

# 小故事折射大时代,擦亮工会宣教品牌

本报评论员 韩福超

卫视和多个网络平台播出,12名选手分获金、银、铜奖。

讲述奋斗故事,分享成长经历。作为中国工会十八大后首个全国宣讲活动,上述全国职工宣讲比赛既是工会系统近年来劳模工匠宣讲活动的一种延续,也是叫响“中国梦·劳动美”主题教育品牌的进一步探索。比赛的成功举办不仅激励、鼓舞着广大职工干事创业、接续奋斗,也为更好推动工会工作发展积累了宝贵经验。

组织开展职工喜闻乐见的宣传教育活动,提升职工思想政治引领的针对性、实效性,需要这样的小切口、小故事和家常话。在今夏因水灾被困落坡岭车站的K396次列车乘务员赵阳,为观众真实讲述水灾时的情景;被称为“雪线信使”的邮车驾驶员其美多吉说,“我只是一粒沙,在中国邮政,在交通战线,像我这样的沙还有千千万万个”;从事超特高压运维工作的廖志斌一直记着师傅说的,“一个人可以没有文凭,但不能没有知识和技能,更不能没有理想和追求。”从个体的岗位和视角出发,宣讲接地气、有感染力,引发公众强烈共情、共鸣,收到理想效果。

把学习的课堂搬到企业、车间、班组,把党的创新理论和劳动创造幸福的价值理念,以及劳模精神、劳动精神、工匠精神带到职工身边,需要进一步丰富传播手段,拓展宣教活动的影响力和覆盖面。此番宣讲比赛中,选手涵盖采矿、制造、电力、建筑、交通运输等13个行业,年龄跨度从23岁到60岁,各地上传宣讲视频作品10100个,举办线下近1.9万场宣讲比赛,1.4万余名劳模工匠参与,网友总访问量超过1.17亿次。数字的背后是千千万万职工热情参与、渴望表达的身影。而把职工请到讲台上,把话筒递到职工手里,把镜头对准职工的日常,不仅可以更高效、真实地了解职工所思所想、所需所盼,而且能够进一步讲好职工故事、凝聚榜样力量,也为广大职工提供了一个交流、学习、切磋的平台。

榜样的力量是无穷的。在“中国梦·劳动美”活动之外,近年来各地工会还开展了诸如评选“大国工匠年度人物”“最美职工”等一系列活动,通过推介优秀典型的方式,让职工群众于鲜活的人与事中筑牢团结奋斗的共同思想基础。让更多鲜活生动的故事被知晓和传递,凝聚起更多正能量,让更多坚守岗位、在工

作中有所创新突破的人成为职工群众心中尊崇的对象,这不仅是工会宣教工作的更高境界,也是丰富职工精神文化生活的重要手段。

随着互联网新技术新业态新模式的大量涌现,我国产业工人队伍结构发生着深刻变化,80后90后成为产业工人的主体,以高学历高职称高收入为特征的“三高”群体和在新业态新模式就业的“三新”群体并存。这就要求工会宣教工作创新方式方法,充分运用新媒体手段,打通宣教“最后一公里”,提升宣教的覆盖率和可及性,以润物无声的方式将宣教内容送到职工群众身边。近年来,各级工会开展的诸如网络“云宣讲”、职工短视频大赛、线上打卡红色工运地图、命名全国职工爱国主义教育基地等活动,颇受职工群众欢迎。期待相关好经验好做法被总结推广,进一步擦亮工会宣教品牌。

“只要有邮件,邮车就得上路,只要有人在,邮件就要送达”“永远要做大路上那一抹绽放的红霞”……有媒体总结出此次全国职工宣讲比赛中的选手金句。相信这些金句凝结的信念像一束束光,照亮更多人的内心。期待劳模精神、劳动精神、工匠精神的“种子”,也会像蒲公英一样广泛播撒。

陈丹丹

直播带货乱象频出,消费维权存在盲区,谁来为“翻车”的直播带货买单?据《工人日报》11月9日报道,近几年来,层出不穷的直播带货乱象成了热搜常客,本想薅羊毛的网友和粉丝,惨遭割韭菜,维权遇阻。有法律人士表示,各类主播的职业素养总体有待提高,有关部门应提升对直播带货的监管能力和水平。

纵观近期的直播“翻车”事件,从虚构身份悲惨营销,到货不对版虚假宣传,再到以次充好鱼目混珠,林林总总,不一而足。主播作为直播行业的核心角色之一,腰踩红线,事情背后充斥着流量至上与利益为先的错误价值观。直播一拥而上,大多主播是试图复制一夜暴红和一夜暴富的互联网神话。在“翻车”的主播中,有的以低俗为趣味,赢了流量、输了底线,有的恶性竞争、垄断价格,有的甚至浑身精英式傲慢,忘了来时的初心。

凡此种种,虽表征各异,但主播素养有待提升是乱象频出的重要症结之一。这让不少网民愈发呼唤主播的职业化发展,期待构建一套覆盖准入、成长、退出环节的主播培养机制。

在“全民直播”的今天,人们不禁要问:主播的门槛是不是太低了?当直播行业叠加了潜在收益高、入门标准低、进圈成本少等特征,入局人数居高不下是必然结果。而在庞大的人群基数中,难免泥沙俱下、鱼龙混杂。素质良莠不齐、内容质量参差给行业的长远发展带来隐忧。

因此,提高主播上岗门槛,势在必行。从年龄到素质,从专业到品德,应从全方位、多角度开展考核、筛选。对于粉丝达到一定量级的主播,持证上岗亦能优化准入标准,帮助其系好职业发展的第一粒扣子。入门之后,主播则需兼顾自律和他律。

无论是主播的话术与行为,还是货品的质量与宣传,都要有细致明确的规范及标准。相关部门此前发布的《网络主播行为规范》等规则措施,应由平台、主播、商家等各方共同推进、落实落细。而在主播的职业化发展进程中,应该有优胜劣汰。这既是社会价值体系的基本要求,也是市场运行规律的必然结果。

对此,不妨尝试通过设立主播信用体系与退出机制,助其守好职业化发展的重要防线。在此机制下,主播的每一次违规行为,都是对其信用的透支,达到一定程度后,主播将被迫退出平台。这一机制有利于倒逼主播提升职业自律意识。

如今,网络直播正在进入下半场,消费者也逐渐回归理性。在此背景下,主播更需增强职业化发展意识,多方共同努力,让直播行业摆脱流量漩涡,行稳致远。

# 主播职业化发展亟待走上正轨

## 社评

中国新闻名专栏

比赛的成功举办不仅激励、鼓舞着广大职工干事创业、接续奋斗,也为更好推动工会工作发展积累了宝贵经验。

用小切口呈现大主题,用小故事折射大时代,用家常话解读大道理——据近日《工人日报》报道,由中华全国总工会主办,安徽省委宣传部、安徽省总工会承办的“中国梦·劳动美——凝心铸魂跟党走 团结奋斗新征程”全国职工宣讲比赛,于11月3日在安徽合肥圆满落幕。11月11日,该比赛总决赛在安徽

# 网售处方药要经得起“压力测试”

罗志华

近日,记者针对减肥“神药”销售火爆现象展开调查,发现网购成为这类处方药滥用的“暗门”。三季度销售额暴增7倍、概念股一个月大涨3倍。作为严格监管的处方药,司美格鲁肽在国内适应症仅为2型糖尿病的情况下,却被当作减肥药大行其道,在网上被火爆。网络处方药成为司美格鲁肽暗度陈仓的掩护。(见11月13日《中国证券报》)

某糖尿病用药变身减肥“神药”之后,又给网售处方药插了个篓子。过去网售处方药虽然存在一些问题,如先药后方、超适应症用药、AI自动开处方等,但随着监管的完善,这些问题大都得到了较好解决。自从司美格鲁肽等减肥“神药”出现后,不仅事后补救、无处方销售等现象更为常见和严重,而且还出现了“明治糖尿病暗售减肥药”等新现象。

减肥“神药”经由网售渠道火爆销售,直接威胁购药者的健康。用糖尿病药减肥仅是“听来的故事”,治疗效果是否确定、副作用有哪些等,都还充满变数。无论一些名人把用这种药减肥的个人感受说得多么真切,但真正值得信赖的只有科学依据。事实上,不少医学专家已提出警告,要格外当心把糖尿病药当作减肥药滥用的风险。

将传闻当事实,未被认可先炒作,一旦判断失误,用药者将付出健康受损等代价。热炒减肥“神药”带来的次生危害同样不容忽视,比如,救命药被减肥者一抢而空,糖尿病患者就可能陷入无药可用的困境,而糖尿病最忌用药不规范导致血糖异常波动;股市里减肥概念被热炒,相关股票快速拉升,追涨者成为“接盘侠”,或将遭受经济损失。

网售处方药没有经得起减肥“神药”的压力测试,也给网售处方药模式的发展前景蒙上一层阴影。网售处方药大幅提升了买药的便捷性,化解了互联网诊疗“有医无药”的窘境,其发展被寄予厚望,但这种模式处于初探阶段就跑偏,可能会让其以后的成长之路变得曲折艰难。

严管减肥“神药”网售渠道,既是为“神药”去虚火,也可避免网售处方药模式误入歧途。有关部门不妨以治理减肥“神药”网售乱象为突破口,进一步明确销售者、购买者、网络平台各自的责任;加强数据互联互通,对违规行为加大处罚力度。

网售处方药要经得起类似的压力测试,诊疗过程各个环节也要及时查漏补缺,提升服务质量,让患者获益最大化。

# “圈养”不是解决校园安全问题的法宝



乐群

近日,“中小学生在连上厕所的时间都快没了”话题登上热搜,引发关注。各大社交平台相关话题下,上演了一场“吐槽大会”——“除了上厕所、喝水以外,都不能出教室。”“要严格排队上厕所、上下楼梯,有老师在旁边盯着。”“我家孩子学校甚至升旗都在教室里……”

走出教室跑跑跳跳,和同学们一起跳皮筋、打沙包,是不少包括我这个80后在内的成年人记忆中课间10分钟的标配,哪怕只是在校园里走走转转,和好朋友说说话,也是一种调节和放松,可以“歇歇眼睛、换换脑子”。

可如今,好好的课间10分钟,怎么就被弄丢了?



## G图说

此无意识撞,小伙伴们相谈正欢时因没注意而撞到了门框……校园生活本就容易存在一些风险,需要想办法规避,却不可因噎废食。对学校来说,对教育教学中的某些风险总是“如临大敌”一般,无异于在餐馆门口竖上了“本店滑倒,本店概不负责”的牌子。如此,教育的初衷何在?

小小的课间10分钟,掀起了一场持续多日的关注与讨论,个中折射出的,是在物质条件更丰富的当下,全社会对孩子们高质量成长的期盼。

朋友圈里,有人分享了一些学校老师一到课间便亲自清场、赶孩子们出教室活动的做法;有孩子分享了所在学校积极拓展课间活动场地、设计活动的项目;还有人建议,加强对学生的安全教育,探索校园安全险制度等;更有人痛心疾首地“喊话”家长:对学校多些信任和理解,遇事积极沟通,别让自己的“任性”毁了孩子的课间。

“圈养”从来不是解决校园安全问题的万能法宝。把本该属于孩子的时间和自由还给他们,需要社会、学校、家庭的共同努力。孩子的成长路上,难免会磕磕绊绊,但纵有再多的怕,也不可淡忘教育的初衷。

## 戴着?

据极目新闻等媒体报道,近日,广东湛江某小学要求所有学生戴头盔上学,甚至“连走路、坐小车的也要戴”。对此,网友大呼开眼界。当地教育局回应称,“戴头盔进校园”针对的是乘坐摩托车或者电动车往学校的学生以及接送的家长,该校在推广过程中要求过于严格,已通知学校整改。

为了延长学生在校内外的安全链条,全社会做了不少努力,也想了不少办法。然而,再好的规定,也是只有“用在对的地方”才能发挥积极作用,否则,就可能添乱。鼓励孩子“戴头盔”的部署本是好心,但在具体执行时用力过猛则过犹不及,好心办了坏事。这提示有关方面,精细化管理不能变成粗暴式要求。同时,做事要因地制宜、分类施策,并且要追踪具体执行的细节。但愿这类事情不再发生,毕竟,显得管理方有些“不过脑子”。

赵春青/图 嘉湖/文

# 通缉电诈头目,肃清电诈之患

徐建辉

据公安部网站11月12日消息,日前,公安机关决定公开通缉缅北果敢自治区电诈犯罪集团重要头目明学昌等四人。公安机关侦查发现,以明学昌为首的犯罪集团长期组织开设诈骗窝点,公开武装护诈,实施针对中国公民的电信网络诈骗犯罪活动,诈骗数额巨大,在公安机关严打高压态势下,仍不收敛、不收手,继续大肆组织实施违法犯罪活动,同时涉嫌故意杀人、故意伤害、非法拘禁等多种严

重暴力犯罪,情节极其恶劣,后果极其严重。

近年来,电信网络诈骗问题日益突出,花样不断翻新,几乎无孔不入的电诈活动给公众生命财产安全造成极大危害,给正常的社会秩序带来诸多不良影响。当受害者不慎落入电诈分子精心布下的圈套时,其背后的亲人、家庭、企业可能因此遭受巨大痛苦和创伤。还有不少人被诬骗甚至被劫掠至境外被迫从事电诈活动,遭遇非法拘禁和暴力虐待,失去了人身自由甚至宝贵的生命。

对此,我国警方坚持打防并举,持续推进反电诈行动,打击各类电诈活动及关联违法

犯罪,建立了包括银行、电信等行业单位在内的跨部门、跨地区的联动机制,取得了显著的打击成果和治理成效。但是,直至今日,让人深恶痛绝的电诈犯罪仍是屡打不绝,活动依然猖獗,危害依旧很大。

究其原因,除了电诈作为一种高收益犯罪行为自身存在的顽固性以外,那些盘踞在缅北等地的境外电诈集团、武装犯罪团伙的肆虐,无疑是一个重要障碍。如同人们此前在新闻报道和社交平台中所见,一些获救的幸存者所叙述的那样,这些境外电诈分子及其团伙和身后的各种势力,自恃身居境外治

安复杂地区,自以为天高皇帝远就可以为所欲为,肆无忌惮地组织开展电诈等非法活动,甚至发展为一定规模的以武装暴力为挡箭牌的涉电诈黑灰产业。他们所犯下的滔天恶行令人发指,人神共愤,将其彻底铲除的呼声日益高涨。

在这种形势之下,我国警方加大了跨国执法合作力度,将反电诈执法的铁拳延伸开来,不断挤压电诈分子的生存空间。此番公开通缉缅北武装电诈集团头目,不仅标志着跨国反电诈执法工作的新升级、新进展,显示出我国彻底铲除电诈毒瘤的强大决心和坚强意志,也敲响了这些无法无天、血债累累的境外电诈黑恶势力的丧钟。

擒贼先擒王,治标兼治本,只有将罪恶极的境外武装电诈头目绳之以法,把那些为害一方的境外电诈团伙一网打尽,长期以来萦绕在很多国人头上的电诈之患才有可能被从根源上肃清。

戴先任

据《每日经济新闻》11月13日报道,近日,一知名短视频博主发布视频,曝光辽宁大连海鲜市场存在“鬼秤”(非法改装电子秤),引发热议。12日,当地市场监管局通报称,涉事商户涉嫌在经营中故意使用破坏准确度计量器具的行为已被立案调查,有关部门近日已查处了3起非法改装销售计量器具案。

“鬼秤”出没消费市场,令消费者深恶痛绝,尤其海鲜市场等是“鬼秤”横行的重灾区。一段时间以来,各大短视频平台上出现不少打假博主,视频打假俨然成了自媒体流量新密码——博主只要一部手机就能完成一场让受众有深度参与感的“惩恶扬善式打假”,一些打假博主还因此成为新晋网红。

当前,个别地方的消费市场确实还不够规范,加之公众对消费欺诈、假冒伪劣商品深恶痛绝,打假博主“咆哮式打假”,如同一部部“现实爽剧”,满足了公众情绪价值和公平交易的追求。同时,“惩恶扬善式打假”如同啄木鸟,既能对无良商家形成震慑,还能给消费者“排雷”。一些打假博主不仅会曝光黑心商家,还会告诉消费者如何“精准避坑”,有利于培养消费者的防范意识、维权意识。因此,这类打假受到不少消费者的追捧。

对此,一方面,相关部门要重视打假网红曝光的问题,对打假网红曝光的黑心商家问题要及时跟进,核实之后依法严惩。另一方面,不管是普通消费者通过短视频维权,还是网红的视频打假,都要遵守法律边界,不能侵犯商家的合法权益。比如,不要随意泄露他人隐私和个人信息,要注意言论的真实性、评价的客观性。

同时,也要注意使用好其他维权渠道,比如通过市场监管热线平台进行投诉、请求消费者协会进行调解,必要时还可以向法院提起诉讼等等。合理合法维权才能避免陷入维权不成变侵权的困境。

相关平台对于类似打假视频也要加强管理,既不要阻塞网友通过网络维权的渠道,对于一些打着维权旗号但明显存在侵犯他人合法权益的视频,则要通过及时下架等方式进行处理,不能为了流量而放任侵权行为扩大化。

打假成了流量密码引发网友共鸣,反映出消费者权益意识日益增强,也暴露出维权通道和机制仍存在短板,有关部门要倾听网红打假背后的消费者心声——打击“鬼秤”等消费欺诈行为,规范消费市场秩序,营造良好的消费环境,不能只等网红曝光、靠自发的打假推动,建立健全常态化长效化的监管机制才是治本之策。