



生硬、冰冷的“以罚代管”，不仅会让快递员难以获得预期的收益，也会让他们对企业的归属感和认同感下降。当高强度、高风险的劳动遭遇不匹配的收入和粗鄙的管理，“快递业用工荒”很难说不是必然。

□杨朝清

不能等到“用工荒”才懂得尊重劳动者

国家邮政局人士预测，“双十一”快递总量预计超10亿件。不少快递公司开出诱人薪酬招人。不过一位“通达系”的加盟商告诉记者，“双十一”“撑不过去就是死”。在这背后，是不少加盟商一直面临“用工荒”的窘境。有快递员表示，超长工作时间加上严苛的罚款，身边不少同事已经跳槽去送外卖了。(11月7日《新京报》)

“双十一”即将到来，消费社会即将迎来新一轮的购物狂欢；消费需要的井喷式增长，不可避免会给快递业带来巨大的挑战和压力。这边厢，“双十一”不仅需要快递业全力以赴，也需要“招兵买马”；那边厢，在理性选择深入人心的当下，不尽如人

意的生存生态，让不少快递员选择了转身离场。当旺盛的用工需求遭遇快递员的“改换门庭”，快递业就会出现人员短缺。

一提到“用工荒”，许多人都会习惯性联想到春节前后出现的临时性劳动力短缺。春节作为一个阖家团圆的传统节日，驱动着无数进城务工人员背上行囊、踏上“回家的路”。离春节还有三个多月时间，为何也会出现“用工荒”？快递业严苛的生存法则，让不少人选择了“退出”；快递员流失一直存在，“双十一”的“用工荒”将这种人力资源的流失进一步凸显。

在一个利益“去魅”的时代里，每个人都在寻找契合自己价值的实现通道。快递

业是一个充分市场化的行业；“能者多劳，多劳多得”的激励与回报机制，让缺乏财富积累和社会资本的年轻人，找到了一条“只需自己拼命”的渠道。快递员的高薪，一度吸引许多劳动者投身其中。

法国社会学家阿兰·图海纳指出，“劳动既是一种行动，也是一种境遇，是一种把自己的标准取向引向自我的实在性”。劳动不仅是一种经济现象，也是一种文化现象和社会现象；劳动不仅关乎快递员的经济收入，也关乎他们的体面和尊严，关系到他们的自我认同和社会认同。当快递员的日子不好过，他们自然会另辟蹊径。

快递业面临着激烈的市场竞争，为了

在竞争中脱颖而出，一些快递企业对快递员层层加码；生硬、冰冷的“以罚代管”，不仅会让快递员难以获得预期的收益，也会让他们对企业的归属感和认同感下降。对自己的处境不满意的快递员，很难做到“忠诚”；当高强度、高风险的劳动遭遇不匹配的收入和粗鄙的管理，“快递业用工荒”很难说不是必然。

在一个工具理性盛行的时代里，不懂得“劳动更有价值，劳动者更有尊严”的企业，难免会遭遇“用工荒”。“快递业用工荒”犹如一面镜子，提醒企业管理者：不能等到“用工荒”才懂得尊重劳动者；那些努力生活的劳动者，需要更多“温柔相待”。

“邻里好，赛金宝”，“远亲不如近邻”，“远水解不了近渴”等等这些话，传递着街坊邻居在人们生活中的重要性。

共享技能助推和睦邻里关系

□杨玉龙

你可知道，你的邻居多有“本事”？对许多市民来说，还真未必清楚。记者了解到，沪上首个“共享技能”社区已经在虹口区凉城街道试点，通过让社区居民自己当老师，互相传授技艺，从而打破陌生邻里关系。(11月6日《劳动报》)

在现代城市钢筋水泥的丛林中，邻里间“电器之声相闻，老死不相往来”的现象越来越普遍，甚至有对门不知姓甚名谁、来自何方的尴尬现象。这些，让城市邻里关系走向了平淡疏远，甚至越来越淡薄冷漠。

但是，“邻里好，赛金宝”，“远亲不如近邻”，“远水解不了近渴”等等这些话，传递着街坊邻居在人们生活中的重要性。构建和谐的现代化城市，和睦的邻里关系不能缺失。“共享技能”就是这样一个平台，让邻里之间走出来，通过分享自己的“本事”和“技能”，一方面既能打破当下冷漠的邻里关系；另一方面也还能互通有无，实现资源和技术共享。

事实上，现代城市居民既需要也愿意与邻居分享喜怒哀乐、技艺技能。比如，在凉城街道，第一期“共享技能”试点，居民贡献出的技艺，让人大开眼界，除了摄影、写作、插花、绘画、瑜伽外，居然还有古琴、古筝、洞箫等。这也证实了一点，只要为邻里搭建起桥梁，让人们都走出来，和谐融洽的邻里关系才能达成。

不难发现，如今在社区治理实践中，各地也注重良好邻里关系的构建。比如，多种形式的“邻里节”，通过文化活动的开展增进了邻里关系；比如，一些地方的社区出台“邻里帮帮团”之类的项目，一旦有谁需要帮助，都会互相照应。

与邻为友不孤独，邻里需要和睦，邻里需要往来，邻里需要相帮。同样，与邻为友，重在与邻为善。相遇时的简单问候、一个微笑，相处时的以诚相待、以心换心，面临困境时的守望相助、相扶相持等等，这些均是维持良好邻里关系之道。当然，对基层治理而言，更不应缺失邻里“共享技能”这样的“金点子”。

强化招聘纪律，杜绝“萝卜招聘”是起点

近日，记者从人社部获悉，该部日前印发《事业单位公开招聘违纪违规行为处理规定》(下称《规定》)，对事业单位招聘行为进行严格规范。对于个别单位在公开招聘中设置与岗位无关的指向性或限制性条件，搞“因人画像”、“萝卜招聘”等违纪违规行为，人社部有关司局负责人介绍，事业单位公开招聘中如出现违纪违规行为逾期不改正的，要对直接负责的主管人员和其他直接责任人员依法给予处分。(11月7日《新京报》)

作为系统约束事业单位招聘工作的专门性文件，人社部新近印发的《规定》可说是事无巨细。而在这其中，最受公众关注的，显然还是关于“萝卜招聘”的有关表述。在此之前，一些地方曝出的“萝卜招聘”丑闻，激起舆论轮番声讨。而从类似事件的后续处理来看，却似乎并没有一套标准化的流程，也并没有可以稳定预期的结果，这其实在客观上给涉事者留下了免责的方便之门。伴随着《规定》的施行，我们有理由期待，能够就

此补上这一规则漏洞。

《规定》明确强调，不得“设置与岗位无关的指向性或者限制性条件”，不得搞“因人画像”、“萝卜招聘”。这一系列行文表述，可说是兼顾了列举式和概括式两种立法模式。其一方面基于现状直接列出了明确禁止的、特定的违规招聘形式；另一方面则从概念层面进行了精准化、一般化的定义……应该看到，打击“萝卜招聘”虽然是《规定》的最大亮点，但是《规定》的影响力却绝对不止于此：其中某些条款，对招聘中常见的性别歧视、学历歧视等，同样也构成了制约。

“禁止设置与岗位无关的指向性或者限制性条件”，倘若严格从立法本义和逻辑常识来说，那么凡是与工作专业性、与岗位胜任能力不相关的非必要招聘条件，将统统不得设立。倘若这一规定能严格落实，那么必将大大增强招聘的开放性和公平性，这既能给更多应聘者以参与机会，也能强化人才竞争真正做到“择优录用”。当然，我们还是需要

警惕，实际操作中一些单位会自说自话，对“岗位相关性”给出一套牵强措辞，并在此基础上制定苛刻的招聘条件。

只要给招聘方留下过大的自我解释、自我运作的空间，那么所谓的“萝卜招聘”也许就很难彻底禁绝。这其实提示我们，运用公共立法或“行政指导”等多种方式，为事业单位的招聘工作持续确立规范。比如说，针对那些常见的、类型化的招聘岗位，不妨出台标准化、格式化的“招聘标准”来加以引导，也即通过预先拟定和推广的固定范式，来冲抵具体招聘环节临时起意的暗箱操作。凡此种种，对于优化单位招聘来说，都是可以尝试的思路。

如果说“萝卜招聘”是一种堂而皇之地舞弊，那么对于意在建构公平有序的招聘纪律的众多事业单位来说，显然不应满足于杜绝这种显而易见的“恶”。就此而言，《事业单位公开招聘违纪违规行为处理规定》的价值，理应得到最大程度的正视。

□然玉

医疗养生急需营造良好的话语生态

随着人们健康意识的增强，养生渐成热潮，与此同时，各种与养生有关的谣言也开始广泛传播。不少人因缺乏医疗专业知识，对各种养生谣言深信不疑，甚至付诸行动。日前，中国青年报社社会调查中心联合问卷网，对2008名受访者进行的一项调查显示，52.8%的受访者有被医疗养生谣言忽悠的经历。微信(59.2%)、电视(48.2%)和网站(43.9%)是人们获得医疗养生信息的主要渠道。67.3%的受访者认为医疗养生谣言催生了虚假保健品等不健康养生市场。(11月7日《中国青年报》)

当前，医疗养生的话语生态遭破坏的情况比较严重，无论在数量上还是在质量上，医疗养生谣言与科普帖相比，都占据了绝对的上风。在数量上，各种谣言充斥微信和网络，而这些谣言往往还带有推销产品的目的。在质量上，不是说这类谣言有多高的技术含量，而是指它们所具备的传播效率之高，往往让科普文章望尘莫及，其耸人听闻的标题、图

文并茂的内容，极易捕获眼球，让不少人不问真伪，就想看下去或收藏、转发。

此次调查发现，超半数受访者有被医疗养生谣言忽悠的经历，而在生活当中，很多人因此上当受骗，把保健品当药品使用的老人不在少数。从这些现象可以看出，医疗养生话语生态已是问题重重，纵使个人再有辨识能力和医学素养，在这个已遭破坏的话语环境中生活，也难免受其影响。医疗养生是刚需，假如生态环境不能恢复，不仅很多人会遭受眼前之害，而且社会整体健康素养也可能被拉低。

恢复医疗养生的话语生态，办法无非两个，其一是大幅减少谣言的数量，其二是投放更多医疗养生方面的科普文章。只要确保这两方面久久为功，才能此消彼长，营造一个良好的医疗养生话语生态环境。

在减少谣言方面，近年来社会已经做了不少努力，比如针对谣言多为“标题党”这个特点，国家网信办曾实施过专项

整治行动。但要看到，医疗养生谣言与其他谣言不同，它更像是学术争议，还带着善意的“面具”，在微信和网络上传播医疗养生谣言，即使这种帖子不科学，也很难据此给予惩罚。如何规范医疗养生帖，怎么铲除这类谣言的生存土壤，这些问题均有待化解。

在增加科普帖方面，则应动员专家学者和普通医生多写这方面的文章。近来，有地方在医生评定职称时，不再硬性要求发表多少篇论文，只要求在网发表被广泛传播的医疗科普文章即可，类似的举措有利于医生参与养生话语权的争夺。除了要有足够多的科普帖外，更需注重文章的可读性和趣味性，假如写出来的东西没人感兴趣，科学性再强也不起作用。在这方面，谣言帖的一些做法反倒值得借鉴。假如医疗养生科普文章既具有科学性，又能像一些谣言帖那样易于传播，则不愁这方面的话语生态不能恢复正常。

□罗志华