

■劳动时评

把工人文化宫建得更更有魅力“圈粉”更多职工

□杨李喆

工人文化宫更有魅力，才会有更多的职工被“圈粉”。诚如有的职工对工人文化宫的评价“这里就像是一个家，解决问题可以去一楼职工服务中心，参加文化娱乐活动可以逛逛棋牌室、健身房、阅览室等。”当职工有这样的评价时，工人文化宫无疑才是成功的。

如何打造让职工满意的工人文化宫，是工会的“必修课”，也是部分工会的“老大难”问题。近年来，江西工会根据全国总工会要求对该省各地工人文化宫进行清理整顿，同时加大建设力度，

尽力争取政府部门的政策和资金支持。如今，江西全省工人文化宫“众星捧月、星罗棋布”的格局正在悄然有序地形成。（6月28日《工人日报》）

工人文化宫的重要性不言而喻，不仅是一个城市的“地标”和“名片”，也是工会服务广大职工的精神文化阵地。当然，让工人文化宫实现上述功效，需要与时俱进加强建设。因为，工人文化宫如果没什么设施，或者设备老、光线暗，能承办的活动很少，不仅不能满足工人的精神文化娱乐需求，而且也会因设施闲置造成资源浪费。

打造让职工满意的工人文化宫，江西工会的做法值得称道，一是

在政策上“给力”。江西省专门出台《关于进一步加强全省工人文化宫建设与管理的意见》，就明确将工人文化宫纳入公共文化服务保障体系，在加大全省工人文化宫建设推进力度的同时，还将进一步加大对清理整改工作的跟踪问效，力争市、县级工人文化宫到2022年实现“全覆盖”。

二是在投入上“大手笔”。2018年12月，江西省总出台《关于推进全省工人文化宫建设的实施方案》，明确新建、改造、扩建工人文化宫项目均可进行补助，市级单个项目补助最高1000万元，县级单个项目补助最高300万元。省政府与省总工会联合出台举措，当地政府要以项目

补贴、购买服务、以奖代补等方式，对工人文化宫提供公共文化服务给予支持。

三是在功能上“贴心”。目前江西建成投入使用的文化宫，大体上围绕“教育中心”“文化中心”“健康中心”“服务中心”等方面，提供困难帮扶、互助保障、“三师一室”和文化艺术培训等服务，推出职工喜闻乐见的活动。如此，在“建好”的基础上就实现了“用好”，尤其是“周周有活动，月月有主题”更能满足广大职工的需求。

当然，在让工人文化宫更有魅力的同时，也彰显了工会的使命担当。因为各级工会举办的工人文化宫是国家公共文化服务体

系的有机组成部分，让工人文化宫里有工人，工人文化宫里有文化，使工人文化宫真正成为职工的学校和乐园，需要各级主管工会切实履行管好办好工人文化宫的主体责任，而在具体工作中，也能够提升工会组织在职工中的形象。

总之，工人文化宫更有魅力，才会有更多的职工被“圈粉”。诚如有的职工对工人文化宫的评价“这里就像是一个家，解决问题可以去一楼职工服务中心，参加文化娱乐活动可以逛逛棋牌室、健身房、阅览室等。”当职工有这样的评价时，工人文化宫无疑才是成功的。当然，更为期待的是，更多具有特色魅力的文化宫在各地涌现出来。

■每日图评

“驱赶避雨市民的图书馆”有失人文关怀

6月28日晚，山西省阳泉市图书馆就“安保人员闭馆时驱赶避雨市民”发布情况通报：当天延迟三十分钟清场，将对相关工作人员加强管理和教育。24日下午，图书馆按正常时间进行闭馆，但安保人员对馆外下雨的情况考虑不周，并与在馆避雨的读者发生口角，该做法确实不妥，未考虑制度刚性与人性关怀之间的平衡。（6月29日 澎湃新闻）

图书馆是惠及大众的公共场所，面对所有市民提供借阅服务，其本质上就是公益性的，乃是社会进步与城市文明的象征符号，市民亦寄予了很高的厚望，希望图书馆在提供基本服务之

时，还能够做得更好些。

显然，“驱赶避雨市民的图书馆”过于冰冷，缺乏最起码的人文关怀，破坏了大众对图书馆的美好印象，应改变僵硬呆板的管理制度，在特殊情况时采取弹性对策。比如，在暴雨天气时，图书馆可以向市民提供免费雨伞租借，延长开放时间，安排临时空间休息等。

“如果有天堂，那它应该是图书馆的模样。”这句话是对图书馆的最高赞誉，也赢得了大众的认同，并以此作为标准，去衡量人间的图书馆。对于读者而言，有些图书馆确实是天堂一般，不仅硬件设施完善，为市民



提供了借阅便利，更重要是服务方面非常人性化，让人体会到图书馆的人文价值所在。

或许，每一座图书馆的管理制度有差异，不能要求千篇一律，但最基本的人文关怀不可或缺，如果脱离了这一点，那么外

表再光鲜亮丽，硬件设施再好，也会因没有“人味”，而遭到社会舆论的批评。因此，市民对图书馆的赞许与苛求，本质都是一样的，希望图书馆能够更完美，容纳下读者的肉身与精神，让更多人从中获益。 □江德斌

■长话短说

网络直播营销有规范才更有前途

6月24日，中国广告协会发布国内首份《网络直播营销行为规范》对直播电商中的各类角色行为都作了全面的定义和规范，据悉该《规范》将从7月1日起实施。

网络直播营销行为规范的出台，是对当下现实的深刻回应。虽然直播营销并非始自当下，已存在几个年头，但今年因为新冠疫情的发生，整个社会对于网络营销有了更加强烈的需求，使得直播带货等营销行为成为非常火爆的经济现象。

但是，高速发展的网络直播营销，由于起势太快，必然良莠不齐，泥沙俱下，受到诸多诟病。据北京市消费者协会委托北京阳光消费大数据研究院开展直播带货消费调查发现，部分平台直播带货存在虚假宣传、信息披露不全以及售后没有保障等损害消费者权益的问题；在30个直播带货体验样本中，有9个样本涉嫌存在证照信息披露问题。例如，有的店铺没有公示商家资质信息；有3个样本涉嫌存在虚假宣传问题，通过宣传产品功效或使用极限用词诱导消费者购买商品。

只有通过规范，将直播营销中的违法违规行为剔除掉，让诚信经营成为新业态里的新常态，才能赢得消费者信任，真正实现提质增效，建立起可持续发展的基础。

具体地讲，首部直播营销规范规定了商家、主播、平台以及其他参与者等各方在直播电商活动中的权利、义务与责任，只有促使这些主体履行好自身义务，引导市场主体推进诚信经营，这个新业态才能健康发展。

任何行业，只有自律，才更有光明未来。通过行业的自我约束，通过监管过程中的实践，为未来相关制度建设和立法积累有益经验，促使新业态扎根社会，在逐步成长的过程中，塑造出健康发展的法治空间，成长为市场的参天大树。 □瞿方业

■网评锐语

重拳整治骚扰电话势在必行

斯涵涵：近日，针对民众反映强烈的“95”“96”开头号码的骚扰电话问题，工信部印发《工业和信息化部关于加强呼叫中心业务管理的通知》，部署进一步加大对骚扰电话的整治力度，从严规范呼叫中心企业经营行为，杜绝相关骚扰电话扰民问题。整治骚扰电话需要各方联合起来，加快规范化、法治化、科学化的步伐，严厉打击骚扰电话顽疾，齐抓共管，堵上漏洞，斩断利益链条。

对“清凉口罩”要加强监管

李雪：面对炎炎夏日，有人表示戴着口罩快要捂出痱子了，于是，喊话各路卫生用品以及清凉用品生产厂家，“能不能开一条生产线做清凉口罩，这何止百万商机？”不少商家人局转型生产“清凉口罩”。面对市面上出现的“清凉口罩”，市场监管部门当引起重视，加强对口罩市场的监管；同时，要加强相关消费警示，毕竟从正规渠道购买正规厂家生产的符合国家标准的口罩，才能更好地保护好消费者自身健康安全。

■世象漫说



预约旅游

刚刚过去的端午假期，全国累计接待国内游客4880.9万人次。“无预约不旅游”渐成人们消费新习惯。相较于“五一”假期时的“尝鲜”，上海市民王茜如今对“预约旅游”已驾轻就熟，通过文旅场馆的微信公众号、官方网站或者其合作的在线旅游平台，可预订门票并预约参观游览时间。（6月29日 新华社） □老笔

■有感而发

用漫画宣传安全常识，这个点子妙

“安康漫画活动又要开始了！”前不久，在重庆望江工业有限公司的联络群里，一则通知让职工们争相转发。“每年6月是全国‘安全生产月’，我们都会举办安康漫画活动，让职工们现场自创漫画进行安全生产宣传。”据望江公司党委副书记、工会主席李明介绍，这项活动迄今已经举办了18届，收到职工作品1500多幅。（6月30日《工人日报》）

安全无小事，企业的生产安全问题已成老生常谈的话题了，但越是“常谈”，说明问题越重要。所以说，安全工作要警钟长鸣，天

天讲，月月讲，才能深入人心。多年来，在安全宣传上的惯例是，生产、施工现场悬挂标语、口号，什么“安全生产，人人有责”，什么“珍惜生命，勿忘安全”等等，这种通俗易懂的安全宣传口号是需要的，毕竟对工人起到提醒的作用。

但重庆望江工业有限公司利用漫画的形式宣传安全知识也别具一格，也很有必要。一方面，生动有趣，少了些照本宣科式的宣传。笔者注意到，凡是参展的宣传漫画都是以安全生产为主题的，所选素材都是工人根据生产过程中存在的安全问题而创作的，所

以，更有趣味性和形象性。另一方面，“漫画式”的安全宣传更具有贴近性。漫画的创作者都是企业员工，这种“本土”作者宣传本单位安全事，也更有贴近性，也深受工人的欢迎。

总的来说，利用漫画的形式宣传安全知识，不但接地气，也宣传得比较到位，便于职工记忆，也便于操作。所以，坚持十多年经久不衰，深受职工的喜爱。安全工作重于泰山，安全教育、宣传也要天天讲，月月讲，但是也要注意把“老调”谈出新意，谈出新的方式来。 □刘宝庆