

## ■劳动时评

## 我的朋友圈岂能由他人来做主

□苑广阔

天都要发到四五个群里，“一天下来红包都要发几十块。”但她没办法，因为自己那条活动微信的点赞数、转发数不够的话，公司会扣更多的钱。（6月26日《重庆晨报》）

这家公司的规定，不但引发了该公司员工的抱怨和不满，而且在被曝光以后，也引发了网友们的质疑，认为公司此举公私不分，涉嫌侵害了劳动者的合法权益，同时也会给部分员工的工作和生活带来很大的困扰。比如员工为了完成公司的要求，不但要在每天在自己的微信朋友圈发布活动的信息、链接，而且还要在各种各样的群里发布这些信息，链接。为了减少别人的反感，同时

也求得别人的转发，每天都要在群里发好几个红包才行。但是如果不发，公司扣的钱可能比自己发的红包还多。

员工的朋友圈，却被公司“无偿征用”，怎么看怎么都觉得不合理。但这件事只是一个缩影，在“朋友圈时代”，我的微信朋友圈，我自己却做不了主，而是由公司企业做主的现象，可以说比比皆是，一点都不稀奇。不信你翻翻自己的朋友圈看看，会发现很多人都在发布自己所供职单位、公司、企业的各种活动信息、广告方案，而其中有相当一部分人并不是自己主动、自愿发布的，不过是在公司的强制性

要求下发布的。劳动者个人的微信朋友圈，并不是企业的官微，属于劳动者的个人网络空间，在这空间里发布什么内容，什么时候发布，理由由劳动者自己决定岂能由公司来做主？

一些用人单位强制性要求把公司的各种信息发布到员工个人朋友圈的做法，侵犯了劳动者的私人领域，也就等于是干涉了劳动者的个人权益，不管是在情理上还是法理上，恐怕都是站不住脚的。根据《劳动法》的规定，虽然用人单位有权要求员工进行签订劳动合同时所签署的岗位职责范围以内的活动。但如果一个人的劳动合同中并没有相关的职责义务的规定，那么公司就无权

强制要求员工去做并非自己的分内之事。如果在该职员未达成公司要求时被公司进行罚款或扣除奖金等行为，劳动者也可向劳动仲裁机构提供相关证据，申请劳动仲裁，保护自己的合法权益。

现在一些公司企业已经不仅仅满足于在微信工作群中“谈工作”，连员工的微信朋友圈都想插一脚，确实很不应该。至于说新闻中这家公司规定如果员工没有完成活动点赞、转发的任务就罚款扣钱，更是涉嫌违反国家劳动法的相关规定，要及时给予纠正才行，否则一旦员工拿起法律武器维护自身合法权益，公司就要吃不了兜着走了。

一些用人单位强制性要求把公司的各种信息发布到员工个人朋友圈的做法，侵犯了劳动者的私人领域，也就等于是干涉了劳动者的个人权益，不管是在情理上还是法理上，恐怕都是站不住脚的。

早上9点半，在渝北财富中心上班的何月（化名）第一时间把公司下个月中旬活动的预热信息发到了朋友圈里，随后又在家族群里发了信息，“今天也请大家帮忙转发，点赞，谢谢啦。”随后，她又发了一个5元的手气红包。同样的微信对话，小何每

## ■每日图评

## 外卖不主动提供一次性餐具值得一试

还有不到一周，《上海市生活垃圾管理条例》就将施行，其中有一项规定和许多喜欢点外卖的市民相关：餐饮服务提供者和餐饮配送服务提供者不得主动向消费者提供一次性餐具，包括一次性筷子、调羹、叉子和刀。这一规定引起沪上近十万家餐饮服务单位的高度关注，也引发网友热议，不给餐具了怎么吃饭？外卖会涨价还是降价？会像限塑令一样治标不治本吗？（6月25日《新民晚报》）

外卖一次性塑料餐具带来的环境污染不容小觑，特别是有的店家为了好看的“颜值”，除了主食之外，还配上各自独立包装

的筷子勺子叉子牙签等餐具，一顿外卖吃完留下一大堆一次性塑料包装袋，其实这些冗余的餐具成本最终还是转嫁给消费者身上，既增加了环境负担，也加大了经济成本。

点外卖必然会带来一次性餐具的消耗，这是无法避免的，因为不论怎么精简还是需要容器装主食，但可以在额外餐具上做文章以此减少一次性用品的消耗。不主动提供餐具意味着在没有特殊要求下，外卖商户只供应食物，消费者可以在住处自备筷子、刀叉等餐具。事实上，这完全是可行的，对于一些长期爱点外卖的消费者来说，用家用筷子



代替一次性筷子的习惯可以很快养成，通过一双双筷子的减少，日积月累也能减轻环保压力。

环境保护需要公民意识的提高，环保更是一种生活习惯，外

卖不主动提供餐具可以倒逼消费者通过自备餐具的方式减少不必要的一次性餐具的消耗，值得一试。

□玫瑰娜

## ■网评锐语

## 别让5角钱“小蓝本”影响就医便利

李雪：如今，网上约号、自助取号、电子支付挂号费、药费、手术费均已实现，而一些知名医院不仅要求病患带病历本，买病历本的5角钱也只能现金支付，让一些已经习惯了移动支付的市民遭遇了没有现金的尴尬，就医的便利感打了折扣。5角钱“小蓝本”带来的问题，因为对于医院来讲看似是小事，但却给患者带来极大的不便。尤其是，在科技如此发达的当下，这种现象理应得到及时纾解。

## “球鞋文化”的发展需要理性市场

盛柏臻：近日，球鞋爱好者田超尘的几位“鞋友”在阿迪达斯中国官方网站“摇号中签”，获得了购买一款售价为1899元银粉色“椰子鞋”的资格。火爆的“椰子鞋”们不仅俘获了消费者，也形成了完整的产业链和营销方式，甚至被炒出天价。对于运动鞋市场而言，炒作并不能让鞋的价值越来越高，更不利于鞋文化的传承与发展。要让价格符合价值，让市场归于理性。

## ■世象漫说



## “戒尺进校”

“熊孩子”在校犯错，老师应如何教育？近些年来，师生关系、家校关系颇为敏感，老师们陷入“管与不管”的两难境地，有老师苦恼；对调皮捣蛋的学生，“不会管”，也“不敢管”。对此，有教育界人士呼吁，“请把惩戒权交给老师”。四川达州市大竹县第二小学进行了大胆的尝试，该校2018年3月开始“请戒尺进课堂”，对违规学生实施轻微惩戒，彼时曾引发热议。（6月25日 澎湃新闻）

□王铎

## ■有感而发

## 关爱户外劳动者彰显城市文明温度

北京市西城区展览路街道工会服务站暖心驿站完成规范化建设。上周，“升级”后的暖心驿站迎来第一拨“客人”。据悉，展览路街道工会服务站暖心驿站自2017年开始建设以来，一直秉承贴心服务户外劳动者的宗旨，让他们累了、渴了，有地方坐、有水喝。近日，展览路街道工会服务站暖心驿站开展了规范化建设。（6月24日《劳动午报》）

据报道，“升级”后的暖心驿站实现了“一空间多功能”，既满足户外劳动者休息的需求，

又可以作为沟通感情的空间。暖心驿站内配备了电冰箱、微波炉、饮水机家电，还有供大家休息的座椅。户外劳动者坐在暖心角一边喝水，一边与工作人员沟通交流。这样的“升级”，体现了关爱的“升温”。户外劳动者是城市建设发展的重要组成部分。

关爱户外劳动者，彰显一个城市文明的程度。我们欣喜地看到，继街道、工会推进户外劳动者服务站建设之后，越来越多的医院、餐馆、超市等社会力量也

加入了进来，免费为户外劳动者提供避暑场所、饮用水等，提升着对他们关爱的温度。对广大市民来说，我们也应行动起来，多些感恩和换位思考，少给户外劳动者增加工作量，如游玩时不乱扔垃圾，让环卫工人少弯一次腰；订餐迟到时多些理解，让外卖小哥少些委屈……这些点滴举动，就是对他们最好的尊重，看似微不足道，却带来的是温暖，汇聚的是文明。

□付彪

## ■长话短说

## 堵住短视频购物消费陷阱

眼看着视频里的“吃货”主播大快朵颐、女主播貌美如花，心里痒痒的用户只需点开视频下方的链接即可“一键购买”……近来，各短视频平台纷纷接入商城功能，让消费者们看视频、买产品“一气呵成”。然而，随着短视频带货越来越火爆，其产品质量问题开始暴露，不少网友抱怨：“看了心动，买了心痛。”（6月26日《工人日报》）

短视频购物最大的陷阱是商品“货不对板”，短视频平台上卖家展示的商品和消费者收到的商品从外观到品质都严重不符。例如水果、海鲜等食品，卖家展示的商品个头大、颜色漂亮，消费者收到的商品个头小、颜色差。此外，这些产品常以远低于线下市场价格吸引消费者注意，买家下单后，卖家在实际付款环节巧立各种名目收取各种“附加费”，最终消费者实际支付的价格远高于市场价。

短视频购物平台乱象侵犯了消费者权益，治理乱象需多管齐下。关键是加强监管。监管不到位是短视频购物乱象存在的主要原因，监管部门应加强对平台监管，责令平台采取相关措施，保护消费者权益。平台和卖家也需自律。短视频平台加强自律，加强对平台内经营者行为的规范管理，营造短视频购物舒心环境。卖家也要认识到，做“一锤子买卖”是自毁长城，要想生意做大做强必须守规矩，不能做坑害消费者的事。

短视频购物藏有消费陷阱，既侵犯消费者权益，也不利于平台自身发展，同时还造成社会诚信危机，社会各方对此都应高度重视并有所作为，齐心协力堵住短视频购物消费陷阱。

□谢庆富