

别让性格测试成为就业的“隐形门槛”

本报评论员 韩韫超



性格测试成为一些企业在招聘环节的必选项,一定程度暴露了企业管理上的路径依赖和思维惰性。对企业来说,以性格筛人涉嫌就业歧视,一旦筛出的员工人岗不匹配,或将抬高员工后续的培训磨合甚至是再次招录的成本。对求职者而言,当性格因素成为挡在应聘路上的一道坎儿,求职机会可能被挤占和压缩,平等就业权可能被侵犯,求职信心恐将被挫伤。

据11月26日《新华每日电讯》报道,当前,不少企业在招聘中设置性格测试环节,并引入相关评价体系对求职者个性进行划分,作为录用参考依据之一。有互联网公司在某岗

位招聘条件中,明确标注“E人(泛指性格外向的人)优先”;有公司在招聘电商运营人员时,要求求职者完成550道MBTI测试题,测试结果为“ISTJ型”(务实可靠、注重细节和逻辑的检查员)的求职者才能进入下一轮……为提升求职成功率,一些求职者选择在性格测试中“伪装”自己,网络平台上已出现性格测试“攻略”,大量性格测试题库在电商平台售卖。

不可否认,现实中,不同性格特质的员工可能在特定岗位更有优势,比如销售岗位往往更需要性格外向、社交能力强的人;研发岗位通常更倾向严谨、专注、有探索精神的人;客服岗位则可能更适合有耐心、擅共情、情绪稳定的人。一些企业在招聘中设置性格测试环节,大多是期望提高人岗匹配度、进一步优化团队结构等。

然而,任由性格测试成为员工招聘“一票否决”的环节,这一做法存在诸多问题。眼下主流的性格测试多是由国外引进,其是否与国人性格特征相吻合、是否匹配国内职场环境,都需要打个问号。而且,一个人在不同阶段、不同环境中也可能表现出不同的性格特征,因此,将性格测试作为招录参照,其实是忽视了个体的复杂性和可塑性,可能使企业

在招聘中错失那些能力优秀但性格“非典型”的人才。一些人在测试中刻意“伪装”的行为,则进一步削减了性格测试的准确性和参考价值。

性格测试的“不靠谱”之处,一些企业恐怕并非不明白,现实中仍将其作为招聘环节的“标配”,背后有着若干原因。一方面,面对大量应聘者,性格测试充当了一个看似“客观科学”的快捷决策工具,为招聘者减轻了选人决策压力。另一方面,当前性格测评已呈现产业化,在商业利益驱动下,服务商会向企业不断强化产品的“科学性”和“必要性”,某种程度上可能误导用人单位。

在图省事、随大流等心理下,性格测试成为一些企业在招聘环节的必选项,一定程度暴露了企业管理上的路径依赖和思维惰性。对企业来说,以性格筛人涉嫌就业歧视,一旦筛出的员工人岗不匹配,或将抬高员工后续的培训磨合甚至是再次招录的成本。对求职者而言,当性格因素成为挡在应聘路上的一道坎儿,求职机会可能被挤占和压缩,平等就业权可能被侵犯,求职信心恐将被挫伤。招聘环节增加的一个砝码,不仅关乎人力资源的优化配置,更关乎就业公平。

性格测试被滥用,提示我们需要警惕当前出现了更加隐蔽的就业歧视问题。比如,一些企业在简历筛选等环节设置籍贯、性别、婚育等隐性限制,甚至以“和老板属相不合”“姓氏、星座相冲”等理由筛人;一些企业擅自扩大不予录取的体检结果异常项目范围,一些应聘者因无需治疗的慢性病被单位“刷”掉……类似现象凸显出一些企业缺乏科学的人力资源管理制度和技术的困境,亟待予以重视。

就人才招聘而言,任何一种筛选人才的工具和标准都难免有局限性,将多元化的面试方法、结构化的问题设计、更逼真的实战模拟等纳入人才招录与选拔的工具箱,让招聘更全面公正、回归能力本位,这应当成为更多企业的自觉与实践,也是当前进一步消除就业歧视、促进就业公平的应然之举。

性格测试不能成为就业公平的另一道“隐形门槛”。对一些企业在招聘环节滥用性格测试的做法,相关部门应给出有效的监管与引导。从更长远看,不断完善人力资源管理技术和方法,在用人单位管理的便捷性与人才选用的精准性之间找到最佳平衡点,不断提升用人单位自身的组织人事管理能力,对企业长远发展来说,至关重要。

“黑板留言收废瓶”学生获助,温暖治愈的一课

龚先生



“各位高三(1)班的学长学姐们,能不能将你们班的瓶子集中放在一个地方,我会来收。收瓶子的原因:①帮妈妈挣医药费;②帮爸爸还账……”近日,“高中生在黑板留言收废瓶”一事引起广泛关注。

学生因家庭困难而勤工俭学并不鲜见,但此事似乎令人格外温暖,人们在这位学生身上看到了坦诚和勇气、担当和责任心等,而学校理性、克制地成全和帮助,则展现了一幅美好的教育图景。

为学先为人。教育不仅是知识的灌输,更是人格的塑造。把学生培养成有温度、有担当、向善向上的人,是为人师者更重要的使命。



网友跟帖——

@米开:一段满载爱与担当的佳话。阅读全文请扫码
@aoto:废瓶子成了爱心漂流瓶。“工人日报e网评”

“假奶粉”借电商平台“走俏”,是一记警钟

张西流

“套 牌”?

据央视新闻报道,在电商平台上,一些不良商家以普通白菜冒充地理标志产品“胶州大白菜”进行销售,一棵“套牌”白菜的价格甚至高达155元。据了解,不少售卖“李鬼”白菜的店铺压根没有货源,接单后再向货源商家低价下单,由这些第三方卖家给消费者发货。

“胶白”之所以能成为地理标志产品,靠的是清甜多汁的口感和常年积累的信誉,消费者之所以愿花高价尝鲜,源于对地理标志产品质量和口碑的信赖。一些不良商家利用信息差“挂羊头卖狗肉”,不仅侵害了消费者的权益,也抹黑了“胶白”的金字招牌。

近年来,从茅台酒到西湖龙井,从奉化水蜜桃到阳澄湖大闸蟹,地理标志被冒用和“搭便车”的现象屡见不鲜,相关市场被搅浑。地理标志产品凝结着一方水土的馈赠、一方百姓的匠心,这张“名片”对地方经济发展意义非凡,不容各种“碰瓷”行为。

针对类似“套牌”乱象,有关方面须进一步强化防伪溯源管理、规范检验检测体系;电商平台也要压实责任,提示商家相关法律风险,杜绝“李鬼”产品横行。 李法明/图 陈曦/文



涉案人员与知名艺人同名乌龙,“流量碰瓷”该歇歇了

孔德淇

“36岁犯罪嫌疑人王俊凯被立案侦查”——据多家媒体报道,近日,浙江义乌市公安局的一则非法集资案通告,因嫌疑人与知名艺人同名,瞬间引爆网络。通报中公布的全名,被部分媒体直接用作“惊悚标题”,引发海量点击后,网友才发现真相。

警方公布嫌疑人全名的做法,在法律框架与侦查需求下具有合理性。义乌市公安局民警在回应中也表示,公布全名是为方便集资参与者核实报案,规避因信息模糊影响权益维护。这一解释符合司法实践惯例,在涉及非法集资、诈骗等涉众型犯罪时,明确嫌疑人身份信息是保障被害人知情权、配合案件侦查的必要举措,只要不涉及隐私泄露、不构成名誉侵权,此类做法本身并无不妥。

真正备受争议的,是部分媒体在二次传播中的“标题党”操作。这些媒体明知同名艺

人的公众影响力,却刻意省略“36岁”“浙江义乌人”等关键区分信息,用模糊标题博取眼球。这类做法精准利用了公众对明星的关注心理,以误导性表述换取流量收益,却可能分散公众对非法集资案件本身的关注,让受害群众的权益保障、案件的侦查进展等核心信息,被淹没在“同名乌龙”的讨论中。

这场名字掀起的风波,看似是巧合误解,实则暴露了流量至上时代信息传播的伦理失范,是对信息生态与公众信任的双重透支。对公众而言,频繁遭遇“标题党”误导,会逐渐丧失对媒体的信任,形成“逢热点必跟风”的戒备心理,进而影响对真实公共信息的判断与接收。对艺人而言,即便事后能澄清“同名不同人”,但在信息快速传播的当下,负面标题带来的名誉损耗恐怕也难以完全挽回。对办案机关而言,媒体的不当传播还可能干扰案件侦查节奏,甚至引起不必要的舆论压力,影响执法公信力。

从更广阔视角看,这一事件反映出网络

时代信息传播的结构性矛盾。一方面,警方、政府部门等权威机构需要通过公开信息保障公众知情权、推进工作;另一方面,部分传播主体受流量利益驱动,不惜以曲解、误导的方式处理信息,致使权威信息在传播中变形、走样。

传播的价值在于传递真相、引导舆论,而非制造噱头、收割流量。那些靠“标题党”博眼球的做法,或许能获得短期收益,但长期来看会透支媒体公信力,被公众用脚投票。媒体必须坚守新闻真实性的底线,摒弃“唯流量论”的错误导向。在传播警方通报等权威信息时,应完整呈现关键细节,确保信息的准确性与完整性,防止因刻意省略、断章取义导致误解。

在资讯爆炸的时代,公众亦应提升媒介素养,面对热点保持理性,不盲目转发,通过权威来源核实信息。流量面前,真相与责任不容妥协,唯有每个传播行为都经得起拷问,每条信息都传递核心价值,才能避免流量沦为“洪水猛兽”,构建起真实有序可信的信息生态。

协同“加法”的努力,最终目的是为新就业形态劳动者理赔便利和效率做“加法”。现实中,这一群体工作时间灵活、收入不稳定,对高效便捷的公共服务有着更强烈的需求。“小伤快赔”不仅解决了他们的实际困难,更传递出新就业形态劳动者的权益保障之网日益完善、有温度的积极信号。“小伤快赔”让“新工伤”保障实现了效率提升、效果升级,进一步擦亮了“新工伤”保障的品牌,提升了新就业形态劳动者的获得感。

新就业形态劳动者已成为我国劳动力市场的重要组成部分,保障这一群体的劳动权益,不仅关乎个体福祉,也关乎相关行业的健康发展和社会稳定。近年来,新就业形态人员职业伤害保障的试点与扩围,惠及了大量新就业形态劳动者,在此基础上进行“小伤快赔”等一系列探索,则让“新工伤”制度更加实用管用、深入人心。这样的探索多多益善,让更多劳动者享受到更加全面、公平、便捷、高效的权益保障。

新职场“小伤快赔”让劳动者权益保障更便捷高效

唐山客

据工人日报客户端报道,11月27日,北京市人力资源和社会保障局发布消息,面向外卖员、网约车司机等新就业形态劳动者群体,在全市范围内全面推行职业伤害“小伤快赔”。在合规、安全和可追溯前提下,兼顾基金安全、流程规范和服务便捷,采取添加标识优先办理、专人全程跟办、电子材料替代纸质材料等举措,实现“小伤”医疗费报销全程线上办理,既省时又快捷。从提出申请到报销钱款到账的时间压缩了75%,不耽误劳动者的工作时间。

外卖员、网约车司机等新就业形态劳动者在工作中东奔西走,难免发生小磕小碰。在传统常态职业伤害保险理赔模式下,劳动者报销医疗费可能需要准备一大堆材料、走不少流程,耗时较多时间和精力,甚至可能带来一定的误工损失,这可能让不少劳动者发生“小伤”时选择“自认倒霉”,从而让职业伤害保障制度效果打了折扣。

北京此番推行的新职场“小伤快赔”,精准对接了新业态劳动者需求,材料简化、流程优化是这一制度的核心支撑点,有助于化解一系列理赔痛点。

比如,将“小伤”定义为门诊就医、不需要住院治疗、事实清楚的案件;为“小伤”

案件添加特殊标识、置顶优先办理,实行全流程简易审核发放程序;由专人“一对一”对接服务,手把手帮办指导等。以往,劳动者申请理赔过程中,不同医院病历格式不一,发票单据容易丢失,一个环节出问题就被卡住。而在此番新职场“小伤快赔”制度中,“处方”代替了“病历”,电子发票或照片代替了纸质票据,材料从10项压缩到5项,且全部可线上提交,劳动者只需在平台企业APP提交一次申请,后续工作由系统内部协同完成。同时,发放频次从每月3次提高到每日1次。

材料简化、流程优化的每一步“减法”背后,其实都是理赔部门多做数据共享、业务



“黑板留言收废瓶”学生获助,温暖治愈的一课

龚先生



“各位高三(1)班的学长学姐们,能不能将你们班的瓶子集中放在一个地方,我会来收。收瓶子的原因:①帮妈妈挣医药费;②帮爸爸还账……”近日,“高中生在黑板留言收废瓶”一事引起广泛关注。

学生因家庭困难而勤工俭学并不鲜见,但此事似乎令人格外温暖,人们在这位学生身上看到了坦诚和勇气、担当和责任心等,而学校理性、克制地成全和帮助,则展现了一幅美好的教育图景。

为学先为人。教育不仅是知识的灌输,更是人格的塑造。把学生培养成有温度、有担当、向善向上的人,是为人师者更重要的使命。



网友跟帖——

@米开:一段满载爱与担当的佳话。阅读全文请扫码
@aoto:废瓶子成了爱心漂流瓶。“工人日报e网评”

“假奶粉”借电商平台“走俏”,是一记警钟

张西流

据央视新闻报道,在电商平台上,一些不良商家以普通白菜冒充地理标志产品“胶州大白菜”进行销售,一棵“套牌”白菜的价格甚至高达155元。据了解,不少售卖“李鬼”白菜的店铺压根没有货源,接单后再向货源商家低价下单,由这些第三方卖家给消费者发货。

“胶白”之所以能成为地理标志产品,靠的是清甜多汁的口感和常年积累的信誉,消费者之所以愿花高价尝鲜,源于对地理标志产品质量和口碑的信赖。一些不良商家利用信息差“挂羊头卖狗肉”,不仅侵害了消费者的权益,也抹黑了“胶白”的金字招牌。

近年来,从茅台酒到西湖龙井,从奉化水蜜桃到阳澄湖大闸蟹,地理标志被冒用和“搭便车”的现象屡见不鲜,相关市场被搅浑。地理标志产品凝结着一方水土的馈赠、一方百姓的匠心,这张“名片”对地方经济发展意义非凡,不容各种“碰瓷”行为。

针对类似“套牌”乱象,有关方面须进一步强化防伪溯源管理、规范检验检测体系;电商平台也要压实责任,提示商家相关法律风险,杜绝“李鬼”产品横行。 李法明/图 陈曦/文

“套 牌”?

据央视新闻报道,在电商平台上,一些不良商家以普通白菜冒充地理标志产品“胶州大白菜”进行销售,一棵“套牌”白菜的价格甚至高达155元。据了解,不少售卖“李鬼”白菜的店铺压根没有货源,接单后再向货源商家低价下单,由这些第三方卖家给消费者发货。

“胶白”之所以能成为地理标志产品,靠的是清甜多汁的口感和常年积累的信誉,消费者之所以愿花高价尝鲜,源于对地理标志产品质量和口碑的信赖。一些不良商家利用信息差“挂羊头卖狗肉”,不仅侵害了消费者的权益,也抹黑了“胶白”的金字招牌。

近年来,从茅台酒到西湖龙井,从奉化水蜜桃到阳澄湖大闸蟹,地理标志被冒用和“搭便车”的现象屡见不鲜,相关市场被搅浑。地理标志产品凝结着一方水土的馈赠、一方百姓的匠心,这张“名片”对地方经济发展意义非凡,不容各种“碰瓷”行为。

针对类似“套牌”乱象,有关方面须进一步强化防伪溯源管理、规范检验检测体系;电商平台也要压实责任,提示商家相关法律风险,杜绝“李鬼”产品横行。 李法明/图 陈曦/文

“套 牌”?

据央视新闻报道,在电商平台上,一些不良商家以普通白菜冒充地理标志产品“胶州大白菜”进行销售,一棵“套牌”白菜的价格甚至高达155元。据了解,不少售卖“李鬼”白菜的店铺压根没有货源,接单后再向货源商家低价下单,由这些第三方卖家给消费者发货。

“胶白”之所以能成为地理标志产品,靠的是清甜多汁的口感和常年积累的信誉,消费者之所以愿花高价尝鲜,源于对地理标志产品质量和口碑的信赖。一些不良商家利用信息差“挂羊头卖狗肉”,不仅侵害了消费者的权益,也抹黑了“胶白”的金字招牌。

近年来,从茅台酒到西湖龙井,从奉化水蜜桃到阳澄湖大闸蟹,地理标志被冒用和“搭便车”的现象屡见不鲜,相关市场被搅浑。地理标志产品凝结着一方水土的馈赠、一方百姓的匠心,这张“名片”对地方经济发展意义非凡,不容各种“碰瓷”行为。

针对类似“套牌”乱象,有关方面须进一步强化防伪溯源管理、规范检验检测体系;电商平台也要压实责任,提示商家相关法律风险,杜绝“李鬼”产品横行。 李法明/图 陈曦/文

“套 牌”?

据央视新闻报道,在电商平台上,一些不良商家以普通白菜冒充地理标志产品“胶州大白菜”进行销售,一棵“套牌”白菜的价格甚至高达155元。据了解,不少售卖“李鬼”白菜的店铺压根没有货源,接单后再向货源商家低价下单,由这些第三方卖家给消费者发货。

“胶白”之所以能成为地理标志产品,靠的是清甜多汁的口感和常年积累的信誉,消费者之所以愿花高价尝鲜,源于对地理标志产品质量和口碑的信赖。一些不良商家利用信息差“挂羊头卖狗肉”,不仅侵害了消费者的权益,也抹黑了“胶白”的金字招牌。

近年来,从茅台酒到西湖龙井,从奉化水蜜桃到阳澄湖大闸蟹,地理标志被冒用和“搭便车”的现象屡见不鲜,相关市场被搅浑。地理标志产品凝结着一方水土的馈赠、一方百姓的匠心,这张“名片”对地方经济发展意义非凡,不容各种“碰瓷”行为。

针对类似“套牌”乱象,有关方面须进一步强化防伪溯源管理、规范检验检测体系;电商平台也要压实责任,提示商家相关法律风险,杜绝“李鬼”产品横行。 李法明/图 陈曦/文

“套 牌”?

据央视新闻报道,在电商平台上,一些不良商家以普通白菜冒充地理标志产品“胶州大白菜”进行销售,一棵“套牌”白菜的价格甚至高达155元。据了解,不少售卖“李鬼”白菜的店铺压根没有货源,接单后再向货源商家低价下单,由这些第三方卖家给消费者发货。

“胶白”之所以能成为地理标志产品,靠的是清甜多汁的口感和常年积累的信誉,消费者之所以愿花高价尝鲜,源于对地理标志产品质量和口碑的信赖。一些不良商家利用信息差“挂羊头卖狗肉”,不仅侵害了消费者的权益,也抹黑了“胶白”的金字招牌。

近年来,从茅台酒到西湖龙井,从奉化水蜜桃到阳澄湖大闸蟹,地理标志被冒用和“搭便车”的现象屡见不鲜,相关市场被搅浑。地理标志产品凝结着一方水土的馈赠、一方百姓的匠心,这张“名片”对地方经济发展意义非凡,不容各种“碰瓷”行为。

针对类似“套牌”乱象,有关方面须进一步强化防伪溯源管理、规范检验检测体系;电商平台也要压实责任,提示商家相关法律风险,杜绝“李鬼”产品横行。 李法明/图 陈曦/文</p