



门道

“定向流量没怎么动，通用流量快跑没了”“买了安心流量上网包还是被限速”……据10月9日新华社报道，一些用户反映当前手机流量业务种类繁多，规则复杂，不少业务看起来惠民便民，实则设置了诸多限制条款，稍不留神就会被多扣钱。

宣传时说得天花乱坠，消费时却频繁踩坑，这是很多消费者对手机流量业务的共同感受。出现这种体验偏差，关键问题在“选择性告知”上，比如，运营商在各种渠道宣传不同套餐产品的特点，而相应的限制条件却避而不谈，甚至刻意隐藏限制条款，属于典型的“信息不对称”。近年来，为了提升竞争力，一些企业在推介产品时往往选择“说一套做一套”“只说其一不说其二”，由此导致的消费纠纷层出不穷。在消费市场，品牌形象的建立、用户忠诚度的积累，靠的不是“忽悠”，更不是用市场优势地位“店大欺客”。弯弯曲曲的门道和套路，或许可以蒙蔽消费者一时，却不是企业良性发展的长久之计。大道至简，真诚才是永远的“必杀技”。

李法明/图 嘉湖/文

一片枫叶该不该捡？这道题考的何止是景区

丁乙

据光明网报道，近日，一位网友发布的视频显示，在辽宁本溪某景区，有广播正提醒游客：禁止采摘枫叶、手持枫叶，捡的也不行。评论区不少网友发出疑问：禁止采摘可以理解，为什么不能捡枫叶呢？也有网友表示理解，“因为有人摘了会说是捡的”。10月9日，该景区工作人员表示，一直以来都有这个规定，是出于对自然环境的保护，建议游客最好不要捡枫叶。

实际上，类似的场景这几年没少上演。这次的事件中，景区理由很充分。关于落叶的重要意义，科普中国也曾发文称，林地上的枯枝、落叶、树皮、花、果和枯草等的堆积层，通过微生物的作用，腐烂分解成腐殖质，供给林地养分，并有保蓄水分的作用。

道理没错，但问题出在“一刀切”的逻辑

上。游客捡叶子的动机很简单，可能是给孩子留个自然课教具，也可能是想夹进书里当纪念。这种质朴的互动，被冷冰冰的禁令划为“破坏行为”，显然会让游客感到扫兴。管理者心里想的是“不管严点，肯定有人薅树枝”，结果却是让多数守规矩的人为数可能违规的人买单。

在这方面，其实有更圆融的解法，例如，日本京都岚山枫叶季时，运营方会划出“官方采集区”，让游客在指定区域限量捡拾；加拿大一些公园把落叶加工成书签，游客可自愿捐赠换取。这不是“小题大做”，而是“大处着眼，小处着手”。

游客想捡落叶怎么办？景区不妨多想一步。例如，分区管理，可能比全面禁止更聪明。在核心保护区装监控严管，在体验区设个“落叶艺术角”，让孩子用落叶贴画，作品拍照后将落叶归位。再如，落叶价值可视化，能唤醒共情。邀请游客扫码看AR动画，一片

枫叶60天后化成养分，能滋养半平方米苔藓，数据比说教动人。还有，让违规者变成共建者。有人成袋捡叶？不如请他参与堆肥劳动，亲手把落叶变肥料，这比罚款印象深得多。

更深层看，相关争论背后是生态观念的差异。说到底，生态保护不是修围墙把自然封起来，而是让人学会如何恰当参与自然。

因为，人和自然的关系从来不是“你进我退”，而是恒久的“相融共生”。

就像小时候长辈教我们“采蘑菇留菌丝，摘果子不折枝”，这种代代相传的民间智慧，比硬邦邦的禁令更有生命力。

用一片落叶传递生态知识，用一次体验代替一句禁止，“管理员”转型成“自然导师”，“旁观者”进阶为“生态合伙人”，这才是成熟的管理艺术和自然教育。到那时，一片枫叶的归宿，才能真正写满人与自然的相互成全。这，或许是比红叶更美的风景。

乱象，还需施以更具针对性、更显威慑力的综合整治，相关部门可探索建立直播营销“负面清单”制度，明确哪些宣传用语属于禁区、何种弹幕行为构成违规，为执法提供更为清晰的依据。

治理“职业弹幕”乱象，平台守土有责。直播平台、电商平台不能满足于事后对违规账号的封禁，更应前移监管关口，构建覆盖全流程的弹幕治理机制，包括优化弹幕算法模型，有效识别、过滤、拦截明显的营销内容；对弹幕发布频率异常、内容高度雷同的账号进行风险标记与行为限制；建立商家与主播的“弹幕诚信档案”，将诚信度与流量扶持、推荐权重等挂钩，激励合规经营。此外，广大消费者亦需提升媒介素养与辨别能力，对直播间的“天花乱坠”多一分审慎，少一丝盲从。

“职业弹幕人”首案的查处，既是监管精度的体现，也是行业转型的契机。当流量不再等于销量，当弹幕回归真实互动，直播电商才能摆脱“昙花一现”的命运，真正成为数字经济的一个新引擎。



“山永远不会错，错的是低估它的人”



龚先生

近日，海拔4900米的珠峰东坡营地突降极端暴雪，120余名徒步者被困。最终，向导“无极”耗时8小时带领众人成功撤离。

近些年，越来越多人热衷高原徒步、秘境探险，甚至将冒险当探险，有人最终遭遇不测。这不仅是对大自然面前人类渺小的残酷提醒，是对高海拔徒步、秘境探险热潮的警示，更是对户外探险“野蛮生长”、安全准绳缺失与商业乱象拉响警钟。

避免下次秘境探险悲剧，需要参与者对自然的敬畏、行业的专业规范，以及有力的监管，让户外旅游真正成为充满收获的旅程。

网友跟帖

@澎李：刺激与危险成正比！
@沙：少打征服自然的主题。

阅读全文请扫二维码
“工人日报e网评”



爆红后歇业，看懂小吃店的“人生意义”

丁慎毅

据10月13日《河南商报》报道，2025年国庆假期期间，郑州一家只有三张桌子、13平方米的“人生的意义”小吃店突然在全国爆火。顾客介绍，店里的锅能当镜子照，店内公示利润、原料成本等，网友称其为“最干净小吃店”。然而10月9日长假刚过，小吃店却闭门暂停营业。门口贴着一句话：等热度下去了再营业，休息几天。店主表示，不想做“网红店”，只希望进店顾客能踏踏实实吃顿饭。

互联网时代，有人戏言“直播的尽头是带货，人生的尽头是网红”。网红经济的崛起，让“一夜爆红”成为可能，也催生了“流量反噬”的现象：理发师晓华爆火后，3天只睡1.5小时；“拉面哥”因15年不涨价走红，却再也回不去大集；“鸡排哥”出圈后忙出“痛苦面具”……

新闻中这位店主的清醒在于，拒绝将“人生的意义”变成一场表演。不追逐流量，不迎合热点，不为了热度而改变经营方式。店主选择“等热度过去”，想来不是因为害怕热度，而是因为不愿让热度吞噬了小店的本质。“我一个人打理，手忙脚乱，心态也受到影响”，这不仅是经营的困境，也是价值观的坚守。

这家小吃店的透明经营是一种稀缺的真诚。有网友评价说：“或许活得明白就是懂得何时逐浪、何时守着内心的热锅静候一碗面的温度。”

当很多人在社交媒体上追逐着一个个“网红”，是否曾想过：我们真正需要的，不是被更多人看见，而是看见自己？不是活成别人眼中的“成功典范”，而是对自己问心无愧？店主的选择提醒我们，人生的意义是有勇气按自己喜欢的方式活着。

江湖虽大，但别忘了为何出发。当流量的潮水退去，留下的是一个真实而完整的人。“人生的意义”小吃店或许会越来越火，也可能归于平淡，但真正值得铭记的，是店主在流量之巅的清醒选择——在喧嚣时代，守住内心的节奏，为自己而活。

G 媒体声音

◇ 短托养老是补齐家庭照护断点的有效方式

每天花99元，就可让老人住进养老中心，享受一日三餐和日常照料等服务——国庆中秋假期，浙江杭州滨江区西兴街道联合辖区三家养老服务机构试点推出了双节短托养老服务。

《北京青年报》评论说，传统养老院以长期照护为主，难以满足子女外出、老人术后恢复等短期需求。短托养老服务精准满足这一需求，让老人在特殊时期仍可获得质量高且时长灵活的短托照护服务。类似服务要从零星探索走向普及，还需克服一些困难，如制定统一的服务标准、收费标准和监管机制，通过财政补贴、税收优惠等降低运营成本，鼓励更多机构参与等，从而使其成为常态化选择，变成家庭照护的有力补充。

◇ 自动驾驶不能成为醉驾挡箭牌

有醉酒驾驶行为人以开启“自动驾驶功能”为由，抗辩不构成危险驾驶罪，辩称应减轻责任——近日，北京市二中院发布了这一案件的审结结果，依法驳回上诉，维持原判。

《检察日报》评论说，我国法律关于“酒驾”或“醉驾”的认定，强调的是驾驶人对车辆的整体控制权。即使激活了驾驶辅助系统，驾驶人仍需监管系统并始终参与驾驶任务以确保行车安全。因此，企图以“辅助驾驶”为逃避违法责任自然行不通。必须明确，无论技术如何迭代，对生命的敬畏、对法律的遵守都不应改变。

◇ 网店一年代写论文4万篇，平台的把关责任呢？

个别企业通过电商平台公开大肆招聘“撰稿”人员，为有需求的群体提供有偿代写服务，通过采用“组稿+AI”模式，有员工用AI一天能代写30篇，有网店一年销量超过4万单。

澎湃新闻评论说，论文字代写虽然性质上是明显的违规，但对买卖双方来说又似乎是“双赢”的事，买卖双方都不太会主动去找平台的麻烦，平台也就更乐得置身事外。要想让平台承担更多的社会责任，可能需要一些外部力量的推动，如监管部门将灰色生意活跃度作为评价电商平台的重要指标，改变论文字代写为学业评价、职称评审等的硬通货，高校和期刊缺乏严格把关等现状，从根子上多做改良。

(乐群 整理)