



光洲评论

日前,西安一家不知名的公司打出一则招聘启事,引起广泛关注。

是该公司尊重员工,小资白领趋之若鹜吗?非也。

是该公司事业神圣,卧龙凤雏甘愿俯首听令鞠躬尽瘁死而后已吗?否!

奇文共欣赏。为避贪污他人智力成果之嫌,将其招聘启事照录如下:

文案策划能力强,最好是会平面设计,驾驶水平熟练,思想忠厚不能有投机心态,以挣钱为目标不是目的!什么情况下都不能做不利于公司的事,更不能起诉公司,做到的热烈欢迎,做不到的请远离点。

此启事一石击起千层浪。长城内外,大江南北,质问声、谴责声、讨伐声鼎沸。“不能起诉公司”成为舆论焦点。这家公司未上法院被缺席,先被网友拖进了道德法庭。

对此,该公司经理称,“不能起诉公司”这句话没有法律作用只有道德作用,公司在续职表上也注明了,不然你谈什么忠诚于企业呢?经理还表示,从未被员工起诉过,但是见过太多企业被员

革除制度式侵权

◎杨光洲

工起诉的例子,这样做是为了防止00后整顿职场。员工和企业站在不同的利益角度,说不清谁对谁错,并且现在是个网络时代,也没有那么多嘴巴去说这个事情。

网络时代,怎么会“没有那么多嘴巴去说这个事情”呢?你家启事一出,网友们奉献的唾沫星子不是已经汇成滔滔江河汹涌澎湃了吗?怎么会“说不清谁对谁错”呢?你家这种员工“不能起诉公司”的规矩,已经被天下共讨,是错误的,这不是说已经很清楚了吗?你装什么聋,说什么哑?瞪着大眼说瞎话!

把“不能起诉公司”写进可以当作劳动合同内容的招聘启事中,是对员工权益和尊严的侵犯。

从法律上讲,员工有提起劳动争议仲裁和诉讼的权利,这项权利是法定的,是任何人不能剥夺的。员工“不能起诉公司”,与法律对员工的诉权保护相悖,违法!无效!若任其生效,员工权益将失去根本性的法律保障,只能沦为会说话的工具!

从道德上讲,该公司作为用人单位,地位本应与劳动者平等,有什么资格霸占道德制高点,把是否起诉公司与员工人品是否忠诚挂钩?员工任由公司欺凌,不起诉,就是忠

诚;员工拿起法律武器维权,就是不忠诚?这不是“君叫臣死,臣不死不忠;父叫子亡,子不亡不孝”封建道德的僵尸还魂吗?带上这副道德枷锁,员工还有什么做人的尊严?

用白纸黑字的形式事先把对员工权益的侵犯程序化、规范化,把对员工尊严的践踏正当化、神圣化,是一种制度式侵权。此种侵权方式,不是西安这家公司的独家专利,而是近年来无良企业的共同发明创造。

制度式侵权,貌似有约在先,有据可依,实则是胁迫欺诈,契约绑架。

用人单位制定出用于侵权的制度,往往利用其强势地位和员工对工作岗位的渴求,以及“和别人(其他员工)一样”的从众心理,告诉员工不同意此种制度就不能入职,同意了这些条款也不一定实施,迫使、诱使员工或员工代表签字表示自愿遵守这些制度。待员工不堪忍受,抗拒侵权时,用人单位便以制度在先、员工同意作为侵权的理由。

而事实是,员工对这种制度的认同,并非真实意思表示,而处于胁迫欺诈之下同意的。

制度式侵权,貌似针对员工个人,是偶发事件,实则侵害的是员工整体权益,是一种必然发生的常态。

如同“不能起诉公司”的规定旨在侵犯思想活跃、法治意识强的00后们的权益一样,侵权制度往往不是仅仅针对某一个人,而是侵害员工群体性的同类利益,比如,有的企业要求女员工入职后三年内不得生育,新员工入职后个人证书必须交由单位保管,所有员工对公司微信必须在三分钟内回复、转发,必须无条件服从加班等等。此种侵权作为一种制度而存在,便可以随时祸害符合条件的所有员工,是常态而非偶发。

制度式侵权,貌似是员工和用人单位之间的利益纠葛,实则是对法治的恶意挑衅。作为白纸黑字的制度,为掩人耳目,其可能装模作样披着合法的外衣以某种冠冕堂皇的程序表决过,但是,因为要侵权,实质内容还是要侵犯《劳动法》等法律法规赋予员工的权益的,以“土政策”代替国法的企图是掩盖不住的。

当今法治社会,岂容制度式侵权的私法横行?司法机关、劳动执法部门对制度式侵权案件,不应只拘泥于员工个人权益处理,而应对侵权制度作出法律评价,以从根本上否定其效力。

子曰:苛政猛于虎。制度式侵权的恶疮毒瘤,应彻底革除。



据《半月谈》报道,当下基层工作趋于多中心化,一些部门特事特办常以“白头文件”、内部通知、微信指令等形式下达,临时性任务增多,特事特办不断被滥用、泛化。同时,随着依法治理和追责问责的强化,其局限性也愈发凸显——政策文件是一套、实际操作是另一套,一旦出了问题,基层干部找不到政策依据,容易成为追责对象。

短评:特事特办,难在界定哪些事属于特事。随着法治的健全,政策的完善,特事应该越来越少,而不是越来越多。领导干部应该提高依法行政能力和政策水平,要把法律、制度作为自己工作行为的界限,尽可能地在界限以内找依据、想办法,而不要把突破界限特事特办作为显示自己魄力的噱头,因为这样很有可能违法违纪。对于确实需要特事特办的工作,也应穷尽法律与政策可以常规办理的可能性,且做到不是个人拍脑袋或一言堂,在程序上做到民主集中,在实质上不是私事特办或违法违规特办。事中要做好证据留存与效力保留,同时向上级报。事后,仍应依法依规完善相关手续,并最终确认特办的效力。作为下级,当遇到上级强令特事特办时,在执行的同时可提出专业意见,并做好过程留痕,以免被追责时查无凭证。所办之事是否为特事,能否特办,最终还是要接受法律和政策的评判。法治社会,依法行政之下,特事特办不能成为违法违规的理由。

退役军人事务部、教育部、人力资源社会保障部日前联合印发《关于促进优秀退役军人到中小学任教的意见》,明确了退役军人投身教育领域的优惠政策和激励措施,为各地做好优秀退役军人到中小学任教工作提供了政策依据。

短评:需要才能产生价值。不少地方中小学教师多男少女,性别比例严重失调,而退伍军人以阳刚为特征的综合素质正是眼下中小学教育所紧缺的。坚定的政治信仰,过硬的作风修养,都是退伍军人胜任中小学教师的有利条件。具备相当文化知识的退伍军人,通过专业的师范培训,一定能实现由军人向教师的转型。退伍军人当教师,地方不应看作是包袱,而看到是财富。退伍军人不应因此而失落,而应从此开拓新事业。退伍军人入学校,大有可为!

6月24日,四川成都有网友爆料,包括她家商铺在一排商铺招牌被换成了拼音版。26日,辖区牛市口街道办事处工作人员表示将会制作临时中文标牌并进行更换。27日,当地已连夜制作临时标牌并为商户换上。

短评:招牌是商家招揽生意的广告牌,在不违法、不违反公序良俗的情况下,越贴近商家的生意特点,越有个性,越能吸引买家越好。而整齐划一的招牌,缺乏个性,有违商业规律,体现出的只是管理者对商家的强制与压迫。强制商家使用统一制式的招牌,暴露出的是管理者的蛮横与无知,对此事的责任单位及其领导,必须依法追责。对经营户因之所受的损失,必须依法赔偿。唯有如此,管理者才能明白,其只有为人民服务的义务,而无欺负百姓的权力。

高考结束了,考生们都在做什么?最近,河南一名考生在高考结束后选择去打工,当起了外卖小哥。6月15日,他送外卖到一家网吧时,碰到了自己的同班同学。小哥很自然地上前打了个招呼,同学想跟他攀谈,小哥说:“先把外卖送了,这一单马上超时了。”送完之后回来道别,同学说:“别送了,一起玩。”小哥说:“不行不行,刚又接了一单。”这段视频传到网上,不少网友赞他小小年纪就知道了生活的责任,为这位少年加油。

短评:虽然说高考生大多已过18岁,应是成年人了,然而,因为高考前,他们过着幼儿园到家、学校到家的直线式生活,对社会缺乏了解。加之家长此前全力以赴地服务于孩子的高考,高考过后一下子降低孩子在家“待遇”,使不少考生产生了“高考前是公主,高考后是宫女”“高考前是家中宝,高考后是路边草”的落差和抱怨。高考后让考生适度参加社会活动,增强其对社会的认知和责任感,是度过上大学前时光的很好选择。高考结束后,年轻人尝试一下自食其力的生活,其实是一种充电,这将为上大学乃至今后的人生旅途,积累下宝贵的能量。

据中新社报道,为促进“夜经济”,激发地区经济活力,近期多个地方政府官员走上街头,带头消费,活跃“夜经济”。在广西桂林市,桂林市委副书记彭东光,市人大常委会副主任李滨等人不仅走进糖水铺,购买清凉凉,还在烧烤店里,品尝羊肉烤串,享受夏季夜生活;在河南新郑市,市委书记马志峰等人选择了去一家夜市店“撸串”;在河南省新密市,市委书记陈春海在桥头夜市门口,购买了数斤西瓜。

短评:领导干部逛夜市,与普通群众一同消费,好处多多。尤其是在前一段疫情重创经济的大背景下,领导干部逛夜市,不仅能零距离倾听百姓心声,了解到有关市场的第一手资料,而且能提振恢复经济的信心。干部本来就应密切联系群众,怎么书记、市长逛一逛夜市竟成了新闻了呢?看来,平时不是离群众太近了,而是太远了。当然,能走到群众中去的,总比那些高高在上空喊口号、官威十足发布命令者要好得多。领导威信高不高,看看他与群众的距离就不难知道了。

近日,公安部网安局在全国范围内启动为期6个月的依法打击整治“网络水军”专项工作。公安网安部门将按照“以打开路、以打促治”的思路,在依法打击相关违法犯罪活动的同时,主动对接有关主管部门,加强协作配合,共同压实网络平台主体责任,携手加强网络生态综合治理。

短评:当今社会,谁也不可能独立于网络之外。打击整治“网络水军”,就是保护每个守法网民,就是守护社会诚信,就是维护公平正义。对发布违法信息、欲操控舆论者,对利用负面信息敲诈勒索者,对删帖和刷量炒作恶搞牟利者,网民要积极举报,配合公安机关打击整治。保护良好网络生态,就是保护网民自己。网络不是法外之地,唯有法治,才能使其清朗有序。

“失语病”与“失读症”

◎游宇明

我一直有种观点:文学专业的学生可以不做作家,但他们写出来的东西必须像篇文章,比如思想内容有一定新意与深度,文章结构符合文体要求,句子遵守基本语法。学文学,无非是想培养四种能力:说话、交际、文学欣赏、写作。而文学欣赏、写作能力要优于别的专业,应该是专业标签。

如今这个要求似乎显得有点高了。

我在大学里主要干两种活:一是现当代文学、文学创作教学,一是指导毕业论文。教文学创作,我发现部分学生写作总喜欢将文章弄成“微博体”,一两段话,三五百个字,随便便开了头,莫名其妙结了尾,无论写人还是描景,都跳不出一时观感,不知道渲染、不晓得铺垫,更不懂得运用天马行空的想象。指导学生论文,我察觉相当一批学生只会对论题进行平面展开,不会拉结构,不会讲逻

辑,论述问题居然先讲“为什么”,再讨论“是什么”,语言更是粗糙得足以让现代汉语老师气死……在天天听、日日写的母语面前,这些学生“失语”了。

文学专业学生犯有“失语症”,某些社会人士也强不到哪里去。闲暇的时候,我也偶尔遭遇自媒体,相当数量个人公众号的语言真的惨不忍睹,什么“魔术师的人生”啦,什么“警惕你的职业构架风险”啦……只要想找,喝一杯茶的工夫,你便可以找到大堆。这种现象不难理解,学生毕业之后都会进入社会,学生如此,当社会人士一夜之间写作功夫就长进了吗?何况,一个人没有正确语感可以传染别人,你如此,我如此,结果谁也没有能力建好地写一段文字。

语言与文章都是习得的,从某种意义上说,有什么样的老师便有什么样的学生。我上大学是在80年代初,那时没有网络,也无卡拉OK、游戏厅,除了买东西,偶尔逛一次街,我们的心都放在阅读上,语言课也好,文学课也罢,老师布置的书目,我们都会去读;老师没布置的,自己觉得好,也会主动去读。经典作品读得多了,辅以适当练习,说话、写作能力自然而然得到提升,写作品、做论文,都不存在多少问题。如今呢,社会诱惑很多,上课都喜欢打电子游戏、看没有多少营养价值的抖音,少部分学生心性又浮躁,就算偶尔选择阅读,也爱浏览某些粗制滥造的网络小说,对纸质的经典作品缺乏必要的走近,更谈不上产生敬意。换句话说,这些学生得了“失读症”。我在教授当代文学时,曾做过随机调查,请读过《阿Q正传》的同学们举手,结果,偌大的课堂只有孤零零的三五条手臂向上伸着。读纸质书如此漫不经心,想要一个人说话、写作不“失语”,估计与扯着头发上天的难度有得一比。

对于“失读症”,少数城市管理

者也难辞其咎。我大学毕业刚刚走进社会那些年,街头有不少绿铁皮搭制的报刊亭,一条街都有好多。在街头逛累了或等人太久,买份报刊,席地而坐,瞄瞄新闻,读读文学作品,心里别提有多美!现在呢,这个湘中城市的报刊亭早已销声匿迹,连为全体市民服务的唯一公共图书馆也迁到了地价低的偏僻之所,逛街时想要吸吸墨香,除了去寻找为数不多的几家实体书店,别无他途。我有时想,一座城市到底需要怎样的长相呢?是一点一线都经得起尺子丈量的整体划一,还是虽然不那么步调一致,却弥漫着烟火气与神仙气,使我们的心灵产生愉悦的真实繁华?个人觉得应该是后者。毕竟城市不是光供我们看的,更应该是供我们“活”的。这种“活”既有物质上的“活”,更有灵魂上的“活”。

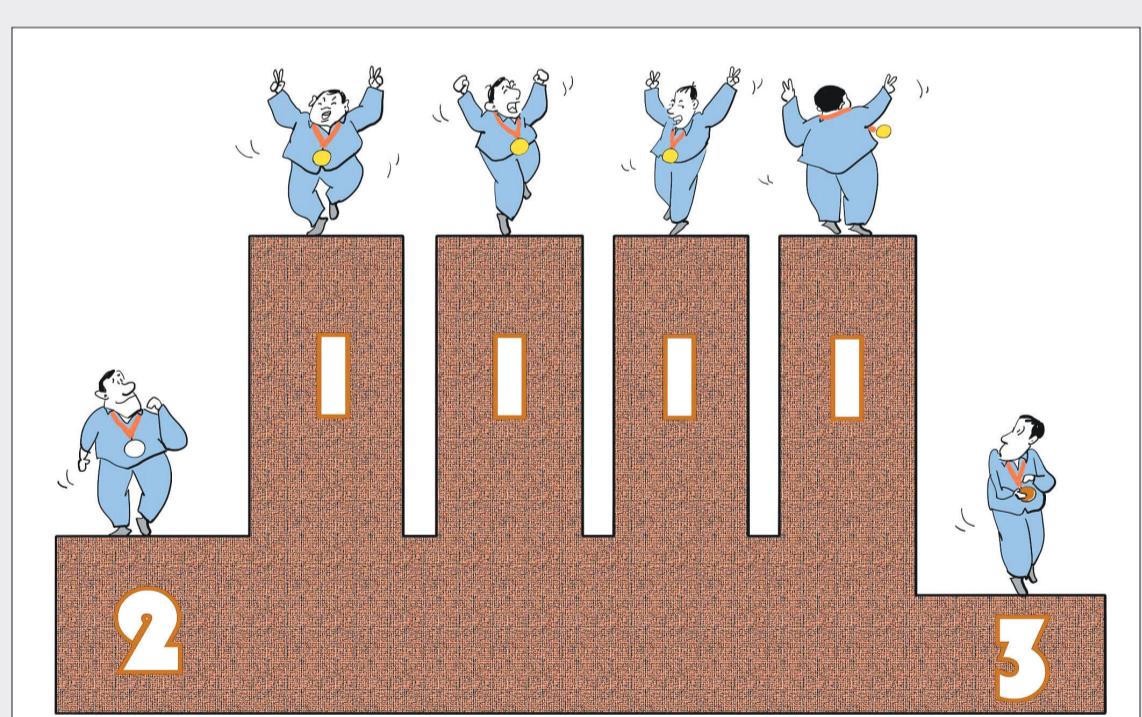
与“失语病”相比,“失读症”更让人忧心,也更值得我们生出内在的警惕!

都有来头

亲爹后爹都一样,
干爹野爸总相当。
拼爹只认权和势,
爹强爹多好风光。

爹多娘少何须羞?
拼爹只论赢与输。
亲妈虽然只一人,
父亲多得不胜数。

于昌伟 绘 杨光洲 文



名人放个屁……

◎孙贵颂

给爹娘、给媳妇、给儿女、给亲戚、给朋友,你如果不带,嫌麻烦,完全可以直言相告。这是没有电话、没有微信、没有短信的古代啊!“见信如面”,写信、收信是多么不容易的事。“故园东望路漫漫,双袖龙钟泪不干。马上相逢无纸笔,凭君传语报平安。”请人带信,怀有极大的信任与嘱托。而今人家把信写好了,交付与你,你却给一股脑儿扔进了水里!而且还煞有介事地对着江水祷告:“信啊,信啊,要沉的尽管沉下去,要浮的尽管浮起来,反正我殷洪乔不当地邮递员。”什么玩意儿!

什么意思?晋朝豫章太守殷洪乔,离开京城去豫章赴任时,很多人委托他顺便捎带书信,因那时没有邮局,托人捎信,省时省钱。殷洪乔当面很客气地接受了100多封信,可是到了石头渚时,却将信全部扔进了江水里。这便是成语“付诸洪乔”的来历。这个殷洪乔,太不是东西了!美不美,家乡水;亲不亲,故乡人。旧雨新朋,街坊邻里,趁着你去豫章任职的机会,带封书信

名胜古迹。有报刊赞之曰:“在凤凰西北侧,有一处珍贵的千年名胜古迹——投书浦。”

这世界就是怪。有许多地方,本来不那么出名,只因为有名人士去了一趟,题了几句诗,说了几句话,便声名大振,从此成为名胜,时间再长一点,就成了古迹。宋代大文豪苏东坡,曾任密州太守,去了一趟管辖范围之内的五莲山,临走写下:“奇秀不减雁荡”。从此,五莲山便名声大振。清光绪年间,时任两江总督的刘坤一,常到南京的乌龙潭游玩,在潭中建了座“宛在亭”,题了“何必西湖”四字,后人便称乌龙潭为“小西湖”。而其实,五莲山与雁荡山相较,高低悬殊;而乌龙潭与西湖相比,更是小巫见大巫。

还有,本来挺平常的一句话,只因某名人在讲话中引用了一下,立刻便成警句名言,原作者随即水涨船高,名声大振起来。

有一个词叫“炒作”。产品,要找明星代言;景点,要请书法家题字;出书,要请大腕作序……总之要请名人出山。名人放个屁都是香的。名人放个屁,后面便有屎壳郎跟着瞎轰轰……

